



Raccolta della giurisprudenza

ORDINANZA DELLA CORTE (Ottava Sezione)

18 dicembre 2025 *

«Rinvio pregiudiziale – Articolo 99 del regolamento di procedura della Corte – Risposta che non dà adito a nessun ragionevole dubbio – Agricoltura e pesca – Prodotti biologici – Regolamento (UE) 2018/848 – Articolo 3, punto 52 – Nozione di “etichettatura” – Nozione di “etichetta” – Articolo 3, punto 53 – Nozione di “pubblicità” – Articolo 30, paragrafo 1 – Prodotti che riportano termini riferiti alla produzione biologica – Articolo 32, paragrafo 1, lettera a) – Obbligo di indicare sull’etichetta il numero di codice dell’autorità o dell’organismo di controllo cui è soggetto l’operatore che ha effettuato l’ultima operazione di produzione o preparazione – Inapplicabilità a volantini pubblicitari che promuovono tali prodotti»

Nella causa C-745/24,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale proposta alla Corte, ai sensi dell’articolo 267 TFUE, dal Landgericht Saarbrücken (Tribunale del Land, Saarbrücken, Germania), con decisione del 24 settembre 2024, pervenuta in cancelleria il 24 ottobre 2024, nel procedimento

Verband Sozialer Wettbewerb eV

contro

GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG,

LA CORTE (Ottava Sezione),

composta da O. Spineanu-Matei, presidente di sezione, S. Rodin e N. Piçarra (relatore), giudici,

avvocato generale: T. Čapeta

cancelliere: A. Calot Escobar

vista la fase scritta del procedimento,

considerate le osservazioni presentate:

- per il Verband Sozialer Wettbewerb eV, da R. Welzel, Rechtsanwalt;
- per la GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG, da M. Grube, Rechtsanwalt;

* Lingua processuale: il tedesco.

– per la Commissione europea, da A. Dawes e M. Zerwes, in qualità di agenti,

vista la decisione, adottata dopo aver sentito l'avvocata generale, di statuire con ordinanza motivata, conformemente all'articolo 99 del regolamento di procedura della Corte,

ha emesso la seguente

Ordinanza

- 1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione del combinato disposto dell'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), dell'articolo 3, punti 52 e 53, nonché dell'articolo 30, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/848 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio (GU 2018, L 150, pag. 1).
- 2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di un'azione inibitoria proposta dal Verband Sozialer Wettbewerb eV (in prosieguo: il «VSW»), un'associazione per la lotta alla concorrenza sleale, nei confronti della GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG (in prosieguo: la «Globus»), una società che gestisce diversi ipermercati, volta a vietare a quest'ultima di promuovere prodotti biologici nei suoi volantini pubblicitari senza indicare il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione, ai sensi dell'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), di tale regolamento.

Contesto normativo

- 3 I considerando 6, 9, 15, 17 e 73 del regolamento 2018/848 così recitano:
 - «(6) Tenuto conto degli obiettivi della politica dell'Unione in materia di produzione biologica, il quadro giuridico definito per l'attuazione di tale politica dovrebbe essere volto a garantire condizioni di concorrenza leale e l'efficace funzionamento del mercato interno dei prodotti biologici, a mantenere e giustificare la fiducia dei consumatori nei prodotti etichettati come biologici e a creare le condizioni propizie all'evoluzione della suddetta politica, in linea con gli sviluppi della produzione e del mercato.
- (...)
- (9) Tenuto conto dell'evoluzione dinamica del settore biologico, il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio[, del 28 giugno 2007, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CEE) n. 2092/91 (GU 2007, L 189, pag. 1),] sottolineava la necessità di un futuro riesame delle norme dell'Unione sulla produzione biologica, alla luce dell'esperienza acquisita con la loro applicazione. I risultati di tale riesame effettuato dalla Commissione [europea] mostrano che il quadro giuridico dell'Unione che disciplina la produzione biologica dovrebbe essere migliorato per includere norme che corrispondano alle grandi aspettative dei consumatori e garantiscano una sufficiente chiarezza ai loro destinatari. È pertanto opportuno abrogare il regolamento (CE) n. 834/2007 e sostituirlo con un nuovo regolamento.

(...)

(15) I progetti di ricerca hanno dimostrato che la fiducia dei consumatori è fondamentale per il mercato degli alimenti biologici. A lungo termine, l'applicazione di norme inaffidabili può compromettere la fiducia del pubblico e comportare disfunzioni del mercato. Lo sviluppo sostenibile della produzione biologica nell'Unione dovrebbe pertanto basarsi su norme di produzione rigorose e armonizzate a livello di Unione che soddisfino le aspettative degli operatori e dei consumatori per quanto riguarda la qualità dei prodotti biologici e il rispetto dei principi e delle norme stabiliti nel presente regolamento.

(...)

(17) Il presente regolamento dovrebbe fornire la base per lo sviluppo sostenibile della produzione biologica e i suoi effetti positivi sull'ambiente, garantendo nel contempo l'efficace funzionamento del mercato interno dei prodotti biologici e una concorrenza leale, aiutando in tal modo gli agricoltori a ottenere un reddito equo, assicurando la fiducia dei consumatori, tutelandone gli interessi e promuovendo le filiere corte e la produzione locale. Tali obiettivi dovrebbero essere raggiunti attraverso il rispetto di principi generali e specifici e di norme di produzione generali e dettagliate applicabili alla produzione biologica.

(...)

(73) L'etichettatura dei prodotti agricoli e alimentari dovrebbe essere soggetta alle norme generali stabilite nel [regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione (GU 2011, L 304, pag. 18),] e, in particolare, alle disposizioni volte a evitare ogni etichettatura che possa generare confusione o indurre in errore i consumatori. Nel presente regolamento dovrebbero inoltre essere stabilite disposizioni particolari relative all'etichettatura dei prodotti biologici e in conversione. Tali disposizioni dovrebbero tutelare sia gli interessi degli operatori, facendo sì che i loro prodotti siano correttamente identificati sul mercato e godano di condizioni di concorrenza leale, sia l'interesse dei consumatori a poter compiere scelte informate».

4 L'articolo 1 del regolamento 2018/848, intitolato «Oggetto», così dispone:

«Il presente regolamento fissa i principi della produzione biologica [e] stabilisce le norme relative alla produzione biologica, alla relativa certificazione e all'uso di indicazioni riferite alla produzione biologica nell'etichettatura e nella pubblicità, nonché le norme relative ai controlli aggiuntivi rispetto a quelli stabiliti dal regolamento (UE) 2017/625 [del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 marzo 2017, relativo ai controlli ufficiali e alle altre attività ufficiali effettuati per garantire l'applicazione della legislazione sugli alimenti e sui mangimi, delle norme sulla salute e sul benessere degli animali, sulla sanità delle piante nonché sui prodotti fitosanitari, recante modifica dei regolamenti (CE) n. 999/2001, (CE) n. 396/2005, (CE) n. 1069/2009, (CE) n. 1107/2009, (UE) n. 1151/2012, (UE) n. 652/2014, (UE) 2016/429 e (UE) 2016/2031 del Parlamento europeo e del Consiglio, dei regolamenti (CE) n. 1/2005 e (CE) n. 1099/2009 del Consiglio e delle direttive 98/58/CE, 1999/74/CE, 2007/43/CE, 2008/119/CE e 2008/120/CE del Consiglio, e che abroga i

regolamenti (CE) n. 854/2004 e (CE) n. 882/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 89/608/CEE, 89/662/CEE, 90/425/CEE, 91/496/CEE, 96/23/CE, 96/93/CE e 97/78/CE del Consiglio e la decisione 92/438/CEE del Consiglio (regolamento sui controlli ufficiali) (GU 2017, L 95, pag. 1)».

5 L'articolo 3 del regolamento 2018/848, intitolato «Definizioni», ai punti 52 e 53 prevede quanto segue:

«52) “etichettatura”: i termini, le diciture, i marchi di fabbrica, i nomi commerciali, le immagini o i simboli riferentesi a un prodotto che sono apposti su qualsiasi imballaggio, documento, avviso, etichetta, nastro o fascetta che accompagni tale prodotto o vi si riferisca;

53) “pubblicità”: qualsiasi presentazione al pubblico di prodotti, con mezzi diversi dall'etichettatura, che intende influenzare e determinare, o potrebbe influenzare e determinare, atteggiamenti, convinzioni e comportamenti atti a promuovere direttamente o indirettamente la vendita di prodotti».

6 L'articolo 30 di tale regolamento, intitolato «Uso di termini riferiti alla produzione biologica», è così formulato:

«1. Ai fini del presente regolamento, si considera che un prodotto riporti termini riferiti alla produzione biologica quando, nell'etichettatura, nella pubblicità o nei documenti commerciali, il prodotto stesso, i suoi ingredienti o le materie prime per mangimi usati per la sua produzione sono descritti con termini che suggeriscono all'acquirente che il prodotto, gli ingredienti o le materie prime per mangimi sono stati prodotti conformemente al presente regolamento. In particolare, i termini elencati nell'allegato IV, i loro derivati e le loro abbreviazioni, quali “bio” ed “eco”, possono essere utilizzati, singolarmente o in abbinamento, in tutta l'Unione e in qualsiasi lingua elencata in detto allegato per l'etichettatura e la pubblicità dei prodotti indicati all'articolo 2, paragrafo 1, conformi al presente regolamento.

2. Per i prodotti di cui all'articolo 2, paragrafo 1, i termini di cui al paragrafo 1 del presente articolo non possono essere utilizzati in nessun paese dell'Unione, in nessuna delle lingue elencate nell'allegato IV, per l'etichettatura, la pubblicità o i documenti commerciali di un prodotto che non sia conforme al presente regolamento.

Inoltre, nell'etichettatura e nella pubblicità non sono utilizzati termini, compresi quelli impiegati in marchi o denominazioni di società, o pratiche che possano indurre in errore il consumatore o l'utente suggerendo che un prodotto o i suoi ingredienti siano conformi al presente regolamento.

(...)».

7 L'articolo 32 di detto regolamento, intitolato «Indicazioni obbligatorie», prevede quanto segue:

«1. Se i prodotti riportano i termini di cui all'articolo 30, paragrafo 1, inclusi i prodotti etichettati come prodotti in conversione conformemente all'articolo 30, paragrafo 3:

a) compare sull'etichetta anche il numero di codice dell'autorità di controllo o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione; e

(...)

3. Le indicazioni di cui ai paragrafi 1 e 2 del presente articolo e all'articolo 33, paragrafo 3, sono apposte in un punto evidente, in modo da essere facilmente visibili, e sono chiaramente leggibili e indelebili.

(...)).

- 8 L'articolo 33 del medesimo regolamento, intitolato «Logo di produzione biologica dell'Unione europea», al paragrafo 1 così dispone:

«Il logo di produzione biologica dell'Unione europea può essere utilizzato nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità di prodotti conformi al presente regolamento.

(...)).

Procedimento principale e questioni pregiudiziali

- 9 La Globus, una società del gruppo di distribuzione Globus St. Wendel, gestisce ipermercati in Germania. Nei mesi di gennaio e febbraio 2024, tale società ha distribuito a Gera (Germania) e nei suoi dintorni volantini pubblicitari che promuovevano, in particolare, diversi prodotti alimentari presentati con l'indicazione «bio» e il logo di produzione biologica dell'Unione, ma senza il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione, ai sensi dell'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2018/848.
- 10 Il VSW ha adito il Landgericht Saarbrücken (Tribunale del Land, Saarbrücken, Germania), giudice del rinvio, proponendo un'azione inibitoria nei confronti della Globus, volta a vietare a quest'ultima di promuovere prodotti biologici nei suoi volantini pubblicitari senza indicare tale numero di codice. Il VSW deduce che la nozione ampia di «etichettatura» di cui all'articolo 30, paragrafo 1, del regolamento 2018/848, alla quale rinvia l'articolo 32, paragrafo 1, di tale regolamento, comprende sia l'«etichettatura», nel senso stretto di cui all'articolo 3, punto 52, dello stesso, sia la «pubblicità», ai sensi dell'articolo 3, punto 53, di detto regolamento. Tale rinvio estenderebbe, pertanto, alla pubblicità relativa ai prodotti biologici l'obbligo di indicare il citato numero di codice, previsto all'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del medesimo regolamento. Le versioni in lingua inglese e francese di tali disposizioni sarebbero più esplicite su questo punto della versione in lingua tedesca.
- 11 La Globus, dal canto suo, sostiene che l'articolo 3, punti 52 e 53, del regolamento 2018/848 distingue chiaramente tra l'etichettatura e la pubblicità e che l'articolo 30, paragrafo 1, di tale regolamento non consente di assimilare queste due nozioni. Gli obblighi relativi ai prodotti descritti come provenienti dalla produzione biologica dovrebbero applicarsi ai soli flussi fisici di merci e ai relativi documenti di accompagnamento, con esclusione dei volantini pubblicitari. Pertanto, il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo ai sensi dell'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), di detto regolamento dovrebbe essere indicato esclusivamente sul prodotto stesso. La Globus aggiunge che, se tale obbligo dovesse estendersi a volantini pubblicitari come quelli di cui si tratta nel procedimento principale, sarebbe impossibile, in pratica, attuarlo. Infatti, al momento della preparazione di tali volantini, essa non conoscerebbe ancora l'operatore o gli

operatori incaricati della consegna dei prodotti descritti come provenienti dalla produzione biologica e non potrebbe, quindi, identificare l'autorità o l'organismo di controllo cui tale operatore o tali operatori sono soggetti.

- 12 Il giudice del rinvio rileva che l'espressione «o vi si riferisca», che compare, insieme all'espressione «che accompagni tale prodotto», nella definizione della nozione di «etichettatura», all'articolo 3, punto 52, del regolamento 2018/848, potrebbe, come sostiene il VSW, includere la «pubblicità», ai sensi dell'articolo 3, punto 53, di tale regolamento. Infatti, nella misura in cui i volantini pubblicitari, come quelli di cui si tratta nel procedimento principale, si «riferiscono» ai prodotti biologici ivi presentati, essi potrebbero essere considerati una forma di «etichettatura».
- 13 Per escludere i volantini pubblicitari di cui si tratta nel procedimento principale dalla nozione di «etichettatura», ai sensi dell'articolo 3, punto 52, del regolamento 2018/848, tale giudice opera una distinzione tra la pubblicità generica, che è lontana dal prodotto in questione, e la pubblicità specifica, che è vicina a quest'ultimo, distinzione che esso fonda in particolare sull'articolo 32, paragrafo 3, di tale regolamento. Detto giudice deduce dall'obbligo ivi previsto di apporre le indicazioni di cui al paragrafo 1 di tale articolo in un punto evidente, in modo da essere facilmente visibili nonché chiaramente leggibili e indelebili, che quest'ultima disposizione riguarda normalmente l'etichettatura del prodotto stesso e non la pubblicità fisicamente lontana da quest'ultimo, come i volantini in questione.
- 14 Per di più, il giudice del rinvio ritiene che l'articolo 30, paragrafo 1, del regolamento 2018/848, che esso interpreta nel senso che da tale articolo «si desume la volontà che i prodotti riportino le informazioni necessarie», non richieda che i volantini pubblicitari, fisicamente separati dai prodotti ivi descritti con i termini «bio» oppure «eco», indichino il numero di codice ai sensi dell'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), di tale regolamento, poiché i consumatori potrebbero ottenere una simile informazione al momento dell'acquisto di tali prodotti. Esso aggiunge che tale conclusione risulta chiaramente dalla versione in lingua inglese di quest'ultima disposizione, dato che il termine «*labelling*» non riguarda la pubblicità.
- 15 Al pari della Globus, il giudice del rinvio rileva che, al momento della preparazione del volantino pubblicitario, il venditore non conosce necessariamente l'identità dell'operatore che consegnerà i prodotti biologici, né, di conseguenza, quella dell'autorità o dell'organismo di controllo di cui al citato articolo 32, paragrafo 1, lettera a).
- 16 In tali circostanze, il Landgericht Saarbrücken (Tribunale del Land, Saarbrücken) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:
 - «1) Se il diritto dell'Unione, in particolare con riferimento al regolamento [2018/848] (in prosieguo: il “regolamento UE sull'agricoltura biologica”), debba essere interpretato nel senso che la pubblicità di una catena di rivenditori tramite volantini distribuiti a famiglie di consumatori e avente per oggetto, oltre a una varietà di altre merci, anche prodotti biologici ai sensi del regolamento UE sull'agricoltura biologica, debba riportare l'indicazione del numero di codice dell'autorità di controllo o dell'organismo di controllo competente, vale a dire, dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione.

- 2) a) Se l'articolo 3, punto 52, del regolamento UE sull'agricoltura biologica, debba essere interpretato nel senso che qualsiasi "pubblicità", di un prodotto biologico, ai sensi dell'articolo 3, punto 53, del medesimo regolamento, costituisce anche "etichettatura" dello stesso ai sensi dell'articolo 3, punto 52, del regolamento UE sull'agricoltura biologica.
- b) Se dall'articolo 32, paragrafo 1, del regolamento (UE) sull'agricoltura biologica, con il riferimento all'articolo 30, paragrafo 1, discenda l'obbligo di indicare il numero di codice dell'organismo di controllo anche per le pubblicità fisicamente separate dal prodotto, quando nell'etichettatura, nella pubblicità o nei documenti commerciali il prodotto viene descritto con termini che suggeriscono all'acquirente che l'alimento proviene da una produzione biologica.
- c) Se ciò valga anche qualora un rivenditore al dettaglio promuova prodotti di un produttore che provengono (o possono provenire) da fabbriche diverse e che sono controllati da organismi di controllo diversi.
- d) Qualora alle questioni da *sub* 2 a) a *sub* 2 c) non sia possibile rispondere affermativamente o negativamente in modo univoco, si pone la questione di sapere in base a quali criteri, se del caso, occorra operare una distinzione nell'ambito della questione *sub* 2 a) e di quella *sub* 2 b)».

Sulle questioni pregiudiziali

- 17 Ai sensi dell'articolo 99 del regolamento di procedura, la Corte, su proposta del giudice relatore, sentito l'avvocato generale, può statuire in qualsiasi momento con ordinanza motivata quando la risposta alle questioni pregiudiziali può essere chiaramente desunta dalla giurisprudenza o quando tale risposta non dà adito a nessun ragionevole dubbio.
- 18 Occorre applicare tale disposizione nella presente causa, in quanto la risposta alle questioni sollevate dal giudice del rinvio non dà adito a nessun ragionevole dubbio.
- 19 Con le sue questioni, che occorre esaminare congiuntamente, tale giudice chiede, in sostanza, se l'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2018/848, in combinato disposto con l'articolo 3, punti 52 e 53, nonché con l'articolo 30, paragrafo 1, dello stesso, debba essere interpretato nel senso che l'obbligo di indicare il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione non si estende ai volantini pubblicitari fisicamente separati dai prodotti biologici da essi promossi.
- 20 L'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2018/848 prevede, nella versione in lingua francese, l'obbligo di indicare sull'«*étiquette*» (etichetta) di qualsiasi prodotto che riporti termini menzionati all'articolo 30, paragrafo 1, di tale regolamento, quali «bio» oppure «eco», il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione.
- 21 Come risulta dall'articolo 3, punto 52, di tale regolamento, l'«*étiquette*», nella versione in lingua francese («*Etikett*» e «*label*», rispettivamente, nella versione in lingua tedesca e nella versione in lingua inglese), costituisce, al pari di ogni imballaggio, documento, avviso, nastro o fascetta, un supporto o una forma dell'«*étiquetage*» (etichettatura). Quest'ultima nozione comprende i termini, le diciture, i marchi di fabbrica, i nomi commerciali, le immagini o i simboli riferentesi al prodotto che sono apposti su tali supporti. La nozione di «*étiquetage*» è quindi definita in modo più ampio rispetto alla nozione di «*étiquette*» e non si confonde con essa.

- 22 Per contro, nelle versioni in lingua tedesca e in lingua inglese, l'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2018/848 utilizza, rispettivamente, i termini «*Kennzeichnung*» e «*labelling*», entrambi corrispondenti alla nozione di «*étiquetage*», ai sensi dell'articolo 3, punto 52, di tale regolamento, e non a quella di «*étiquette*».
- 23 Per di più, la nozione di «*publicité*» (pubblicità) è definita dall'articolo 3, punto 53, del regolamento 2018/848, nella versione in lingua francese, come «*toute présentation de produits à l'intention du public, par tout moyen autre que l'étiquetage, qui vise ou est de nature à influencer et façonner les attitudes, les opinions et les comportements afin de promouvoir directement ou indirectement la vente*» (qualsiasi presentazione al pubblico di prodotti, con mezzi diversi dall'etichettatura, che intende influenzare e determinare, o potrebbe influenzare e determinare, atteggiamenti, convinzioni e comportamenti atti a promuovere direttamente o indirettamente la vendita). In particolare, dall'espressione «*par tout moyen autre que l'étiquetage*» (con mezzi diversi dall'etichettatura) si evince che la nozione di «*publicité*», ai sensi di tale disposizione, e quella di «*étiquetage*», ai sensi del punto 52 di tale articolo, si escludono a vicenda.
- 24 Tuttavia, nelle versioni in lingua tedesca e inglese, l'articolo 3, punto 53, del regolamento 2018/848 esclude dalla nozione di «pubblicità» soltanto, rispettivamente, l'«*Etikett*» («*mit anderen Mitteln als einem Etikett*») e il «*label*» («*by any means other than a label*»). Ebbene, come rilevato al punto 21 della presente ordinanza, tali termini corrispondono a quello di «*étiquette*», che è uno dei supporti o delle forme di «*étiquetage*» elencati al punto 52 di tale articolo. Alla luce della formulazione dell'articolo 3, punto 53, di tale regolamento in queste due versioni linguistiche, il giudice del rinvio osserva che un volantino pubblicitario come quello di cui si tratta nel procedimento principale potrebbe essere considerato una forma di etichettatura, nella misura in cui, anche se non «accompagna» un prodotto biologico, «si riferisce» a un simile prodotto.
- 25 La Corte ha ripetutamente dichiarato che la formulazione utilizzata in una versione linguistica di una disposizione del diritto dell'Unione non può essere l'unico elemento a sostegno della sua interpretazione né si può attribuire ad essa, a tal riguardo, un carattere prioritario rispetto alle altre versioni linguistiche. Le norme dell'Unione devono infatti essere interpretate ed applicate in modo uniforme, alla luce delle versioni vigenti in tutte le lingue dell'Unione. In caso di disparità tra le differenti versioni linguistiche di un testo del diritto dell'Unione, la disposizione di cui trattasi deve essere interpretata in funzione del suo contesto e degli scopi perseguiti dalla normativa di cui essa fa parte (sentenze del 5 febbraio 2015, M. e a., C-627/13 e C-2/14, EU:C:2015:59, punti 48 e 49, e del 18 settembre 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punto 37).
- 26 A tal riguardo, occorre rilevare, in primo luogo, che, in nessuna delle versioni linguistiche del regolamento 2018/848, il termine «pubblicità», indipendentemente dalla sua forma, figura tra i supporti o le forme dell'etichettatura elencati all'articolo 3, punto 52, di tale regolamento, vale a dire «qualsiasi imballaggio, documento, avviso, etichetta, nastro o fascetta». Pertanto, la formulazione di tale disposizione non consente di qualificare la «pubblicità» come forma di «etichettatura» né di operare alcuna assimilazione tra queste due nozioni.
- 27 In secondo luogo, l'uso simultaneo dei termini «etichettatura» e «pubblicità» in numerose disposizioni del regolamento 2018/848, in particolare all'articolo 1, all'articolo 30, paragrafi 1 e 2, nonché all'articolo 33, paragrafo 1, indica che tale regolamento opera una distinzione sistematica tra queste due nozioni, senza che si possa ritenere che la prima includa la seconda.

- 28 Ne consegue che la «pubblicità» non può quindi costituire una forma di «etichettatura», ai sensi dell'articolo 3, punto 52, di detto regolamento, come risulta in modo particolarmente chiaro dalla versione in lingua francese dell'articolo 3, punto 53, del medesimo regolamento, che la definisce come «*tout moyen autre que l'étiquetage*» (mezzi diversi dall'etichettatura).
- 29 In terzo luogo, come rilevato dal giudice del rinvio, il requisito previsto all'articolo 32, paragrafo 3, del regolamento 2018/848, secondo cui il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo, menzionato al paragrafo 1, lettera a), di tale articolo, deve essere apposto in un punto evidente, in modo da essere facilmente visibile nonché chiaramente leggibile e indelebile, riguarda necessariamente l'«etichettatura» del prodotto stesso, ai sensi dell'articolo 3, punto 52, di tale regolamento, ed esclude quindi la pubblicità fisicamente separata da tale prodotto, come i volantini pubblicitari di cui si tratta nel procedimento principale.
- 30 In quarto luogo, contrariamente a quanto affermato dal VSW, l'articolo 30, paragrafo 1, del regolamento 2018/848 non può ampliare la nozione di «etichettatura» al di là della definizione che compare all'articolo 3, punto 52, di tale regolamento. Infatti, tale articolo 30, paragrafo 1, si limita a esplicitare la nozione di «prodotto [che riporta] termini riferiti alla produzione biologica», che ciò avvenga nell'etichettatura, nella pubblicità o nei documenti commerciali. Il rinvio a detto articolo 30, paragrafo 1, operato all'articolo 32, paragrafo 1, di detto regolamento, non può quindi avere l'effetto di estendere l'obbligo di indicare il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo a qualsiasi pubblicità che promuova un prodotto descritto con termini riferiti alla produzione biologica.
- 31 In tali circostanze, l'espressione «che (...) si riferisca [a tale prodotto]», contenuta all'articolo 3, punto 52, del regolamento 2018/848, non può essere interpretata nel senso di includere la «pubblicità» nell'ambito di applicazione della nozione di «etichettatura», né nel senso di consentire di estendere alla pubblicità gli obblighi che sono specifici all'etichettatura.
- 32 Tale interpretazione è corroborata dagli obiettivi del regolamento n. 2018/848. Secondo i suoi considerando 6, 9, 15, 17 e 73, tale regolamento mira a garantire condizioni di concorrenza leale nel mercato interno dei prodotti biologici e a preservare la fiducia dei consumatori nei prodotti descritti come biologici. A tal fine, esso prevede norme chiare che tutelano gli interessi degli operatori e dei consumatori, in particolare mediante disposizioni relative all'etichettatura, al fine di consentire agli operatori di godere di condizioni di concorrenza leale e ai consumatori di compiere scelte informate (v., in tal senso, sentenza del 4 ottobre 2024, Herbaria Kräuterparadies II, C-240/23, EU:C:2024:852, punti 71 e 72).
- 33 Nel caso di specie, come sottolineato dalla Commissione, l'indicazione, sull'etichetta dei prodotti biologici, del numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione mira a garantire la tracciabilità dei controlli ai quali tali prodotti sono soggetti in forza del regolamento 2018/848, conformemente all'obiettivo, identificato al punto precedente della presente ordinanza, di rafforzare la fiducia dei consumatori nei prodotti etichettati come prodotti biologici.
- 34 Ebbene, per garantire la tracciabilità di tali controlli, appare sufficiente indicare tale numero di codice, che ciò avvenga sull'etichetta dei prodotti biologici o sull'imballaggio, sul documento, sull'avviso, sul nastro o sulla fascetta, quali supporti o forme dell'etichettatura, ai sensi dell'articolo 3, punto 52, di tale regolamento, senza che sia necessario indicarlo anche nelle pubblicità fisicamente separate da simili prodotti.

- 35 Inoltre, come rilevato dalla Globus e dalla Commissione, l'obbligo di indicare tale numero di codice in ogni pubblicità determinerebbe notevoli difficoltà pratiche qualora diversi operatori possano consegnare il prodotto biologico all'autore della pubblicità. Infatti, in una fattispecie come quella dei volantini pubblicitari di cui si tratta nel procedimento principale, l'identità dell'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione e, pertanto, l'identità dell'autorità o dell'organismo di controllo menzionato all'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2018/848, cui appartiene tale operatore, non sono, in linea di principio, note al momento della preparazione di tali opuscoli.
- 36 In considerazione dei motivi che precedono, occorre rispondere alle questioni sollevate dichiarando che l'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del regolamento 2018/848, in combinato disposto con l'articolo 3, punti 52 e 53, nonché con l'articolo 30, paragrafo 1, di tale regolamento, deve essere interpretato nel senso che l'obbligo di indicare il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione non si estende ai volantini pubblicitari fisicamente separati dai prodotti biologici da essi promossi.

Sulle spese

- 37 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese.

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

L'articolo 32, paragrafo 1, lettera a), del regolamento (UE) 2018/848 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio, in combinato disposto con l'articolo 3, punti 52 e 53, e l'articolo 30, paragrafo 1, di tale regolamento,

deve essere interpretato nel senso che:

l'obbligo di indicare il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è soggetto l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di produzione o preparazione non si estende ai volantini pubblicitari fisicamente separati dai prodotti biologici da essi promossi.

Firme