

## **Corte di Giustizia UE, Ottava Sezione, sentenza 7 agosto 2018, causa C-485/17 (\*)**

*«Rinvio pregiudiziale – Tutela dei consumatori – Direttiva 2011/83/UE – Articolo 2, punto 9 – Nozione di “locale commerciale” – Criteri – Contratto di vendita concluso presso lo stand di un professionista in occasione di una fiera commerciale»*

### *Sentenza*

1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione dell'articolo 2, punto 9, della direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU 2011, L 304, pag. 64).

2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra la Verbraucherzentrale Berlin eV, un'associazione di consumatori (in prosieguito: «l'associazione»), e la Unimatic Vertriebs GmbH (in prosieguito: la «Unimatic»), società di distribuzione, in merito all'informazione concernente il diritto di recesso del consumatore in caso di vendita conclusa in occasione di una fiera commerciale.

### **Contesto normativo**

#### *Diritto dell'Unione*

3 I considerando 4, 5, 7, 21, 22 e 37 della direttiva 2011/83 così recitano:

«(4) (...) L'armonizzazione di taluni aspetti dei contratti a distanza conclusi dai consumatori e dei contratti da essi negoziati fuori dei locali commerciali è necessaria per promuovere un effettivo mercato interno dei consumatori, che raggiunga il giusto equilibrio tra un elevato livello di tutela dei consumatori e la competitività delle imprese, assicurando nel contempo il rispetto del principio di sussidiarietà.

(5) (...) La completa armonizzazione delle informazioni e il diritto di recesso nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali contribuirà quindi a un livello elevato di protezione dei consumatori e a un migliore funzionamento del mercato interno tra imprese e consumatori.

(...)

(7) L'armonizzazione completa di alcuni aspetti normativi chiave dovrebbe aumentare considerevolmente la certezza giuridica sia per i consumatori che per i professionisti. (...) Inoltre, i consumatori dovrebbero beneficiare di un elevato livello di tutela in tutta l'Unione.

(...)

(21) Un contratto negoziato fuori dei locali commerciali dovrebbe essere definito come un contratto concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un luogo diverso dai locali del professionista, ad esempio al domicilio o sul posto di lavoro del consumatore. Fuori dei locali commerciali il consumatore può essere sottoposto a una potenziale pressione psicologica o può trovarsi di fronte a un elemento di sorpresa, indipendentemente dal fatto che abbiano richiesto o meno la visita del professionista. La definizione di contratto negoziato fuori dei locali commerciali dovrebbe comprendere anche le situazioni in cui il consumatore è avvicinato personalmente e singolarmente fuori dei locali commerciali ma il contratto è concluso immediatamente dopo nei locali del professionista o mediante comunicazione a distanza. (...) Gli acquisti effettuati durante un'escursione organizzata dal professionista durante la quale è effettuata la promozione e la vendita dei prodotti acquistati dovrebbero essere considerati contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

(22) I locali commerciali dovrebbero includere qualsiasi forma di locale (ad esempio negozi,

chioschi o camion) che serva da luogo permanente o abituale di commercio per il professionista. I chioschi di vendita al mercato o in una fiera dovrebbero essere considerati locali commerciali se soddisfano tale condizione. I locali adibiti alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività a carattere stagionale, per esempio durante la stagione turistica in una località sciistica o balneare, dovrebbero essere considerati locali commerciali in quanto il professionista svolge la sua attività in tali locali in modo abituale. Spazi accessibili al pubblico, quali strade, centri commerciali, spiagge, impianti sportivi e trasporti pubblici, che il professionista utilizza a carattere eccezionale per le sue attività commerciali, nonché domicilia privati o il posto di lavoro, non dovrebbero essere considerati locali commerciali. (...)

(...)

(37) (...) Per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali, il consumatore dovrebbe disporre del diritto di recesso in virtù del potenziale elemento di sorpresa e/o di pressione psicologica. Il recesso dal contratto dovrebbe porre termine all'obbligo delle parti contraenti di eseguire il contratto».

4 L'articolo 2 della direttiva in parola, recante il titolo «Definizioni», così recita:

«Ai fini della presente direttiva, si intende per:

(...)

8) “contratto negoziato fuori dei locali commerciali”: qualsiasi contratto tra il professionista e il consumatore:

a) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un luogo diverso dai locali del professionista;

b) per cui è stata fatta un'offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui alla lettera a);

c) concluso nei locali del professionista o mediante qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza immediatamente dopo che il consumatore è stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore; oppure

d) concluso durante un viaggio promozionale organizzato dal professionista e avente lo scopo o l'effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore;

9) “locali commerciali”:

a) qualsiasi locale immobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività su base permanente; oppure

b) qualsiasi locale mobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la propria attività a carattere abituale;

(...)».

5 L'articolo 5 di detta direttiva concerne gli «[o]bblighi d'informazione per contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali».

6 L'articolo 6 della stessa direttiva, intitolato «Obblighi di informazione per i contratti a distanza e per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali» stabilisce, al paragrafo 1:

«Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le informazioni seguenti, in maniera chiara e comprensibile:

(...)

h) in caso di sussistenza di un diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto conformemente all'articolo 11, paragrafo 1, nonché il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B;

(...)».

7 L'articolo 7 della direttiva 2011/83, intitolato «Requisiti formali per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali» stabilisce, al paragrafo 1:

«Per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali il professionista fornisce al consumatore le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, su supporto cartaceo o, se il

consumatore è d'accordo, su un altro mezzo durevole. Dette informazioni devono essere leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile».

8 L'articolo 9 della medesima direttiva, intitolato «Diritto di recesso», paragrafo 1, così recita: «Fatte salve le eccezioni di cui all'articolo 16, il consumatore dispone di un periodo di quattordici giorni per recedere da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere costi diversi da quelli previsti all'articolo 13, paragrafo 2, e all'articolo 14».

Normativa tedesca

9 La direttiva 2011/83 è stata trasposta nel diritto tedesco dalla Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung (legge sul recepimento della direttiva sui diritti dei consumatori e sulla modifica della legge per la regolamentazione delle agenzie immobiliari) del 20 settembre 2013 (BGBl. 2013 I, pag. 3642).

### *Procedimento principale e questioni pregiudiziali*

10 La Unimatic è una società di distribuzione che commercializza beni, in particolare in occasione della Grüne Woche (settimana verde), che si svolge ogni anno a Berlino (Germania).

Dall'ordinanza di rinvio risulta che la Unimatic vende i suoi prodotti esclusivamente nell'ambito delle fiere.

11 Il 22 gennaio 2015 un cliente ha ordinato, presso lo stand della Unimatic in tale fiera, un pulitore a vapore/aspiratore al prezzo di EUR 1 600. La Unimatic non ha informato il cliente dell'esistenza di un diritto di recesso previsto dalla legge tedesca, ai sensi dell'articolo 9 della direttiva 2011/83.

12 L'associazione ha ritenuto che la Unimatic avrebbe dovuto informare tale cliente in merito al suo diritto di recesso, poiché il contratto di vendita è stato concluso al di fuori dei locali commerciali.

13 Pertanto, l'associazione ha adito il Landgericht Freiburg (tribunale del Land di Freiburg, Germania) con una domanda volta a vietare alla Unimatic di vendere i propri prodotti senza fornire ai consumatori informazioni in merito al diritto di recesso di cui godono.

14 La domanda dell'associazione è stata respinta dal Landgericht Freiburg (tribunale del Land di Freiburg) ed è stato respinto anche l'appello proposto da quest'ultima dinanzi l'Oberlandesgericht Karlsruhe (tribunale superiore del Land di Karlsruhe, Germania).

15 In tali circostanze, l'associazione ha proposto un ricorso per cassazione («Revision») dinanzi al giudice del rinvio, il Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania).

16 Il giudice del rinvio ritiene che il tenore letterale delle disposizioni della direttiva 2011/83 non indichi i criteri che permettono di valutare in quale misura, in un caso concreto, il professionista eserciti la propria attività in un locale commerciale «a carattere abituale», ai sensi dell'articolo 2, punto 9, lettera b), della presente direttiva.

17 A tal riguardo, da un lato, in particolare alla luce del considerando 22 della direttiva 2011/83, sarebbe possibile tenere conto del fatto che il professionista utilizzi a carattere abituale uno specifico metodo di vendita, ossia venda di regola i suoi prodotti, e non solo saltuariamente, in locali commerciali.

18 Dall'altro lato, tale ipotesi implicherebbe che il consumatore che acquista beni messi in vendita nell'ambito di una fiera da un professionista avente un esercizio commerciale fisso, nel quale vende abitualmente lo stesso bene e lo commercializza solamente a titolo occasionale nelle fiere, goda del diritto di recesso di cui all'articolo 9 della direttiva 2011/83, mentre la vendita conclusa da un altro professionista che vende abitualmente i propri beni nelle fiere e non dispone di un esercizio commerciale fisso non potrebbe essere considerata come conclusa «al di fuori dei locali commerciali» e, pertanto, non sarebbe accompagnata dal suddetto diritto di recesso.

19 Secondo un'altra ipotesi, delineata dal giudice del rinvio, non sarebbe il modo in cui il professionista esercita la sua attività commerciale che è determinante per valutare se il contratto è concluso al di fuori dei «locali commerciali», ai sensi dell'articolo 2, punto 9, della direttiva

2011/83. Tale valutazione dovrebbe essere svolta tenendo conto della natura dei beni venduti. Se si tratta di un bene che si vende solitamente nelle fiere, bisognerebbe considerare che il consumatore doveva aspettarsi, recandosi alla fiera di cui trattasi, che un tale bene gli sarebbe stato offerto in vendita. Viceversa, occorrerebbe garantire la protezione del consumatore per quanto riguarda altri tipi di beni, che egli non poteva aspettarsi di trovare in vendita nell'ambito di detta fiera. Tale ipotesi sarebbe basata sulla finalità del diritto di recesso previsto dalla direttiva 2011/83, che è quella di tutelare il consumatore dalla conclusione affrettata di un contratto in una situazione di sorpresa o sotto pressione psicologica.

20 Nell'ambito dell'approccio descritto al punto precedente, sarebbero rilevanti le aspettative e la percezione del consumatore. A tal riguardo, da una parte, sarebbe possibile tenere conto delle aspettative del consumatore al momento della sua decisione di visitare la fiera, poiché tali aspettative sono basate sulle informazioni riguardanti i beni o i servizi che saranno ivi offerti. Dall'altra parte, ai fini dell'interpretazione dell'articolo 2, punto 9, della direttiva 2011/83, sarebbe opportuno, piuttosto, prendere in considerazione le effettive circostanze nelle quali il contratto è concluso nell'ambito della fiera.

21 È in tale contesto che il Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

«1) Se uno stand in una fiera, collocato in un padiglione e utilizzato da un professionista a fini della vendita dei propri prodotti nell'ambito della fiera stessa, svolgentesi per pochi giorni l'anno, costituisca un locale commerciale immobile adibito alla vendita al dettaglio ai sensi dell'articolo 2, punto 9, lettera a), della direttiva 2011/83/UE o un locale commerciale mobile adibito alla vendita al dettaglio ai sensi dell'articolo 2, punto 9, lettera b), della direttiva 2011/83/UE.

2) Nel caso in cui si tratti di un locale mobile adibito alla vendita al dettaglio:

Se al quesito volto a stabilire se un professionista eserciti la propria attività "a carattere abituale" negli stand di vendita in una fiera debba risponderci in base a uno dei seguenti criteri:

a) le modalità con cui il professionista organizzi la propria attività ovvero

b) la prevedibilità, per il consumatore, della conclusione del contratto relativo alle merci in questione nella specifica fiera.

3) Nel caso in cui, nella risposta alla seconda questione, sia determinante la prospettiva del consumatore (seconda questione, sub b):

Se, nel rispondere al quesito sulla prevedibilità, per il consumatore, della conclusione del contratto relativo alle specifiche merci nell'ambito della fiera medesima, rilevino le modalità con cui la fiera venga presentata al pubblico o le modalità con cui la fiera appaia effettivamente al consumatore al momento della manifestazione della volontà contrattuale».

### **Sulle questioni pregiudiziali**

22 Con le sue questioni, che occorre esaminare congiuntamente, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se l'articolo 2, punto 9, della direttiva 2011/83 debba essere interpretato nel senso che uno stand, come quello di cui trattasi nel procedimento principale, di un professionista presso una fiera commerciale, in cui egli esercita le proprie attività pochi giorni all'anno, è un «locale commerciale», ai sensi di tale disposizione.

23 In via preliminare, occorre ricordare che la direttiva 2011/83 definisce un «locale commerciale», da una parte, al suo articolo 2, punto 9, lettera a), come qualsiasi locale immobile in cui il professionista esercita la sua attività su base permanente e, dall'altra parte, al suo articolo 2, punto 9, lettera b), come qualsiasi locale mobile in cui il professionista esercita la propria attività a carattere abituale.

24 Il considerando 22 di tale direttiva precisa, a tal riguardo, che i locali commerciali dovrebbero includere qualsiasi forma di locale, come negozi, stand o camion, che servano da luogo permanente o abituale di commercio per il professionista.

25 Del pari, il legislatore dell'Unione ha disposto che il locale commerciale può essere immobile o

mobile e che l'attività del professionista può essere esercitata su base permanente o a carattere abituale.

26 La direttiva 2011/83 non definisce ciò che occorre intendersi per un'attività svolta «su base permanente» o «a carattere abituale» e non contiene alcun rinvio ai diritti nazionali per quanto riguarda il significato preciso di tali termini.

27 Secondo una costante giurisprudenza della Corte, dall'esigenza di applicazione uniforme del diritto dell'Unione deriva che, laddove una sua disposizione non rinvii al diritto degli Stati membri per quanto riguarda una determinata nozione, quest'ultima deve essere oggetto, nell'intera Unione, di un'interpretazione autonoma e uniforme, da effettuarsi tenendo conto non solo dei termini della disposizione interessata, ma anche del suo contesto e dello scopo perseguito dalla normativa di cui tale disposizione fa parte (sentenza dell'8 marzo 2018, DOCERAM, C 395/16, EU:C:2018:172, punto 20 e giurisprudenza ivi citata).

28 Pertanto, le nozioni di cui all'articolo 2, punto 9, lettere a) e b), della direttiva 2011/83 devono essere considerate, ai fini dell'applicazione di tale direttiva, come nozioni autonome del diritto dell'Unione, che devono essere interpretate in modo uniforme nel territorio di tutti gli Stati membri.

29 A tal riguardo, in primo luogo, occorre rilevare che le attività di un professionista esercitate in uno stand, come quello di cui trattasi nel procedimento principale, che è installato presso una fiera per un periodo di pochi giorni nel corso di un anno civile, non possono essere considerate come esercitate «su base permanente» nel senso proprio del termine.

30 In secondo luogo, per quanto riguarda l'espressione «a carattere abituale», si deve rilevare che, nella sua accezione comune, tale espressione può essere intesa come se rinviasse a una certa costanza nel tempo dell'attività di cui trattasi o al carattere normale che presenta l'esercizio di detta attività nel sito in questione. Di conseguenza, il significato di tale espressione nel linguaggio corrente non permette, di per sé, di darle prima facie un'interpretazione univoca.

31 Tuttavia, il fatto che un professionista eserciti le proprie attività su base permanente o a carattere abituale in un «locale commerciale», ai sensi dell'articolo 2, punto 9, della direttiva 2011/83, determina l'ambito di applicazione della tutela dei consumatori prevista dalla citata direttiva.

32 In effetti, da una parte, gli articoli 6 e 7 della direttiva 2011/83 stabiliscono obblighi di informazione e obblighi formali per i «contratti negoziati fuori dei locali commerciali», ai sensi dell'articolo 2, punto 8, della presente direttiva. Inoltre, gli articoli da 9 a 16 della presente direttiva accordano al consumatore un diritto di recesso dopo la conclusione di un tale contratto e definiscono le condizioni e le modalità per l'esercizio di tale diritto. Dall'altra parte, la definizione di «contratto negoziato fuori dei locali commerciali» si riferisce alla nozione di «locale commerciale», ai sensi dell'articolo 2, punto 9, di detta direttiva.

33 L'obiettivo delle disposizioni di cui al punto precedente è espresso in particolare nel considerando 21 della direttiva 2011/83, secondo cui, quando il consumatore si trova fuori dei locali commerciali, può essere sottoposto a una potenziale pressione psicologica o può trovarsi di fronte a un elemento di sorpresa, indipendentemente dal fatto che abbia richiesto o meno la visita del professionista. A tale riguardo, il legislatore dell'Unione ha voluto prendere in considerazione anche delle situazioni in cui il consumatore è avvicinato personalmente e singolarmente fuori dei locali commerciali, ma il contratto è concluso immediatamente dopo nei locali del professionista o mediante comunicazione a distanza.

34 Ne consegue che se il legislatore dell'Unione ha previsto la protezione del consumatore, per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali, nei casi in cui, al momento della conclusione del contratto, il consumatore non si trova in un locale occupato in maniera permanente o abituale dal professionista, è perché ha ritenuto che, recandosi spontaneamente in un locale siffatto, il consumatore di cui trattasi possa aspettarsi di essere avvicinato dal professionista, cosicché, all'occorrenza, non può legittimamente affermare in un momento successivo di essere stato sorpreso dall'offerta di tale professionista.

35 Inoltre, occorre rilevare che la nozione di «locale commerciale» era già contenuta nell'articolo 1, paragrafo 1, primo trattino, della direttiva 85/577/CEE del Consiglio, del 20 dicembre 1985, per la

tutela dei consumatori in caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali (GU 1985, L 372, pag. 31), che è stata abrogata e sostituita dalla direttiva 2011/83.

36 Il quarto considerando della direttiva 85/577 disponeva che la caratteristica dei contratti conclusi fuori dei locali commerciali del commerciante è che, di regola, il commerciante prende l'iniziativa delle trattative e che il consumatore è impreparato di fronte a queste trattative e si trova preso di sorpresa e che, spesso, non ha la possibilità di confrontare la qualità e il prezzo che gli vengono proposti con altre offerte. Tale considerando stabiliva inoltre che questo elemento di sorpresa è generalmente presente non soltanto nel caso di contratti conclusi a domicilio, ma anche in altre forme di contratti conclusi dal commerciante fuori dai propri locali.

37 In particolare, è alla luce del quarto considerando della direttiva 85/577 che, ai punti 34 e 37 della sentenza 22 aprile 1999, *Travel Vac* (C 423/97, EU:C:1999:197), la Corte ha stabilito che la nozione di «locale commerciale», ai sensi di tale direttiva, riguarda i locali nei quali il commerciante esercita abitualmente le proprie attività e che sono chiaramente individuati come locali di vendita al pubblico.

38 Poiché dal considerando 22 della direttiva 2011/83 risulta che quest'ultima, con la nozione di «locale commerciale», intende riferirsi anche ai luoghi nei quali per il consumatore il fatto di ricevere delle sollecitazioni commerciali non costituisce un elemento di sorpresa, l'insegnamento che emerge da tale sentenza della Corte relativa all'interpretazione della direttiva 85/577 rimane pertinente ai fini dell'interpretazione di tale medesima nozione, ai sensi della direttiva 2011/83.

39 Alla luce di tali considerazioni e di quelle esposte al punto 34 della presente sentenza, l'espressione «a carattere abituale», ai sensi dell'articolo 2, punto 9, lettera b), della direttiva 2011/83, deve essere intesa come facente riferimento al carattere normale che riveste, nel locale interessato, l'esercizio dell'attività di cui trattasi.

40 Tale interpretazione non è rimessa in discussione dal fatto che l'articolo 2, punto 9, lettera a), della direttiva 2011/83 si riferisce, per quanto riguarda i locali immobili, alle attività commerciali svolte non già «a carattere abituale» ma «su base permanente» dal professionista di cui trattasi. Infatti, per quanto riguarda tali locali, il fatto stesso che l'attività di cui trattasi vi sia esercitata in modo permanente implicherà necessariamente che la stessa assuma un carattere «normale» o «abituale» per un consumatore. Tenuto conto del carattere permanente che deve soddisfare l'attività svolta in detti esercizi commerciali, il consumatore non può farsi cogliere impreparato dall'offerta che riceverebbe nei medesimi.

41 Per quanto riguarda, più in particolare, una situazione come quella oggetto del procedimento principale, in cui un professionista esercita le proprie attività presso uno stand di una fiera commerciale, va ricordato che, come indicato nel considerando 22 della direttiva 2011/83, i chioschi di vendita al mercato o in una fiera devono essere considerati locali commerciali se soddisfano tale condizione.

42 Risulta del pari da tale considerando che i locali adibiti alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività a carattere stagionale, per esempio durante la stagione turistica in una località sciistica o balneare, devono essere considerati locali commerciali in quanto il professionista svolge la sua attività in tali locali in modo abituale. Per contro, gli spazi accessibili al pubblico, quali strade, centri commerciali, spiagge, impianti sportivi e trasporti pubblici, che il suddetto professionista utilizza a carattere eccezionale per le sue attività commerciali, nonché domicilia privati o il posto di lavoro, non devono essere considerati locali commerciali.

43 Alla luce di quanto precede, per stabilire, in un determinato caso, se uno stand presso una fiera debba essere qualificato come «locale commerciale», ai sensi dell'articolo 2, punto 9, di tale direttiva, si deve tenere conto dell'aspetto concreto che presenta tale stand agli occhi del pubblico e, più in particolare, se, agli occhi di un consumatore medio, lo stesso si presenti come un luogo in cui il professionista che lo occupa esercita le proprie attività, comprese quelle stagionali, a carattere abituale, di modo che un tale consumatore possa ragionevolmente attendersi, recandovisi, di essere oggetto di una sollecitazione commerciale.

44 È rilevante, al riguardo, la percezione del consumatore medio, ossia un consumatore

normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto (v., per analogia, sentenze del 30 aprile 2014, Kásler e Káslerné Rábai, C 26/13, EU:C:2014:282, punto 74; del 26 ottobre 2016, Canal Digital Danmark, C 611/14, EU:C:2016:800, punto 39, nonché del 20 settembre 2017, Andriuc e a., C 186/16, EU:C:2017:703, punto 47).

45 In tale contesto, spetta al giudice nazionale valutare l'aspetto che lo stand in questione presenta al consumatore medio, tenendo conto del complesso delle circostanze di fatto che accompagnano le attività del professionista e, in particolare, delle informazioni fornite nei locali della fiera stessa. La durata della fiera non è, di per sé, determinante al riguardo, dal momento che l'intento del legislatore dell'Unione è, come risulta dal considerando 22 della direttiva 2011/83, che il locale in cui il professionista esercita la propria attività stagionalmente possa costituire un «locale commerciale», ai sensi dell'articolo 2, punto 9, della presente direttiva.

46 Dall'insieme delle considerazioni che precedono, risulta che alle questioni sottoposte occorre rispondere che l'articolo 2, punto 9, della direttiva 2011/83 deve essere interpretato nel senso che uno stand, come quello di cui trattasi nel procedimento principale, di un professionista presso una fiera commerciale, in cui egli esercita le proprie attività pochi giorni all'anno, è un «locale commerciale», ai sensi di tale disposizione, se, alla luce dell'insieme delle circostanze di fatto che accompagnano le attività di cui trattasi, e in particolare dell'aspetto di tale stand e delle informazioni fornite nei locali della fiera stessa, un consumatore normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto possa ragionevolmente aspettarsi che detto professionista vi eserciti le proprie attività e che gli proponga di concludere un contratto, il che spetta al giudice nazionale verificare.

### **Sulle spese**

47 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese. Le spese sostenute da altri soggetti per presentare osservazioni alla Corte non possono dar luogo a rifusione.

*Per questi motivi,  
la Corte (Ottava Sezione) dichiara:*

**L'articolo 2, punto 9, della direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, deve essere interpretato nel senso che uno stand, come quello di cui trattasi nel procedimento principale, di un professionista presso una fiera commerciale, in cui egli esercita le proprie attività pochi giorni all'anno, è un «locale commerciale», ai sensi di tale disposizione, se, alla luce dell'insieme delle circostanze di fatto che accompagnano le attività di cui trattasi, e in particolare dell'aspetto di tale stand e delle informazioni fornite nei locali della fiera stessa, un consumatore normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto possa ragionevolmente aspettarsi che detto professionista vi eserciti le proprie attività e che gli proponga di concludere un contratto, il che spetta al giudice nazionale verificare.**