



## Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (osmi senat)

z dne 7. avgusta 2018\*

„Predhodno odločanje – Varstvo potrošnikov – Direktiva 2011/83/EU – Člen 2, točka 9 – Pojem ‚poslovni prostori‘ – Merila – Prodajna pogodba, sklenjena na stojnici trgovca na trgovskem sejmu“

V zadevi C-485/17,

katere predmet je predlog za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 267 PDEU, ki ga je vložilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija) z odločbo z dne 13. julija 2017, ki je na Sodišču prispela 10. avgusta 2017, v postopku

**Verbraucherzentrale Berlin eV**

proti

**Unimatic Vertriebs GmbH,**

SODIŠČE (osmi senat),

v sestavi J. Malenovský, predsednik senata, M. Safjan (poročevalec) in D. Šváby, sodnika,

generalni pravobranilec: H. Saugmandsgaard Øe,

sodni tajnik: A. Calot Escobar,

na podlagi pisnega postopka,

ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

- za Verbraucherzentrale Berlin eV R. Jahn, Rechtsanwalt,
- za Unimatic Vertriebs GmbH P. Rau, Rechtsanwalt,
- za belgijsko vlado P. Cottin in J. Van Holm, agenta,
- za Evropsko komisijo C. Hödlmayr in N. Ruiz García, agenta,

na podlagi sklepa, sprejetega po opredelitvi generalnega pravobranilca, da bo v zadevi razsojeno brez sklepnih predlogov,

izreka naslednjo

\* Jezik postopka: nemščina.

## Sodbo

- 1 Predlog za sprejetje predhodne odločbe se nanaša na razlago člena 2, točka 9, Direktive 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/577/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta (UL 2011, L 304, str. 64).
- 2 Ta predlog je bil vložen v okviru spora med Verbraucherzentrale Berlin eV, združenjem potrošnikov (v nadaljevanju: združenje), in družbo Unimatic Vertriebs GmbH (v nadaljevanju: Unimatic), distribucijskim podjetjem, v zvezi z informacijami o pravici potrošnika do odstopa od pogodbe v okviru prodaje, sklenjene na trgovskem sejmu.

### Pravni okvir

#### *Pravo Unije*

- 3 V uvodnih izjavah 4, 5, 7, 21, 22 in 37 Direktive 2011/83 je navedeno:
  - „(4) [...] Uskladitev določenih vidikov potrošniških pogodb, sklenjenih na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, je nujna za spodbujanje dejanskega potrošniškega notranjega trga, na katerem bi vladalo pravo ravnovesje med visoko ravno varstva potrošnikov in konkurenčnostjo podjetij, obenem pa bi bilo zagotovljeno spoštovanje načela subsidiarnosti.
  - (5) [...] [P]opolna uskladitev nekaterih vidikov informiranja potrošnikov in pravice do odstopa pri pogodbah, sklenjenih na daljavo in pogodbah, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, [bo] prispevala k visoki ravni varstva potrošnikov in boljšemu delovanju notranjega trga [...]
  - [...]
  - (7) Popolna uskladitev nekaterih ključnih zakonodajnih vidikov bi morala znatno povečati pravno varnost potrošnikov in trgovcev. [...] Potrošniki bi morali poleg tega uživati visoko raven varstva po vsej Uniji.
  - [...]
  - (21) Pogodbo, sklenjeno zunaj poslovnih prostorov, bi bilo treba opredeliti kot pogodbo, ki se sklene ob hkratni fizični navzočnosti trgovca in potrošnika zunaj poslovnih prostorov trgovca, na primer na domu ali delovnem mestu potrošnika. Zunaj poslovnih prostorov je potrošnik potencialno lahko pod psihološkim pritiskom ali se lahko znajde v nepričakovani situaciji, ne glede na to, ali je potrošnik dal pobudo za obisk trgovca ali ne. Opredelitev pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov, bi morala vključevati tudi primere, ko je potrošnik zunaj poslovnih prostorov osebno in individualno obravnavan, pogodba pa je sklenjena nemudoma po tem v poslovnih prostorih trgovca ali prek sredstev komuniciranja na daljavo. [...] Nakupe, opravljene med izletom, ki ga organizira trgovec in med katerim so nabavljeni proizvodi na promociji in ponujeni v prodajo, bi bilo treba obravnavati kot pogodbo, sklenjeno zunaj poslovnih prostorov.
  - (22) Poslovni prostori bi morali vključevati prostore v kateri koli obliki (na primer trgovine, stojnice ali prikolice), ki jih trgovec uporablja kot stalni ali običajni poslovni obrat. Stojnice na tržnicah in sejmih bi bilo treba obravnavati kot poslovne prostore, če izpolnjujejo ta pogoj. Maloprodajni prostori, v katerih trgovec sezonsko opravlja svojo dejavnost, na primer v času turistične sezone v smučarskem središču ali na morskem letovišču, bi se morali obravnavati kot poslovni prostori, saj trgovec v navedenih prostorih običajno opravlja svojo dejavnost. Javno dostopni prostori, kot

so ceste, nakupovalna središča, plaže, športni objekti in javni prevoz, ki jih trgovec izjemoma uporablja za opravljanje poslovnih dejavnosti, pa tudi zasebni domovi ali delovna mesta se ne bi smeli obravnavati kot poslovni prostori. [...]

[...]

(37) [...] V primeru pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, bi potrošnik moral imeti pravico do odstopa od pogodbe zaradi morebitnega elementa presenečenja in/ali psihološkega pritiska. Z odstopom od pogodbe bi morala prenehati veljati obveznost pogodbenih strank glede izpolnitve pogodbe.“

4 Člen 2 te direktive, naslovljen „Opredelitev pojmov“, določa:

„V tej direktivi se uporabljajo naslednje opredelitve pojmov:

[...]

8. ‚pogodba, sklenjena zunaj poslovnih prostorov‘, pomeni vsako pogodbo med trgovcem in potrošnikom:

- (a) ki se sklene ob hkratni fizični navzočnosti trgovca in potrošnika zunaj poslovnih prostorov potrošnika;
- (b) za katero je dal potrošnik ponudbo v enakih okoliščinah, kakor so omenjene v točki (a);
- (c) ki je bila sklenjena v poslovnih prostorih trgovca ali z uporabo sredstev komuniciranja na daljavo takoj zatem, ko je bil potrošnik osebno in individualno obravnavan v prostorih, ki niso poslovni prostori trgovca, ob hkratni fizični navzočnosti trgovca in potrošnika, ali
- (d) ki se sklene med izletom, ki ga je organiziral trgovec z namenom ali učinkom promocije in prodaje blaga ali storitev potrošniku;

9. ‚poslovni prostori‘ pomenijo:

- (a) katere koli nepremične maloprodajne prostore[,] v katerih trgovec stalno izvaja svojo dejavnost, ali
- (b) katere koli premične maloprodajne prostore[,] v katerih trgovec običajno izvaja svojo dejavnost;

[...]“

5 Člen 5 navedene direktive se nanaša na „[o]bveznosti glede informacij pri pogodbah, ki niso pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov“.

6 Člen 6 te direktive, naslovljen „Obveznosti glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov“, v odstavku 1 določa:

„Preden pogodba, sklenjena na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, ali kaka druga podobna ponudba, potrošnika zavezuje, trgovec potrošniku na jasen in razumljiv način zagotovi naslednje informacije:

[...]

(h) kadar obstaja pravica do odstopa od pogodbe, pogoje, rok in postopke za uveljavljanje te pravice v skladu s členom 11(1) ter vzorčni odstopeni obrazec iz Priloge I(B);

[...]“

7 Člen 7 Direktive 2011/83, naslovljen „Formalne zahteve za pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov“, v odstavku 1 določa:

„Pri pogodbah, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, trgovec potrošniku zagotovi informacije iz člena 6(1) na papirju ali, če se potrošnik strinja, na kakem drugem trajnem nosilcu podatkov. Informacije so podane v razumljivem in preprostem jeziku ter so čitljive.“

8 Člen 9 te direktive, naslovljen „Pravica do odstopa od pogodbe“, v odstavku 1 določa:

„Razen kadar se uporabljajo izjeme iz člena 16, ima potrošnik na voljo 14 dni, da brez obrazložitve odstopi od pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, ne da bi imel zaradi tega poleg stroškov iz člena 13(2) in člena 14 še druge stroške.“

### ***Nemško pravo***

9 Direktiva 2011/83 je bila v nemško pravo prenesena z Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung (zakon o prenosu direktive o pravicah potrošnikov in spremembah zakona za ureditev nepremičninskih agencij) z dne 20. septembra 2013 (BGBl. 2013 I, str. 3642).

### **Spor o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje**

10 Družba Unimatic je distribucijska družba, ki trži izdelke, zlasti na sejmu *Grüne Woche* (zeleni teden), ki poteka vsako leto v Berlinu (Nemčija). Iz predložitvene odločbe je razvidno, da družba Unimatic prodaja svoje izdelke samo na sejmih.

11 Stranka je 22. januarja 2015 na stojnici družbe Unimatic na tem sejmu naročila parni sesalnik po ceni 1600 EUR. Družba Unimatic te stranke ni poučila o tem, da ima pravico do odstopa od pogodbe, ki jo določa nemška zakonodaja, v skladu s členom 9 Direktive 2011/83.

12 Združenje je menilo, da je bila družba Unimatic to stranko dolžna seznaniti s pravico do odstopa, ker je bila prodajna pogodba sklenjena zunaj poslovnih prostorov.

13 Zato je združenje pri Landgericht Freiburg (deželno sodišče v Freiburgu, Nemčija) vložilo zahtevek, naj se družbi Unimatic prepove prodajati svoje izdelke, brez da bi potrošnikom nudila informacije o njihovi pravici do odstopa od pogodbe.

14 Landgericht Freiburg (deželno sodišče v Freiburgu) je tožbo združenja zavrnilo, zavrnjena pa je bila tudi njegova pritožba, vložena pri Oberlandesgericht Karlsruhe (višje deželno sodišče v Karlsruheju, Nemčija).

15 V teh okoliščinah je združenje vložilo revizijo pri predložitvenem sodišču, to je Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija).

16 Predložitveno sodišče meni, da v besedilu določb Direktive 2011/83 ni navedenih meril, na podlagi katerih bi bilo mogoče presoditi, v kolikšnem obsegu trgovec v konkretnem primeru v maloprodajnih prostorih „običajno“ izvaja svojo dejavnost v smislu člena 2, točka 9(b), te direktive.

17 V zvezi s tem bi bilo zlasti glede na uvodno izjavo 22 Direktive 2011/83 na eni strani mogoče upoštevati dejstvo, da se trgovec običajno poslužuje določenega načina prodaje, torej da svoje izdelke stalno, in ne le priložnostno, prodaja v maloprodajnih prostorih.

- 18 Na drugi strani pa bi zaradi takega pristopa potrošnik, ki na sejmu kupi proizvod, ki ga prodaja trgovec, ki razpolaga s „stacionarno“ trgovino, v kateri isti izdelek prodaja običajno, na sejmih pa le priložnostno, imel pravico do odstopa na podlagi člena 9 Direktive 2011/83, medtem ko se za prodajo, ki jo opravi drug trgovec, ki svoje izdelke običajno prodaja na sejmih in nima stacionarne trgovine, ne bi štelo, da je bila izvedena „zunaj poslovnih prostorov“, in zato zanjo ne bi veljala ta pravica do odstopa od pogodbe.
- 19 V skladu z drugim pristopom, ki ga je opisalo predložitveno sodišče, način, kako trgovec organizira svojo poslovno dejavnost, ni odločilnega pomena pri presoji, ali je bila pogodba sklenjena izven „poslovnih prostorov“ v smislu člena 2, točka 9, Direktive 2011/83. To presojo bi bilo treba izvesti ob upoštevanju vrste prodanega izdelka. Če gre za izdelek, ki se tipično prodaja na sejmih, bi bilo treba upoštevati, da bi potrošnik moral pričakovati, da mu bo v primeru obiska zadevnega sejma tak izdelek ponujen v prodajo. Varstvo potrošnikov pa bi moralo biti zagotovljeno v zvezi z drugimi vrstami izdelkov, za katere ni mogel pričakovati, da bodo ponujeni na tem sejmu. Ta pristop bi bil utemeljen z namenom pravice do odstopa, ki jo določa Direktiva 2011/83, katere cilj je obvarovati potrošnika pred tem, da preneglo sklene pogodbo, ker so ga presenetili ali ker je bil pod psihičnim pritiskom.
- 20 V skladu s pristopom iz prejšnje točke bi bila upoštevana pričakovanja in dožemanje potrošnikov. V zvezi s tem bi bilo na eni strani mogoče upoštevati pričakovanja potrošnika v času njegove odločitve, da bo obiskal sejem, pri čemer ta pričakovanja temeljijo na informacijah v zvezi z izdelki ali storitvami, ki se tam prodajajo. Na drugi strani bi bilo treba za namene razlage člena 2, točka 9, Direktive 2011/83 upoštevati bolj specifične okoliščine, v katerih je pogodba sklenjena na sejmu.
- 21 V teh okoliščinah je Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče) prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ta vprašanja:

„1. Ali je stojnica v sejmski hali, ki jo trgovec uporablja za prodajo svojih izdelkov med sejmom, ki poteka nekaj dni na leto, ‚nepremični maloprodajni prostor‘ v smislu člena 2, točka 9(a), Direktive 2011/83/EU ali ‚premični maloprodajni prostor‘ v smislu člena 2, točka 9(b), Direktive 2011/83/EU?

2. Če gre za premični maloprodajni prostor:

Ali je treba na vprašanje, ali trgovec ‚običajno‘ opravlja svojo dejavnost na stojnicah na sejmih, odgovoriti glede na to,

(a) kako trgovec organizira svojo dejavnost ali glede na to,

(b) ali mora potrošnik na konkretnem sejmu pričakovati, da se lahko sklene pogodba o obravnavanih izdelkih?

3. Če je za odgovor na drugo vprašanje bistveno dožemanje potrošnika (drugo vprašanje, točka (b):

ali je za odgovor na vprašanje, ali mora potrošnik na obravnavanem sejmu pričakovati, da se lahko sklene pogodba o konkretnih izdelkih, odločilno, kako je sejem predstavljen v javnosti ali kako potrošnik ob predložitvi svoje pogodbene zaveze dejansko dožema sejem?“

### **Vprašanja za predhodno odločanje**

- 22 Z vprašanji, ki jih je treba obravnavati skupaj, predložitveno sodišče v bistvu sprašuje, ali je treba člen 2, točka 9, Direktive 2011/83 razlagati tako, da je stojnica, kakršna je ta v postopku v glavni stvari, ki jo trgovec uporablja na trgovskem sejmu, na katerem opravlja svojo dejavnost nekaj dni na leto, „poslovni prostor“ v smislu te določbe.

- 23 Uvodoma je treba opozoriti, da Direktiva 2011/83 „poslovne prostore“ na eni strani opredeljuje v členu 2, točka 9(a), kot katere koli nepremične maloprodajne prostore, v katerih trgovec stalno izvaja svojo dejavnost, in na drugi strani v členu 2, točka 9(b), kot katere koli premične maloprodajne prostore, v katerih trgovec običajno izvaja svojo dejavnost.
- 24 V uvodni izjavi 22 te direktive je glede tega natančneje navedeno, da bi morali poslovni prostori vključevati prostore v kateri koli obliki, kot so trgovine, stojnice ali prikolice, ki jih trgovec uporablja kot stalni ali običajni poslovni obrat.
- 25 Tako je zakonodajalec Unije določil, da je poslovni prostor lahko nepremični ali premični maloprodajni prostor, v katerem trgovec dejavnost izvaja stalno ali običajno.
- 26 V Direktivi 2011/83 ni opredeljeno, kaj pomeni dejavnost, ki se izvaja „stalno“ ali „običajno“, prav tako pa glede natančnega pomena teh izrazov ne napotuje na nacionalno pravo.
- 27 V skladu z ustaljeno sodno prakso Sodišča iz zahteve po enotni uporabi prava Unije izhaja – če določba prava Unije glede opredelitve posamičnega pojma ne napotuje izrecno na pravo držav članic – da je treba ta pojem v celotni Uniji razlagati avtonomno in enotno ob upoštevanju ne zgolj izrazov iz zadevne določbe, ampak tudi njenega okvira in cilja, ki mu sledi ureditev, katere del je (sodba z dne 8. marca 2018, DOCERAM, C-395/16, EU:C:2018:172, točka 20 in navedena sodna praksa).
- 28 Zato je treba pojma iz člena 2, točka 9(a) in (b), Direktive 2011/83 za namene uporabe te direktive obravnavati kot avtonomna pojma prava Unije, ki ju je treba razlagati enotno na ozemlju vseh držav članic.
- 29 V zvezi s tem je treba ugotoviti, prvič, da za dejavnosti, ki jih trgovec opravlja na stojnici, kakršna je ta v postopku v glavni stvari, ki je nameščena na sejmu za obdobje nekaj dni v koledarskem letu, ni mogoče šteti, da se opravljajo „stalno“ v običajnem smislu tega izraza.
- 30 Drugič, glede izraza „običajno“ je treba navesti, da je ta izraz v splošnem pomenu mogoče razumeti tako, da se nanaša na neko pogostost v obdobju izvajanja zadevne dejavnosti oziroma da se ta dejavnost po navadi opravlja na zadevnem mestu. Zato pomen tega izraza v vsakdanjem jeziku sam po sebi ne omogoča, da bi se ta izraz lahko takoj nedvoumno razlagal.
- 31 To pa ne spremeni dejstva, da okoliščina, da trgovec svoje dejavnosti opravlja stalno ali običajno v „poslovnem prostoru“ v smislu člena 2, točka 9, Direktive 2011/83, določi obseg varstva potrošnika iz te direktive.
- 32 Na eni strani namreč člena 6 in 7 Direktive 2011/83 določata obveznosti glede informacij in formalne zahteve za „pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov“ v smislu člena 2, točka 8, te direktive. Poleg tega členi od 9 do 16 te direktive potrošniku zagotavljajo pravico do odstopa po sklenitvi take pogodbe in določijo pogoje ter postopke za uveljavljanje te pravice. Na drugi strani se opredelitev pojma „pogodba, sklenjena zunaj poslovnih prostorov“, nanaša na pojem „poslovni prostori“ v smislu člena 2, točka 9, te direktive.
- 33 Namen določb iz prejšnje točke je med drugim pojasnjen v uvodni izjavi 21 Direktive 2011/83, v skladu s katero je potrošnik, ko se nahaja zunaj poslovnih prostorov trgovca, potencialno lahko pod psihičnim pritiskom ali se lahko znajde v nepričakovani situaciji, ne glede na to, ali je dal pobudo za obisk trgovca ali ne. V tem smislu je zakonodajalec Unije želel zajeti tudi primere, v katerih je potrošnik osebno in individualno obravnavan zunaj poslovnih prostorov, pogodba pa je sklenjena nemudoma po tem v poslovnih prostorih trgovca ali prek sredstev komuniciranja na daljavo.

- 34 Iz tega sledi, da je razlog, iz katerega je zakonodajalec Unije varstvo potrošnikov v primeru pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, določil za primere, v katerih potrošnik pogodbe ne sklene v poslovnem prostoru, v katerem je trgovec stalno ali običajno navzoč, to, da je menil, da potrošnik s tem, da spontano obišče ta poslovni prostor, lahko pričakuje, da bo trgovec vzpostavil stik, tako da, odvisno od primera, ne bi mogel veljavno trditi, da je bil presenečen zaradi ponudbe trgovca.
- 35 Poleg tega je treba opozoriti, da je bil pojem „poslovni prostori“ vključen že v člen 1(1), prva alineja, Direktive Sveta 85/577/EGS z dne 20. decembra 1985 za varstvo potrošnika v primeru pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 1, str. 262), ki je bila razveljavljena in nadomeščena z Direktivo 2011/83.
- 36 V četrti uvodni izjavi Direktive 85/577 je bilo navedeno, da je posebna narava pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov prodajalca, taka, da je praviloma prodajalec tisti, ki da pobudo za sklenitev pogodbe, na kar potrošnik ni pripravljen ali česar ne sprejme in da potrošnik pogosto ne more primerjati kakovosti in cene ponudbe z drugimi ponodbami. V tej uvodni izjavi je bilo navedeno tudi, da ta element presenečenja običajno obstaja ne samo pri pogodbah, ki se sklepajo od vrat do vrat, ampak tudi pri drugih oblikah pogodb, ki jih prodajalec sklene zunaj svojih poslovnih prostorov.
- 37 Sodišče je v točkah 34 in 37 sodbe z dne 22. aprila 1999, *Travel Vac* (C-423/97, EU:C:1999:197), zlasti glede na četrto uvodno izjavo Direktive 85/577 presodilo, da se je pojem „poslovni prostori“ v smislu te direktive nanašal na poslovne prostore, v katerih trgovec običajno opravlja svoje dejavnosti in so jasno opredeljeni kot prodajna lokacija za javnost.
- 38 Ker je iz uvodne izjave 22 Direktive 2011/83 razvidno, da se ta direktiva s pojmom „poslovni prostori“ nanaša tudi na kraje, v katerih okoliščina, da je bil vzpostavljen stik s potrošnikom, ne vsebuje elementa presenečenja, je poduk, ki izhaja iz navedene sodbe Sodišča, ki se nanaša na razlago Direktive 85/577, še vedno upošteven za namene razlage tega pojma v okviru Direktive 2011/83.
- 39 Glede na te ugotovitve in ugotovitve, ki so bile navedene v točki 34 te sodbe, je treba izraz „običajno“ v smislu člena 2, točka 9(b), Direktive 2011/83 razumeti tako, da se sklicuje na okoliščino, da je zadevna dejavnost, ki se opravlja na zadevnem prostoru, običajna dejavnost.
- 40 Te razlage ne omaje okoliščina, da člen 2, točka 9(a), Direktive 2011/83 v zvezi z nepremičnimi maloprodajnimi prostori vsebuje sklicevanje na poslovne dejavnosti, ki jih zadevni trgovec ne opravlja „običajno“, temveč „stalno“. V primeru teh prostorov namreč okoliščina, da se zadevna dejavnost tu opravlja stalno, nujno pomeni, da je dejavnost za potrošnika „normalna“ ali „običajna“. Ob upoštevanju okoliščine, da je dejavnost, ki se opravlja v teh poslovnih prostorih, stalna, potrošnika ne more presenetiti vrsta ponudbe, ki jo tam prejme.
- 41 Natančneje, kar zadeva položaj, kakršen je ta v postopku v glavni stvari, v katerem trgovec svojo dejavnost opravlja na stojnici na trgovskem sejmu, je treba spomniti, kot je navedeno tudi v uvodni izjavi 22 Direktive 2011/83, da je treba stojnice na tržnicah in sejmih obravnavati kot poslovne prostore, če izpolnjujejo ta pogoj.
- 42 Iz te uvodne izjave tudi izhaja, da bi bilo treba maloprodajne prostore, v katerih trgovec sezonsko opravlja svojo dejavnost, na primer v času turistične sezone v smučarskem središču ali na morskem letovišču, obravnavati kot poslovne prostore, saj trgovec v navedenih prostorih običajno opravlja svojo dejavnost. Javno dostopni prostori, kot so ceste, nakupovalna središča, plaže, športni objekti in javni prevoz, ki jih trgovec izjemoma uporablja za opravljanje poslovnih dejavnosti, in tudi zasebni domovi ali delovna mesta, pa se ne smejo obravnavati kot poslovni prostori.

- 43 Glede na navedeno je treba zato, da bi se v določenem primeru ugotovilo, ali je treba stojnico na sejmu opredeliti kot „poslovni prostor“ v smislu člena 2, točka 9, te direktive, upoštevati videz te stojnice iz perspektive javnosti, zlasti pa, ali v očeh povprečnega potrošnika ta deluje kot kraj, kjer trgovec, ki je tam navzoč, običajno opravlja svoje dejavnosti, vključno s sezonskimi, tako da lahko potrošnik razumno pričakuje, da mu bo v primeru obiska trgovec podal trgovsko ponudbo.
- 44 V zvezi s tem je pomembno dojetje povprečnega potrošnika, to je potrošnika, ki je normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren (glej po analogiji sodbe z dne 30. aprila 2014, Kásler in Káslerné Rábai, C-26/13, EU:C:2014:282, točka 74; z dne 26. oktobra 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, točka 39, in z dne 20. septembra 2017, Andriuc in drugi, C-186/16, EU:C:2017:703, točka 47).
- 45 V tem okviru mora nacionalno sodišče presoditi, kakšen videz daje zadevna stojnica povprečnemu potrošniku, ob upoštevanju vseh dejanskih okoliščin v zvezi z dejavnostjo trgovca, zlasti pa informacij, ki so bile posredovane na samem sejmskem prostoru. Trajanje zadevnega sejma v tem pogledu ni odločilno, ker je zakonodajalec Unije menil, kot je razvidno iz uvodne izjave 22 Direktive 2011/83, da so lahko prostori, v katerih trgovec sezonsko opravlja svojo dejavnost, „poslovni prostori“ v smislu člena 2, točka 9, te direktive.
- 46 Iz zgornjih preudarkov izhaja, da je treba na postavljena vprašanja odgovoriti, da je treba člen 2, točka 9, Direktive 2011/83 razlagati tako, da je stojnica, kakršna je ta v postopku v glavni stvari, ki jo trgovec uporablja na trgovskem sejmu, na katerem opravlja svojo dejavnost nekaj dni na leto, „poslovni prostor“ v smislu te določbe, če bi ob upoštevanju vseh dejanskih okoliščin v zvezi z dejavnostjo trgovca, zlasti pa videza stojnice in informacij, ki so bile posredovane na samem sejmskem prostoru, potrošnik, ki je normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren, lahko razumno domneval, da ta trgovec tam opravlja svojo dejavnost in bo z njim vzpostavil stik z namenom sklenitve pogodbe, kar pa mora preveriti nacionalno sodišče.

### **Stroški**

- 47 Ker je ta postopek za stranki v postopku v glavni stvari ena od stopenj v postopku pred predložitvenim sodiščem, to odloči o stroških. Stroški, priglašeni za predložitev stališč Sodišču, ki niso stroški navedenih strank, se ne povrnejo.

Iz teh razlogov je Sodišče (osmi senat) razsodilo:

**Člen 2, točka 9, Direktive 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/577/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta je treba razlagati tako, da je stojnica, kakršna je ta v postopku v glavni stvari, ki jo trgovec uporablja na trgovskem sejmu, na katerem opravlja svojo dejavnost nekaj dni na leto, „poslovni prostor“ v smislu te določbe, če bi ob upoštevanju vseh dejanskih okoliščin v zvezi z dejavnostjo trgovca, zlasti pa videza stojnice in informacij, ki so bile posredovane na samem sejmskem prostoru, potrošnik, ki je normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren, lahko razumno domneval, da ta trgovec tam opravlja svojo dejavnost in bo z njim vzpostavil stik z namenom sklenitve pogodbe, kar pa mora preveriti nacionalno sodišče.**

Podpisi