



Sbírka soudních rozhodnutí

USNESENÍ SOUDNÍHO DVORA (osmého senátu)

18. prosince 2025 *

„Řízení o předběžné otázce – Článek 99 jednacího řádu Soudního dvora – Odpověď, o níž nelze rozumně pochybovat – Zemědělství a rybolov – Ekologické produkty – Nařízení (EU) 2018/848 – Článek 3 bod 52 – Pojem ‚označení‘ – Pojem ‚štítek‘ – Článek 3 bod 53 – Pojem ‚propagace‘ – Článek 30 odst. 1 – Produkty nesoucí výrazy odkazující na ekologickou produkci – Článek 32 odst. 1 písm. a) – Povinnost uvést na štítku číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy – Nepoužitelnost na reklamní letáky propagující tyto produkty“

Ve věci C-745/24,

jejímž předmětem je žádost o rozhodnutí o předběžné otázce podaná na základě článku 267 SFEU rozhodnutím Landgericht Saarbrücken (zemský soud v Saarbrückenu, Německo) ze dne 24. září 2024, došlým Soudnímu dvoru dne 24. října 2024, v řízení

Verband Sozialer Wettbewerb eV

proti

GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG,

SOUDNÍ DVŮR (osmý senát),

ve složení: O. Spineanu-Matei, předsedkyně senátu, S. Rodin a N. Piçarra (zpravodaj), soudci,

generální advokátka: T. Čapeta,

za soudní kancelář: A. Calot Escobar, vedoucí,

s přihlédnutím k písemné části řízení,

s ohledem na vyjádření, která předložili:

- za Verband Sozialer Wettbewerb eV: R. Welzel, Rechtsanwalt,
- za GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG: M. Grube, Rechtsanwalt,
- za Evropskou komisi: A. Dawes a M. Zerwes, jako zmocněnci,

* Jednací jazyk: němčina.

s přihlédnutím k rozhodnutí, přijatému po vyslechnutí generální advokátky, rozhodnout usnesením s odůvodněním podle článku 99 jednacího řádu Soudního dvora,

vydává toto

Usnesení

- 1 Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce se týká výkladu čl. 32 odst. 1 písm. a) ve spojení s čl. 3 body 52 a 53, jakož i čl. 30 odst. 1 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/848 ze dne 30. května 2018 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 834/2007 (Úř. věst. 2018, L 150, s. 1).
- 2 Tato žádost byla předložena v rámci zdržovací žaloby podané Verband Sozialer Wettbewerb eV (dále jen „VSW“), sdružením pro potírání nekalé soutěže, proti GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG (dále jen „Globus“), společnosti provozující několik hypermarketů, směřující k tomu, aby bylo posledně uvedené společnosti zakázáno propagovat ekologické produkty v reklamních letáčích bez uvedení číselného kódu kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy, ve smyslu čl. 32 odst. 1 písm. a) tohoto nařízení.

Právní rámec

- 3 Body 6, 9, 15, 17 a 73 odůvodnění nařízení 2018/848 uvádějí:

„(6) Vzhledem k cílům politiky [Evropské u]nie v oblasti ekologické produkce by právní rámec stanovený pro provádění této politiky měl být zaměřen na zajištění spravedlivé hospodářské soutěže a řádného fungování vnitřního trhu s ekologickými produkty, na zachování důvěry spotřebitelů v produkty označené jako ekologické a oprávněnost této důvěry a na vytváření podmínek, za kterých se může tato politika rozvíjet v souladu s vývojem v oblasti produkce a trhu.

[...]

(9) Vzhledem k dynamickému rozvoji sektoru ekologické produkce bylo v nařízení Rady (ES) č. 834/2007 [ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91 (Úř. věst. 2007, L 189, s. 1)] stanoveno, že je zapotřebí pravidla Unie pro ekologickou produkci v budoucnu přezkoumat, přičemž se zohlední zkušenosti získané při jejich uplatňování. Z tohoto přezkumu provedeného Komisí vyplývá, že právní rámec Unie upravující ekologickou produkci je třeba zlepšit tak, aby obsahoval pravidla, která odpovídají vysokým očekáváním spotřebitelů a zaručují dostatečnou jasnost pro ty, jimž jsou určena. Nařízení (ES) č. 834/2007 by proto mělo být zrušeno a nahrazeno nařízením novým.

[...]

(15) Výzkumné projekty ukázaly, že na trhu s ekologickými potravinami má zásadní význam důvěra spotřebitelů. Z dlouhodobého hlediska mohou pravidla, která postrádají důvěryhodnost, ohrozit důvěru veřejnosti a vést k selhání trhu. Proto by měl být udržitelný rozvoj ekologické produkce v Unii založen na řádných pravidlech produkce, která jsou

harmonizována na úrovni Unie a která odpovídají očekáváním hospodářských subjektů i spotřebitelů, pokud jde o jakost ekologických produktů a soulad se zásadami a pravidly stanovenými v tomto nařízení.

[...]

- (17) Toto nařízení by mělo poskytnout základ pro udržitelný rozvoj ekologické produkce a jejích příznivých účinků na životní prostředí při současném zajištění účinného fungování vnitřního trhu s ekologickými produkty a spravedlivé hospodářské soutěže, a pomoci tak zemědělcům dosáhnout spravedlivého příjmu, zajistit důvěru spotřebitelů, chránit zájmy spotřebitelů a podporovat krátké distribuční kanály a místní produkci. Těchto cílů by mělo být dosaženo tím, že budou dodržovány obecné a konkrétní zásady a obecná a podrobná pravidla produkce vztahující se na ekologickou produkci.

[...]

- (73) Označování zemědělských produktů a potravin by mělo podléhat obecným pravidlům stanoveným v nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 [ze dne 25. října 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, směrnic Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004 (Úř. věst. 2011, L 304, s. 18)], a zejména ustanovením, jejichž cílem je zabránit označování, které může být pro spotřebitele matoucí nebo zavádějící. Kromě toho by v tomto nařízení měla být stanovena zvláštní ustanovení týkající se označování ekologických produktů a produktů z přechodného období. Měla by chránit jak zájmy hospodářských subjektů, které budou mít své produkty na trhu správně označeny a budou těžit z podmínek spravedlivé hospodářské soutěže, tak zájmy spotřebitelů, kteří se budou moci při výběru potravin informovaně rozhodovat.“

4 Článek 1 nařízení 2018/848, nadepsaný „Předmět“, stanoví:

„Toto nařízení stanoví zásady ekologické produkce a pravidla týkající se ekologické produkce, související certifikace a použití označení odkazujících na ekologickou produkci při označování a propagaci, jakož i pravidla týkající se kontrol, jimiž se doplňují pravidla stanovená v nařízení [Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/625 ze dne 15. března 2017 o úředních kontrolách a jiných úředních činnostech prováděných s cílem zajistit uplatňování potravinového a krmivového práva a pravidel týkajících se zdraví zvířat a dobrých životních podmínek zvířat, zdraví rostlin a přípravků na ochranu rostlin, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 999/2001, (ES) č. 396/2005, (ES) č. 1069/2009, (ES) č. 1107/2009, (EU) č. 1151/2012, (EU) č. 652/2014, (EU) 2016/429 a (EU) 2016/2031, nařízení Rady (ES) č. 1/2005 a (ES) č. 1099/2009 a směrnic Rady 98/58/ES, 1999/74/ES, 2007/43/ES, 2008/119/ES a 2008/120/ES a o zrušení nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 854/2004 a (ES) č. 882/2004, směrnic Rady 89/608/EHS, 89/662/EHS, 90/425/EHS, 91/496/EHS, 96/23/ES, 96/93/ES a 97/78/ES a rozhodnutí Rady 92/438/EHS (nařízení o úředních kontrolách) (Úř. věst. 2017, L 95, s. 1)].“

5 Článek 3 nařízení 2018/848, nadepsaný „Definice“, v bodech 52 a 53 stanoví:

- „52) ‚označením‘ jakákoli slova, údaje, ochranné známky, obchodní značky, vyobrazení nebo symboly, jež se vztahují k určitému produktu a jsou umístěny na jakémkoli obalu, dokladu, nápisu, štítku, krčkové nebo rukávové etiketě, které takový produkt provázejí nebo na něj odkazují;
- 53) ‚propagací‘ jakákoli prezentace produktů veřejnosti jinak než pomocí štítku či etikety, jejímž účelem nebo pravděpodobným důsledkem je ovlivnění a formování postojů, názorů a chování s cílem přímo či nepřímo podporovat prodej produktů“.

6 Článek 30 tohoto nařízení, nadepsaný „Používání výrazů odkazujících na ekologickou produkci“, stanoví:

„1. Pro účely tohoto nařízení se má za to, že produkt je označen výrazy odkazujícími na ekologickou produkci, pokud se v jeho označení, propagačním materiálu nebo obchodních dokladech on sám, jeho složky nebo krmné suroviny použité pro jeho produkci popisují výrazy, které kupujícím naznačují, že produkt, složky nebo krmné suroviny byly vyprodukovány v souladu s tímto nařízením. Zejména mohou být pro označení a propagaci produktů uvedených v čl. 2 odst. 1, které jsou v souladu s tímto nařízením, v celé Unii používány výrazy uvedené na seznamu v příloze IV a jejich odvozeniny nebo zdrobněliny, jako ‚bio‘ a ‚eko‘, a to samostatně i v kombinaci a v kterémkoli jazyce uvedeném ve zmíněné příloze.

2. V případě produktů uvedených v čl. 2 odst. 1 se výrazy uvedené v odstavci 1 tohoto článku nesmí používat nikde v Unii v žádném jazyce uvedeném v příloze IV v označení, propagačním materiálu nebo obchodních dokladech produktu, který není v souladu s tímto nařízením.

Kromě toho se při označování nebo propagaci nesmí používat žádné výrazy, a to včetně výrazů použitých v ochranných známkách nebo názvech společností, ani postupy které by mohly uvést spotřebitele nebo uživatele v omyl tím, že by naznačovaly, že produkt nebo jeho složky jsou v souladu s tímto nařízením.

[...]“

7 Článek 32 uvedeného nařízení, nadepsaný „Povinné údaje“, stanoví:

„1. Při použití výrazů uvedených v čl. 30 odst. 1 na produktech, včetně produktů označených jako produkty z přechodného období v souladu s čl. 30 odst. 3, je:

- a) v označení uveden rovněž číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy; a

[...]

3. Údaje uvedené v odstavcích 1 a 2 tohoto článku a v čl. 33 odst. 3 jsou vyznačeny na nápadném místě tak, aby byly snadno viditelné, a musí být dobře čitelné a nesmazatelné.

[...]“

- 8 Článek 33 téhož nařízení, nadepsaný „Logo Evropské unie pro ekologickou produkci“, v odstavci 1 stanoví:

„Při označování, obchodní úpravě a propagaci produktů, jež jsou v souladu s tímto nařízením, lze použít logo Evropské unie pro ekologickou produkci.

[...]“

Spor v původním řízení a předběžné otázky

- 9 Globus, společnost distribuční skupiny Globus St. Wendel, provozuje hypermarkety v Německu. V lednu a únoru 2024 tato společnost distribuovala v Geře (Německo) a okolí reklamní letáky propagující mimo jiné několik potravinářských produktů prezentovaných s označením „bio“ a logem Unie pro ekologickou produkci, avšak bez číselného kódu kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy, jak stanoví čl. 32 odst. 1 písm. a) nařízení 2018/848.
- 10 VSW podalo k Landgericht Saarbrücken (zemský soud v Saarbrückenu, Německo), který je předkládajícím soudem, zdržovací žalobu proti společnosti Globus, kterou se domáhalo, aby bylo společnosti Globus zakázáno propagovat ekologické produkty v reklamních letácích bez uvedení tohoto číselného kódu. VSW tvrdí, že široký pojem „označení“ uvedený v čl. 30 odst. 1 nařízení 2018/848, na který odkazuje čl. 32 odst. 1 tohoto nařízení, zahrnuje jak „označení“ ve striktním smyslu čl. 3 bodu 52 tohoto nařízení, tak „propagaci“ ve smyslu čl. 3 bodu 53 uvedeného nařízení. Tento odkaz tak podle jeho názoru rozšiřuje povinnost uvést uvedený číselný kód stanovenou v čl. 32 odst. 1 písm. a) téhož nařízení na propagaci ekologických produktů. Anglická a francouzská verze těchto ustanovení jsou v tomto ohledu jasnější než německá verze.
- 11 Společnost Globus tvrdí, že čl. 3 body 52 a 53 nařízení 2018/848 jasně rozlišuje mezi označováním a propagací a že čl. 30 odst. 1 tohoto nařízení neumožňuje tyto dva pojmy postavit na roveň. Povinnosti týkající se produktů popsaných jako produkty pocházející z ekologické produkce se podle jejího názoru mají vztahovat pouze na fyzický pohyb zboží a průvodní dokumenty, nikoli však na reklamní letáky. Uvedení číselného kódu kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu podle čl. 32 odst. 1 písm. a) uvedeného nařízení tedy podle ní musí být uvedeno pouze na samotném produktu. Společnost Globus dodává, že kdyby se tato povinnost měla vztahovat na takové reklamní letáky, jako jsou reklamní letáky dotčené ve věci v původním řízení, bylo by prakticky nemožné ji splnit. V okamžiku přípravy těchto letáků totiž ještě nezná hospodářský subjekt nebo hospodářské subjekty odpovědné za dodávky produktů popsaných jako produkty pocházející z ekologické produkce, a nemůže tedy identifikovat kontrolní orgán nebo kontrolní subjekt, jemuž podléhá tento hospodářský subjekt či subjekty.
- 12 Předkládající soud poukazuje na to, že výraz „nebo na něj odkazují“ uvedený spolu s výrazem „takový produkt provázejí“ v definici pojmu „označení“ v čl. 3 bodě 52 nařízení 2018/848 by mohl, jak tvrdí VSW, zahrnovat „propagaci“ ve smyslu čl. 3 bodu 53 tohoto nařízení. Vzhledem k tomu, že takové reklamní letáky, o jaké se jedná ve věci v původním řízení, „odkazují“ na ekologické produkty, které jsou v nich prezentovány, lze je podle předkládajícího soudu považovat za způsob „označení“.

- 13 Za účelem vyloučení reklamních letáků dotčených ve věci v původním řízení z pojmu „označení“ ve smyslu čl. 3 bodu 52 nařízení 2018/848 rozlišuje předkládající soud mezi obecnou propagací, která je od dotyčného produktu vzdálena, a konkrétní propagací, která je mu blízká, přičemž toto rozlišení opírá zejména o čl. 32 odst. 3 tohoto nařízení. Předkládající soud z povinnosti, která je v tomto ustanovení upravena, a sice vyznačit údaje uvedené v odstavci 1 tohoto článku na nápadném místě tak, aby byly snadno viditelné, jasně čitelné a nesmazatelné, vyvozuje, že posledně uvedené ustanovení se typicky vztahuje na označení samotného výrobku, a nikoli na propagaci, která je od něj fyzicky vzdálená, jako jsou tyto letáky.
- 14 Kromě toho má předkládající soud za to, že čl. 30 odst. 1 nařízení 2018/848, který vykládá v tom smyslu, že „produkty musí být provázeny nezbytnými informacemi“, nevyžaduje, aby v reklamních letácích, které jsou fyzicky oddělené od produktů, jež jsou v nich popsány výrazy „bio“ nebo „eko“, byl uveden číselný kód podle čl. 32 odst. 1 písm. a) tohoto nařízení, jelikož spotřebitelé mohou takovou informaci získat při nákupu těchto produktů. Dodává, že tento závěr jasně vyplývá z anglické verze posledně uvedeného ustanovení, jelikož výraz „labelling“ se nevztahuje na propagaci.
- 15 Stejně jako společnost Globus předkládající soud uvádí, že v okamžiku přípravy reklamního letáku prodávající nutně nezná totožnost hospodářského subjektu, který bude dodávat ekologické produkty, a tudíž ani totožnost kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu uvedeného v tomto čl. 32 odst. 1 písm. a).
- 16 Za těchto podmínek se Landgericht Saarbrücken (zemský soud v Saarbrückenu) rozhodl přerušit řízení a položit Soudnímu dvoru následující předběžné otázky:
- „1) Musí být unijní právo – zejména nařízení [2018/848] – vykládáno v tom smyslu, že v reklamních letácích obchodního řetězce distribuovaných do domácností spotřebitelů, ve kterých jsou vedle celé řady dalšího zboží uvedeny rovněž ekologické produkty ve smyslu [tohoto nařízení], musí být uveden číselný kód příslušného kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, tedy subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy?
- 2) a) Musí být čl. 3 bod 52 nařízení 2018/848 vykládán v tom smyslu, že každá ‚propagace‘ ekologického produktu ve smyslu čl. 3 bodu 53 tohoto nařízení je současně i ‚označením‘ tohoto produktu ve smyslu čl. 3 bodu 52 uvedeného nařízení?
- b) Vyplývá z čl. 32 odst. 1 nařízení 2018/848 odkazujícího na čl. 30 odst. 1 tohoto nařízení povinnost uvést číselný kód kontrolního subjektu i v propagaci prostorově oddělené od produktu, pokud se v jeho označení, propagačním materiálu nebo obchodních dokladech tento produkt popisuje výrazy, které kupujícímu naznačují, že se jedná o ekologickou produkci potravin?
- c) Platí to rovněž tehdy, pokud maloobchodník propaguje výrobky výrobce, které pocházejí (nebo mohou pocházet) z různých výrobních provozů a podléhají různým kontrolním subjektům?
- d) V případě, že na druhou otázku písm. a) až c) nelze jednoznačně odpovědět kladně nebo záporně: na základě jakých kritérií je třeba případně rozhodnout o druhé otázce písm. a), respektive o druhé otázce písm. b)?“

K předběžným otázkám

- 17 Podle článku 99 jednacího řádu může Soudní dvůr kdykoli na návrh soudce zpravodaje a po vyslechnutí generálního advokáta rozhodnout usnesením s odůvodněním, pokud lze odpověď na položenou předběžnou otázku jasně vyvodit z judikatury nebo pokud o ní nelze rozumně pochybovat.
- 18 Je důvodné toto ustanovení použít v projednávané věci, jelikož o odpovědi na otázky položené předkládajícím soudem nelze rozumně pochybovat.
- 19 Podstatou otázek předkládajícího soudu, které je třeba zkoumat společně, je, zda čl. 32 odst. 1 písm. a) nařízení 2018/848 ve spojení s čl. 3 body 52 a 53, jakož i s čl. 30 odst. 1 tohoto nařízení musí být vykládán v tom smyslu, že povinnost uvést číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy, se nevztahuje na reklamní letáky, které jsou fyzicky oddělené od ekologických produktů, jež jsou v nich propagovány.
- 20 Článek 32 odst. 1 písm. a) nařízení 2018/848 ve francouzské verzi stanoví povinnost uvést na „étiquette“ („štítek“) všech produktů označených výrazy uvedenými v čl. 30 odst. 1 tohoto nařízení, jako jsou „bio“ nebo „eko“, číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy.
- 21 Jak vyplývá z čl. 3 bodu 52 tohoto nařízení, „étiquette“ („štítek“) ve francouzské verzi („Etikett“ v německé verzi a „label“ v anglické verzi) je stejně jako jakýkoliv obal, dokument, nápis, krčková nebo rukávová etiketa, nosičem nebo způsobem „étiquetage“ („označení“). Posledně uvedený pojem zahrnuje slova, údaje, ochranné známky nebo obchodní značky, vyobrazení nebo symboly, jež se vztahují k produktu umístěnému na těchto nosičích. Pojem „označení“ („étiquetage“) je tedy definován širěji než pojem „štítek“ („étiquette“) a nelze jej s ním zaměňovat.
- 22 Naproti tomu se v čl. 32 odst. 1 písm. a) nařízení 2018/848 používá v německé verzi výraz „Kennzeichnung“ a v anglické verzi výraz „labelling“, přičemž oba tyto výrazy odpovídají pojmu „étiquetage“ („označení“) ve smyslu čl. 3 bodu 52 tohoto nařízení, a nikoli pojmu „étiquette“ („štítek“).
- 23 Mimoto pojem „propagace“ je definován v čl. 3 bodě 53 nařízení 2018/848 ve francouzském verzi jako „toute présentation de produits à l'attention 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“ („jakákoli prezentace produktů veřejnosti jinak než pomocí označení, jejímž účelem nebo pravděpodobným důsledkem je ovlivnění a formování postojů, názorů a chování s cílem přímo či nepřímo podporovat prodej produktů“). Z výrazu „par tout moyen autre que l'étiquetage“ („jinak než pomocí označení“) konkrétně vyplývá, že pojem „publicité“, („propagace“) ve smyslu tohoto ustanovení a pojem „étiquetage“ („označení“) ve smyslu bodu 52 tohoto článku se vzájemně vylučují.
- 24 Nicméně v německé verzi čl. 3 bod 53 nařízení 2018/848 vylučuje z pojmu „propagace“ pouze pojem „Etikett“ („mit anderen Mitteln als einem Etikett“) a v anglické verzi pojem „label“ („by any means other than a label“). Jak je přitom uvedeno v bodě 21 tohoto usnesení, tyto výrazy odpovídají výrazu „štítek“ („étiquette“), který je jedním z nosičů nebo způsobů „označení“ („étiquetage“) uvedených v bodě 52 tohoto článku. S ohledem na znění čl. 3 bodu 53 tohoto

nařízení v těchto dvou jazykových verzích předkládající soud poznamenává, že reklamní leták, o který se jedná ve věci v původním řízení, by mohl být považován za způsob označení, jelikož sice ekologický produkt „neprovází“, avšak na něj „odkazuje“.

- 25 Soudní dvůr opakovaně rozhodl, že formulace použitá v jedné jazykové verzi ustanovení unijního práva nemůže sloužit jako jediný základ pro výklad tohoto ustanovení, ani jí nemůže být přiznána přednostní povaha oproti ostatním jazykovým verzím. Ustanovení unijního práva totiž musí být vykládána a používána jednotně na základě znění vypracovaných ve všech jazycích Unie. V případě rozdílů mezi jednotlivými jazykovými verzemi určitého znění unijního práva musí být dotčené ustanovení vykládáno podle svého kontextu a cílů sledovaných právní úpravou, jejíž je součástí (rozsudky ze dne 5. února 2015, M. a další, C-627/13 a C-2/14, EU:C:2015:59, body 48 a 49, jakož i ze dne 18. září 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, bod 37).
- 26 V tomto ohledu je třeba na prvním místě uvést, že v žádné z jazykových verzí nařízení 2018/848 není výraz „propagace“ bez ohledu na její způsob uveden mezi nosiči nebo způsoby označení vyjmenovanými v čl. 3 bodě 52 tohoto nařízení, a sice mezi „jakýmkoliv obalem, dokladem, nápisem, štítkem, krčkovou nebo rukávovou etiketou“. Znění tohoto ustanovení tudíž neumožňuje kvalifikovat „propagaci“ jako způsob „označení“ ani nelze tyto dva pojmy postavit naroveň.
- 27 Na druhém místě současné použití výrazů „označení“ a „propagace“ v mnoha ustanoveních nařízení 2018/848, zejména v jeho článku 1, čl. 30 odst. 1 a 2, jakož i v jeho čl. 33 odst. 1, naznačuje, že toto nařízení mezi těmito dvěma pojmy systematicky rozlišuje, a přitom nelze mít za to, že prvně uvedený pojem zahrnuje druhý.
- 28 Z toho vyplývá, že „propagace“ tedy nemůže představovat způsob „označení“ ve smyslu čl. 3 bodu 52 uvedeného nařízení, jak zvláště zřetelně vyplývá z francouzské verze čl. 3 bodu 53 téhož nařízení, který ji definuje jako „tout moyen autre que l'étiquetage“ („jakoukoli prezentaci jinak než pomocí označení“).
- 29 Na třetím místě, jak uvádí předkládající soud, požadavek stanovený v čl. 32 odst. 3 nařízení 2018/848, podle kterého musí být číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu upravený v odst. 1 písm. a) tohoto článku vyznačen na nápadném místě tak, aby byl snadno viditelný, a musí být dobře čitelný a nesmazatelný, se nutně týká „označení“ samotného produktu ve smyslu čl. 3 bodu 52 tohoto nařízení, a vylučuje tak fyzicky oddělenou propagaci tohoto produktu například reklamními letáky dotčenými ve věci v původním řízení.
- 30 Na čtvrtém místě na rozdíl od toho, co tvrdí VSW, čl. 30 odst. 1 nařízení 2018/848 nemůže rozšířit pojem „označení“ nad rámec definice uvedené v čl. 3 bodě 52 tohoto nařízení. Tento čl. 30 odst. 1 totiž pouze ozřejmuje pojem „produkt označený výrazy odkazujícími na ekologickou produkci“, ať už v označení, propagaci nebo obchodních dokumentech. Odkaz na zmíněný čl. 30 odst. 1 v čl. 32 odst. 1 uvedeného nařízení tedy nemůže vést k rozšíření povinnosti uvést číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu na jakoukoli reklamu propagující produkt, který je popsán výrazy odkazujícími na ekologickou produkci.
- 31 Za těchto okolností nelze výraz „odkazují[cí] [na tento produkt]“ uvedený v čl. 3 bodě 52 nařízení 2018/848 vykládat tak, že zahrnuje „propagaci“ do působnosti pojmu „označení“, ani tak, že umožňuje rozšířit povinnosti, které jsou specifické pro označení, na propagaci.

- 32 Tento výklad je potvrzen cíli nařízení 2018/848. Podle bodů 6, 9, 15, 17 a 73 odůvodnění je cílem tohoto nařízení zajistit podmínky spravedlivé hospodářské soutěže na vnitřním trhu s ekologickými produkty a zachovat důvěru spotřebitelů v produkty označené jako ekologické. Za tímto účelem stanoví jasná pravidla na ochranu zájmů hospodářských subjektů a spotřebitelů, zejména prostřednictvím ustanovení o označování, aby hospodářské subjekty mohly těžit z podmínek spravedlivé hospodářské soutěže a spotřebitelé se mohli informovaně rozhodnout (v tomto smyslu viz rozsudek ze dne 4. října 2024, Herbaria Kräuterparadies II, C-240/23, EU:C:2024:852, body 71 a 72).
- 33 V projednávané věci, jak zdůraznila Komise, je cílem uvedení číselného kódu kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu na označení ekologických produktů, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy, zajistit sledovatelnost kontrol, kterým tyto produkty podléhají podle nařízení 2018/848, v souladu s cílem uvedeným v předchozím bodě tohoto usnesení posílit důvěru spotřebitelů v produkty označené jako ekologické.
- 34 K zajištění sledovatelnosti těchto kontrol je přitom podle všeho dostatečné uvést tento číselný kód, ať už na označení ekologických produktů, nebo na obalu, dokladu, nápisu, štítku, krčkové nebo rukávové etiketě, jako nosičích nebo způsoby označení ve smyslu čl. 3 bodu 52 tohoto nařízení, aniž je nutné jej uvádět i při fyzicky oddělených propagacích takových produktů.
- 35 Navíc, jak uvedly společnost Globus a Komise, povinnost uvést tento číselný kód při každé propagaci by vedla ke značným praktickým obtížím, jestliže ekologický produkt může autorovi propagace dodávat více hospodářských subjektů. V takovém případě, jako je případ reklamních letáků dotčených ve věci v původním řízení, totiž v okamžiku přípravy těchto letáků v zásadě není známa totožnost hospodářského subjektu, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy, a tudíž totožnost kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu uvedeného v čl. 32 odst. 1 písm. a) nařízení 2018/848, jemuž podléhá tento hospodářský subjekt.
- 36 S ohledem na výše uvedené důvody je třeba na položené otázky odpovědět tak, že čl. 32 odst. 1 písm. a) nařízení 2018/848 ve spojení s čl. 3 body 52 a 53 a čl. 30 odst. 1 tohoto nařízení musí být vykládán v tom smyslu, že povinnost uvést číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy, se nevztahuje na reklamní letáky, které jsou fyzicky oddělené od ekologických produktů, jež jsou v nich propagovány.

K nákladům řízení

- 37 Vzhledem k tomu, že řízení má, pokud jde o účastníky původního řízení, povahu incidenčního řízení ve vztahu ke sporu probíhajícímu před předkládajícím soudem, je k rozhodnutí o nákladech řízení příslušný uvedený soud.

Z těchto důvodů Soudní dvůr (osmý senát) rozhodl takto:

Článek 32 odst. 1 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/848 ze dne 30. května 2018 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 834/2007 ve spojení s čl. 3 body 52 a 53 a čl. 30 odst. 1 tohoto nařízení

musí být vykládán v tom smyslu, že

povinnost uvést číselný kód kontrolního orgánu nebo kontrolního subjektu, jemuž podléhá hospodářský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy, se nevztahuje na reklamní letáky, které jsou fyzicky oddělené od ekologických produktů, jež jsou v nich propagovány.

Podpisy