



Repertoriul jurisprudenței

ORDONANȚA CURȚII (Camera a opta)

18 decembrie 2025 *

„Trimitere preliminară – Articolul 99 din Regulamentul de procedură al Curții – Răspuns care nu lasă loc niciunei îndoieli rezonabile – Agricultură și pescuit – Produse ecologice – Regulamentul (UE) 2018/848 – Articolul 3 punctul 52 – Noțiunea de «etichetare» – Noțiunea de «etichetă» – Articolul 3 punctul 53 – Noțiunea de «publicitate» – Articolul 30 alineatul (1) – Produse purtând termeni referitori la producția ecologică – Articolul 32 alineatul (1) litera (a) – Obligația de a indica pe etichetă numărul de cod al autorității sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire – Inaplicabilitate în cazul pliantelor publicitare care promovează aceste produse”

În cauza C-745/24,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Landgericht Saarbrücken (Tribunalul Regional din Saarbrücken, Germania), prin decizia din 24 septembrie 2024, primită de Curte la 24 octombrie 2024, în procedura

Verband Sozialer Wettbewerb eV

împotriva

GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG,

CURTEA (Camera a opta)

compusă din doamna O. Spineanu-Matei, președintă de cameră, și domnii S. Rodin și N. Piçarra (raportor), judecători,

avocat general: doamna T. Ćapeta,

grefier: domnul A. Calot Escobar,

având în vedere procedura scrisă,

luând în considerare observațiile prezentate:

- pentru Verband Sozialer Wettbewerb eV, de R. Welzel, Rechtsanwalt;
- pentru GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG, de M. Grube, Rechtsanwalt;

* Limba de procedură: germana.

– pentru Comisia Europeană, de A. Dawes și M. Zerwes, în calitate de agenți,

având în vedere decizia luată, după ascultarea avocatei generale, de a se pronunța prin ordonanță motivată, în conformitate cu articolul 99 din Regulamentul de procedură al Curții,

dă prezenta

Ordonanță

- 1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea dispozițiilor coroborate ale articolului 32 alineatul (1) litera (a), ale articolului 3 punctele 52 și 53, precum și ale articolului 30 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/848 al Parlamentului European și al Consiliului din 30 mai 2018 privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 834/2007 al Consiliului (JO 2018, L 150, p. 1).
- 2 Această cerere a fost formulată în cadrul unei acțiuni în încetare formulate de Verband Sozialer Wettbewerb eV (denumită în continuare „VSW”), o asociație de combatere a concurenței neloiale, împotriva GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG (denumită în continuare „Globus”), o societate care exploatează mai multe hipermarketuri, prin care se urmărește să i se interzică acestuia din urmă să promoveze produse ecologice în pliantele sale publicitare fără a indica numărul de cod al autorității sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire, în sensul articolului 32 alineatul (1) litera (a) din acest regulament.

Cadrul juridic

- 3 Considerentele (6), (9), (15), (17) și (73) ale Regulamentului 2018/848 au următorul cuprins:

„(6) Având în vedere obiectivele politicii Uniunii privind producția ecologică, cadrul juridic stabilit pentru implementarea politicii respective ar trebui să vizeze asigurarea concurenței loiale și a funcționării adecvate a pieței interne a produselor ecologice, menținerea și justificarea încrederii consumatorilor în produsele etichetate ca ecologice și crearea unor condiții care să permită dezvoltarea politicii în armonie cu evoluțiile producției și ale pieței.

[...]

(9) Având în vedere evoluția dinamică a sectorului ecologic, Regulamentul (CE) nr. 834/2007 al Consiliului [din 28 iunie 2007 privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice, precum și de abrogare a Regulamentului (CEE) nr. 2092/91 (JO 2007, L 189, p. 1)] a identificat necesitatea unei viitoare revizui a normelor Uniunii privind producția ecologică, ținând cont de experiența dobândită prin aplicarea normelor respective. Potrivit rezultatelor respectivei revizui efectuate de Comisi[a Europeană], cadrul juridic al Uniunii care reglementează producția ecologică ar trebui îmbunătățit pentru a prevedea norme care să corespundă așteptărilor ridicate ale consumatorilor și care să garanteze suficientă claritate pentru cei cărora li se adresează. Prin urmare, Regulamentul (CE) nr. 834/2007 ar trebui abrogat și înlocuit de un nou regulament.

[...]

- (15) Proiectele de cercetare au demonstrat că încrederea consumatorilor este crucială pe piața alimentelor ecologice. Pe termen lung, normele care nu sunt demne de încredere pot știrbi încrederea publicului și pot duce la eșecul pieței. Prin urmare, dezvoltarea durabilă a producției ecologice în Uniune ar trebui să se bazeze pe norme de producție robuste, armonizate la nivelul Uniunii și care răspund așteptărilor operatorilor și ale consumatorilor în ceea ce privește calitatea produselor ecologice și respectarea principiilor și a normelor stabilite în prezentul regulament.

[...]

- (17) Prezentul regulament ar trebui să reprezinte baza dezvoltării durabile a producției ecologice și a obținerii unor efecte pozitive ale acesteia asupra mediului, asigurând în același timp funcționarea eficace a pieței interne a produselor ecologice și o concurență loială, ajutând astfel fermierii să obțină un venit echitabil, asigurând încrederea consumatorilor, protejând interesele consumatorilor și încurajând circuitele scurte de distribuție și producția locală. Aceste obiective ar trebui să fie realizate prin respectarea principiilor generale și specifice și a normelor de producție generale și detaliate aplicabile producției ecologice.

[...]

- (73) Etichetarea produselor agricole și a alimentelor ar trebui să facă obiectul normelor generale prevăzute de [Regulamentul (UE) nr. 1169/2011 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 octombrie 2011 privind informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare, de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 1924/2006 și (CE) nr. 1925/2006 ale Parlamentului European și ale Consiliului și de abrogare a Directivei 87/250/CEE a Comisiei, a Directivei 90/496/CEE a Consiliului, a Directivei 1999/10/CE a Comisiei, a Directivei 2000/13/CE a Parlamentului European și a Consiliului, a Directivelor 2002/67/CE și 2008/5/CE ale Comisiei și a Regulamentului (CE) nr. 608/2004 al Comisiei (JO 2011, L 304, p. 18)] și, în special, obiectul dispozițiilor care vizează prevenirea unei etichetări care ar putea crea confuzie în rândul consumatorilor sau ar putea induce în eroare consumatorii. În plus, în prezentul regulament ar trebui prevăzute dispoziții specifice referitoare la etichetarea produselor ecologice și în conversie. Aceste dispoziții ar trebui să protejeze atât interesele operatorilor, prin faptul că produsele lor sunt corect identificate pe piață, bucurându-se de condiții de concurență loiale, cât și interesele consumatorilor de a putea alege în cunoștință de cauză.”

4 Articolul 1 din Regulamentul 2018/848, intitulat „Obiect”, prevede:

„Prezentul regulament stabilește principiile producției ecologice și instituie normele privind producția ecologică, certificarea aferentă și utilizarea indicațiilor referitoare la producția ecologică în etichetare și în publicitate, precum și normele privind controalele suplimentare celor prevăzute în Regulamentul (UE) 2017/625 [al Parlamentului European și al Consiliului din 15 martie 2017 privind controalele oficiale și alte activități oficiale efectuate pentru a asigura aplicarea legislației privind alimentele și furajele, a normelor privind sănătatea și bunăstarea animalelor, sănătatea plantelor și produsele de protecție a plantelor, de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 999/2001, (CE) nr. 396/2005, (CE) nr. 1069/2009, (CE) nr. 1107/2009, (UE) nr. 1151/2012, (UE) nr. 652/2014, (UE) 2016/429 și (UE) 2016/2031 ale Parlamentului European și ale Consiliului, a Regulamentelor (CE) nr. 1/2005 și (CE) nr. 1099/2009 ale Consiliului și a Directivelor 98/58/CE, 1999/74/CE, 2007/43/CE, 2008/119/CE și 2008/120/CE

ale Consiliului și de abrogare a Regulamentelor (CE) nr. 854/2004 și (CE) nr. 882/2004 ale Parlamentului European și ale Consiliului, precum și a Directivelor 89/608/CEE, 89/662/CEE, 90/425/CEE, 91/496/CEE, 96/23/CE, 96/93/CE și 97/78/CE ale Consiliului și a Deciziei 92/438/CEE a Consiliului (Regulamentul privind controalele oficiale) (JO 2017, L 95, p. 1)].”

5 Articolul 3 din Regulamentul 2018/848, intitulat „Definiții”, prevede la punctele 52 și 53:

„52 «etichetare» înseamnă orice mențiune, indicație, marcă de fabrică sau de comerț, imagine sau simbol legat de un produs care este aplicat pe orice ambalaj, document, anunț, etichetă, inel sau manșetă care însoțește sau menționează produsul respectiv;

53 «publicitate» înseamnă orice prezentare a unor produse adresată publicului, prin orice alte mijloace decât o etichetă, care are scopul sau este susceptibilă de a influența și de a forma atitudinea, convingerile și comportamentele, cu scopul de a promova direct sau indirect vânzarea de produse;”.

6 Articolul 30 din acest regulament, intitulat „Utilizarea termenilor referitori la producția ecologică”, are următorul cuprins:

„(1) În sensul prezentului regulament, un produs este considerat ca purtând termeni referitori la producția ecologică în cazul în care, pe etichetă, pe materialele publicitare sau în documentele comerciale, produsul în cauză, ingredientele sale sau materiile prime pentru hrana pentru animale utilizate pentru producerea sa sunt descrise în termeni care sugerează cumpărătorului că produsul, ingredientele sau materiile sale prime pentru hrana pentru animale au fost produse în conformitate cu prezentul regulament. În special, termenii enumerați în anexa IV, cuvintele derivate și diminutivele acestora, precum «bio» și «eco», singure sau în combinație, pot fi folosite, pe întreg teritoriul Uniunii și în orice limbă enumerată în anexa respectivă, pentru etichetarea și promovarea produselor menționate la articolul 2 alineatul (1) conforme cu prezentul regulament.

(2) În cazul produselor menționate la articolul 2 alineatul (1), termenii menționați la prezentul articol alineatul (1) nu se utilizează nicăieri în Uniune, în niciuna dintre limbile enumerate în anexa IV, pe etichetă, pe materialele publicitare sau în documentele comerciale ale unui produs care nu este conform cu prezentul regulament.

Mai mult, nu se folosesc în etichetare sau în publicitate niciun fel de termeni, inclusiv termenii utilizați în mărci comerciale sau nume de societăți, sau practici dacă ar putea induce în eroare consumatorul sau utilizatorul sugerând că un produs sau ingredientele acestuia respectă prezentul regulament.

[...]”

7 Articolul 32 din regulamentul menționat, intitulat „Indicații obligatorii”, prevede:

„(1) Atunci când produsele poartă termeni menționați la articolul 30 alineatul (1), inclusiv produsele etichetate ca fiind produse în conversie în conformitate cu articolul 30 alineatul (3):

(a) pe etichetă apare, de asemenea, numărul de cod al autorității de control sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire și

[...]

(3) Informațiile menționate la prezentul articol alineatele (1) și (2) și la articolul 33 alineatul (3) sunt marcate într-un loc care atrage atenția, în așa fel încât să fie ușor vizibile, și sunt clar lizibile și indelebile.

[...]”

- 8 Articolul 33 din același regulament, intitulat „Logoul Uniunii Europene pentru producția ecologică”, prevede la alineatul (1):

„Logoul Uniunii Europene pentru producția ecologică poate fi utilizat pentru etichetarea, prezentarea și publicitatea produselor conforme cu prezentul regulament.

[...]”

Litigiul principal și întrebările preliminare

- 9 Globus, o societate din grupul de distribuție Globus St. Wendel, exploatează hipermarketuri în Germania. În lunile ianuarie și februarie ale anului 2024, această societate a distribuit în Gera (Germania) și în împrejurimi pliante publicitare care promovează printre altele mai multe produse alimentare prezentate cu mențiunea „bio” și cu logoul Uniunii pentru producția ecologică, dar fără numărul de cod al autorității sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire, prevăzut la articolul 32 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul 2018/848.
- 10 VSW a sesizat Landgericht Saarbrücken (Tribunalul Regional din Saarbrücken, Germania), care este instanța de trimitere, cu o acțiune în încetare împotriva Globus prin care urmărea să i se interzică acestuia să promoveze produse ecologice în pliantele sale publicitare fără a indica acest număr de cod. VSW arată că noțiunea largă de „etichetare” prevăzută la articolul 30 alineatul (1) din Regulamentul 2018/848, la care face trimitere articolul 32 alineatul (1) din acest regulament, acoperă atât „etichetarea”, în sensul strict al articolului 3 punctul 52 din acesta, cât și „publicitatea”, în sensul articolului 3 punctul 53 din regulamentul menționat. Această trimitere ar extinde astfel la publicitatea referitoare la produsele ecologice obligația de a indica numărul de cod menționat, prevăzut la articolul 32 alineatul (1) litera (a) din același regulament. Versiunile în limbile engleză și franceză ale acestor dispoziții ar fi mai explicite cu privire la acest aspect decât versiunea în limba germană.
- 11 Globus susține, la rândul său, că articolul 3 punctele 52 și 53 din Regulamentul 2018/848 distinge în mod clar etichetarea de publicitate și că articolul 30 alineatul (1) din acest regulament nu permite asimilarea acestor două noțiuni. Obligațiile referitoare la produsele descrise ca provenind din producția ecologică ar trebui să se aplice numai fluxurilor fizice de mărfuri și documentelor care le însoțesc, cu excepția pliantelor publicitare. Prin urmare, indicarea numărului de cod al autorității sau al organismului de control prevăzută la articolul 32 alineatul (1) litera (a) din regulamentul menționat ar trebui să figureze numai pe produsul însuși. Globus adaugă că, dacă această obligație ar trebui extinsă la pliante publicitare precum cele în discuție în litigiul principal, ar fi imposibil, în practică, să fie pusă în aplicare. Astfel, la momentul elaborării acestor pliante, ea nu ar cunoaște încă operatorul sau operatorii responsabili de livrarea

produselor descrise ca fiind obținute din producția ecologică și, prin urmare, nu ar putea identifica autoritatea sau organismul de control care reglementează activitatea acestui operator sau a acestor operatori.

- 12 Instanța de trimitere arată că expresia „sau menționează produsul respectiv”, care figurează, împreună cu expresia „care însoțește [acest produs]”, în definiția noțiunii de „etichetare”, la articolul 3 punctul 52 din Regulamentul 2018/848, ar putea include, astfel cum susține VSW, „publicitatea”, în sensul articolului 3 punctul 53 din acest regulament. Astfel, în măsura în care pliantele publicitare precum cele în discuție în litigiul principal „se referă” la produsele ecologice care sunt prezentate în ele, acestea ar putea fi considerate o formă de „etichetare”.
- 13 Pentru a exclude pliantele publicitare în discuție în litigiul principal din noțiunea de „etichetare”, în sensul articolului 3 punctul 52 din Regulamentul 2018/848, această instanță face o distincție între publicitatea generală, care este îndepărtată de produsul în cauză, și publicitatea specifică, care este apropiată de acesta, distincție pe care o întemeiază în special pe articolul 32 alineatul (3) din acest regulament. Instanța menționată deduce din obligația prevăzută la acest articol de a înscrie indicațiile prevăzute la alineatul (1) al acestui articol într-un loc care atrage atenția, în așa fel încât să fie ușor vizibile, precum și clar lizibile și indelebile, că această din urmă dispoziție vizează în mod tipic etichetarea produsului însuși, iar nu publicitatea îndepărtată fizic de acesta, precum pliantele respective.
- 14 Pe de altă parte, instanța de trimitere consideră că articolul 30 alineatul (1) din Regulamentul 2018/848, pe care îl interpretează în sensul că „produsele trebuie să fie însoțite de informațiile necesare”, nu impune ca pliantele publicitare, separate fizic de produsele care sunt descrise în acestea cu termenii „bio” sau „eco”, să indice numărul de cod prevăzut la articolul 32 alineatul (1) litera (a) din acest regulament, din moment ce consumatorii ar putea obține o astfel de informație la cumpărarea acestor produse. Ea adaugă că această concluzie rezultă în mod clar din versiunea în limba engleză a acestei din urmă dispoziții, întrucât termenul „labelling” nu vizează publicitatea.
- 15 La fel ca și Globus, instanța de trimitere arată că, la momentul pregătirii pliantului publicitar, vânzătorul nu cunoaște neapărat identitatea operatorului care va livra produsele ecologice și nici, în consecință, pe cea a autorității sau a organismului de control prevăzut la acest articol 32 alineatul (1) litera (a).
- 16 În aceste condiții, Landgericht Saarbrücken (Tribunalul Regional din Saarbrücken) a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:
 - „1) Dreptul Uniunii, în special Regulamentul [2018/848], trebuie interpretat în sensul că pe pliantul publicitar al unui lanț de magazine distribuit la locuința consumatorului și care are ca obiect, pe lângă numeroase alte produse, și produse bio în sensul [acestui regulament] trebuie să se menționeze numărul de cod al autorității de control competente sau al organismului de control competent, cu alte cuvinte al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire?
 - 2) a) Articolul 3 punctul 52 din Regulamentul 2018/848 trebuie interpretat în sensul că orice «publicitate», în sensul articolului 3 punctul 53 din Regulamentul 2018/848, pentru un produs bio constituie totodată o «etichetare» a acestuia, în sensul articolului 3 punctul 52 din Regulamentul 2018/848?

- b) Din trimiterea la articolul 30 alineatul (1) din Regulamentul 2018/848 din cuprinsul articolului 32 alineatul (1) din Regulamentul 2018/848 rezultă obligația de a menționa numărul de cod al organismului de control și pe materialul publicitar separat fizic de produs, în cazul în care pe etichetă, pe materialele publicitare sau în documentele comerciale produsul este descris în termeni care sugerează cumpărătorului că produsul alimentar provine din producția ecologică?
- c) Această interpretare este valabilă și în cazul în care un comerciant cu amănuntul promovează publicitar produse ale unui producător care (pot) să provină din fabrici diferite și care sunt controlate de organisme de control diferite?
- d) În cazul în care la a doua întrebare literele a)-c) nu se poate răspunde categoric în sens afirmativ sau negativ: care sunt criteriile pe baza cărora se poate face, după caz, diferențierea în cadrul celei de a doua întrebări literele a) sau b)?”

Cu privire la întrebările preliminare

- 17 În temeiul articolului 99 din Regulamentul de procedură, Curtea, la propunerea judecătorului raportor și după ascultarea avocatului general, poate oricând să decidă să se pronunțe prin ordonanță motivată atunci când răspunsul la întrebările adresate cu titlu preliminar poate fi în mod clar dedus din jurisprudență sau atunci când acest răspuns nu lasă loc niciunei îndoieli rezonabile.
- 18 Este necesar să se aplice această dispoziție în prezenta cauză, întrucât răspunsul la întrebările adresate de instanța de trimitere nu lasă loc niciunei îndoieli rezonabile.
- 19 Prin intermediul întrebărilor formulate, care trebuie analizate împreună, această instanță solicită în esență să se stabilească dacă articolul 32 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul 2018/848 coroborat cu articolul 3 punctele 52 și 53, precum și cu articolul 30 alineatul (1) din acesta trebuie interpretat în sensul că obligația de a indica numărul de cod al autorității sau al organismului de control de care depinde operatorul care a efectuat ultima operațiune de producție sau de preparare nu se extinde la pliantele publicitare separate fizic de produsele ecologice pe care le promovează.
- 20 Articolul 32 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul 2018/848 prevede, în versiunea în limba franceză, obligația de a menționa pe „etichetă” orice produs care poartă termeni prevăzuți la articolul 30 alineatul (1) din acest regulament, precum „bio” sau „eco”, numărul de cod al autorității sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire.
- 21 Astfel cum reiese din articolul 3 punctul 52 din acest regulament, „étiquetage”, în versiunea în limba franceză („Etikett” și „label”, în versiunile în limbile germană și, respectiv, engleză), constituie, la fel ca orice ambalaj, document, anunț, inel sau manșetă, un suport sau o formă a „etichetării”. Această din urmă noțiune include orice mențiune, indicație, marcă de fabrică sau de comerț, imagine sau simbol legat de un produs care este aplicat pe aceste suporturi. Prin urmare, noțiunea de „etichetare” este definită mai larg decât noțiunea de „etichetă” și nu se confundă cu aceasta.

- 22 În schimb, în versiunile în limbile germană și engleză, articolul 32 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul 2018/848 utilizează termenii „*Kennzeichnung*” și, respectiv, „*labelling*”, acești doi termeni corespunzând noțiunii de „etichetare” în sensul articolului 3 punctul 52 din acest regulament, iar nu celei de „etichetă”.
- 23 Pe de altă parte, noțiunea de „publicitate” este definită la articolul 3 punctul 53 din Regulamentul 2018/848, în versiunea sa în limba franceză, ca „orice prezentare a unor produse adresată publicului, prin orice alte mijloace decât o etichetă, care are scopul sau este susceptibilă de a influența și de a forma atitudinea, convingerile și comportamentele, cu scopul de a promova direct sau indirect vânzarea”. În special, din exprimarea „prin orice alte mijloace decât o etichetă” reiese că noțiunea de „publicitate”, în sensul acestei dispoziții, și cea de „etichetare”, în sensul punctului 52 din acest articol, se exclud reciproc.
- 24 Cu toate acestea, în versiunile sale în limbile germană și engleză, articolul 3 punctul 53 din Regulamentul 2018/848 nu exclude din noțiunea de „publicitate” decât „*Etikett*” („*mit anderen Mitteln als einem Etikett*”) și, respectiv, „*label*” („*by any means other than a label*”). Or, astfel cum se arată la punctul 21 din prezenta ordonanță, acești termeni corespund celui de „etichetă”, care este unul dintre suporturile sau formele „etichetării” enumerate la punctul 52 al acestui articol. Având în vedere modul de redactare a articolului 3 punctul 53 din acest regulament în aceste două versiuni lingvistice, instanța de trimitere arată că un pliant publicitar precum cel în discuție în litigiul principal ar putea fi considerat o formă de etichetare, în măsura în care, chiar dacă nu „însoțește” un produs ecologic, el „menționează” un astfel de produs.
- 25 Curtea a statuat în mod repetat că nu este posibil ca formularea utilizată în una dintre versiunile lingvistice ale unei dispoziții din dreptul Uniunii să fie singurul temei pentru interpretarea acestei dispoziții sau ca acesteia să i se atribuie un caracter prioritar în raport cu celelalte versiuni lingvistice. Astfel, dispozițiile dreptului Uniunii trebuie interpretate și aplicate în mod uniform, în lumina versiunilor existente în toate limbile Uniunii. În caz de divergență între diferitele versiuni lingvistice ale unui text din dreptul Uniunii, dispoziția în cauză trebuie interpretată în raport cu contextul și cu obiectivele urmărite de reglementarea din care face parte această dispoziție (Hotărârea din 5 februarie 2015, M. ș.a., C-627/13 și C-2/14, EU:C:2015:59, punctele 48 și 49, precum și Hotărârea din 18 septembrie 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punctul 37).
- 26 În această privință, este necesar să se arate, în primul rând, că, în niciuna dintre versiunile lingvistice ale Regulamentului 2018/848, termenul „publicitate”, indiferent de forma acesteia, nu figurează printre suporturile sau formele etichetării enumerate la articolul 3 punctul 52 din acest regulament, și anume „orice ambalaj, document, anunț, etichetă, inel sau manșetă”. Prin urmare, modul de redactare a acestei dispoziții nu permite calificarea „publicității” ca formă de „etichetare” și nici a vreunei asimilări între aceste două noțiuni.
- 27 În al doilea rând, utilizarea simultană a termenilor „etichetare” și „publicitate” în numeroase dispoziții ale Regulamentului 2018/848, printre care la articolul 1, la articolul 30 alineatele (1) și (2), precum și la articolul 33 alineatul (1), arată că acest regulament operează o distincție sistematică între aceste două noțiuni, fără ca prima să poată fi considerată ca incluzând-o pe cea de a doua.
- 28 Rezultă că „publicitatea” nu poate constitui, așadar, o formă de „etichetare”, în sensul articolului 3 punctul 52 din regulamentul menționat, astfel cum rezultă în mod deosebit de clar din versiunea în limba franceză a articolului 3 punctul 53 din același regulament, care o definește ca „orice alte mijloace decât o etichetă”.

- 29 În al treilea rând, după cum arată instanța de trimitere, cerința prevăzută la articolul 32 alineatul (3) din Regulamentul 2018/848, potrivit căreia numărul de cod al autorității de control sau al organismului de control, menționat la alineatul (1) litera (a) al acestui articol, trebuie să fie marcat într-un loc care atrage atenția, în așa fel încât să fie ușor vizibil și clar lizibil și indelebil, vizează în mod necesar „etichetarea” produsului însuși, în sensul articolului 3 punctul 52 din acest regulament, și exclude astfel publicitatea separată fizic de acest produs, precum pliantele publicitare în discuție în litigiul principal.
- 30 În al patrulea rând, contrar susținerilor VSW, articolul 30 alineatul (1) din Regulamentul 2018/848 nu poate extinde noțiunea de „etichetare” dincolo de definiția care figurează la articolul 3 punctul 52 din acest regulament. Astfel, acest articol 30 alineatul (1) se limitează să explice noțiunea de „produs [...] purtând termeni referitori la producția ecologică”, fie în etichetare, fie în materialele publicitare sau în documentele comerciale. Trimiterea la articolul 30 alineatul (1) menționat efectuată la articolul 32 alineatul (1) din regulamentul respectiv nu poate avea, așadar, ca efect extinderea obligației de a indica numărul de cod al autorității sau al organismului de control la orice publicitate care promovează un produs descris cu termeni referitori la producția ecologică.
- 31 În aceste condiții, expresia „menționează [acest produs]”, care figurează la articolul 3 punctul 52 din Regulamentul 2018/848, nu poate fi interpretată în sensul că include „publicitatea” în domeniul de aplicare al noțiunii de „etichetare”, nici în sensul că permite extinderea la publicitate a obligațiilor care sunt specifice etichetării.
- 32 Această interpretare este susținută de obiectivele Regulamentului 2018/848. Potrivit considerentelor (6), (9), (15), (17) și (73), acest regulament urmărește să asigure condiții de concurență loială în cadrul pieței interne a produselor ecologice și să mențină încrederea consumatorilor în produsele descrise ca fiind ecologice. În acest scop, el prevede norme clare care protejează interesele operatorilor și ale consumatorilor, în special prin dispoziții privind etichetarea, pentru a le permite operatorilor să profite de condiții de concurență loială, iar consumatorilor să poată alege în cunoștință de cauză (a se vedea în acest sens Hotărârea din 4 octombrie 2024, Herbaria Kräuterparadies II, C-240/23, EU:C:2024:852, punctele 71 și 72).
- 33 În speță, astfel cum a subliniat Comisia, indicarea pe eticheta produselor ecologice a numărului de cod al autorității sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire urmărește să asigure trasabilitatea controalelor cărora le sunt supuse aceste produse în temeiul Regulamentului 2018/848, în conformitate cu obiectivul, identificat la punctul precedent din prezenta ordonanță, de a consolida încrederea consumatorilor în produsele etichetate ca produse ecologice.
- 34 Or, pentru a garanta trasabilitatea acestor controale, este suficient să se indice acest număr de cod, fie pe eticheta produselor ecologice, fie pe ambalaj, document, anunț, inel sau manșetă, ca suporturi sau forme ale etichetării, în sensul articolului 3 punctul 52 din acest regulament, fără a fi necesar să se indice acest lucru și în anunțurile publicitare separate fizic de astfel de produse.
- 35 În plus, după cum au arătat Globus și Comisia, obligația de a indica acest număr de cod în orice formă de publicitate ar crea dificultăți practice semnificative atunci când mai mulți operatori pot livra produsul ecologic autorului publicității. Astfel, într-o situație precum cea a pliantelor publicitare în discuție în litigiul principal, identitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire și, prin urmare, identitatea autorității sau a

organismului de control prevăzut la articolul 32 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul 2018/848, căruia i se subordonează acest operator, nu sunt în principiu cunoscute la momentul pregătirii acestor pliante.

- 36 Având în vedere motivele care precedă, este necesar să se răspundă la întrebările adresate că articolul 32 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul 2018/848 coroborat cu articolul 3 punctele 52 și 53 și cu articolul 30 alineatul (1) din acest regulament trebuie interpretat în sensul că obligația de a indica numărul de cod al autorității sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire nu se extinde la pliantele publicitare separate fizic de produsele ecologice pe care le promovează.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 37 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a opta) declară:

Articolul 32 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul (UE) 2018/848 al Parlamentului European și al Consiliului din 30 mai 2018 privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 834/2007 al Consiliului coroborat cu articolul 3 punctele 52 și 53 și cu articolul 30 alineatul (1) din acest regulament

trebuie interpretat în sensul că

obligația de a indica numărul de cod al autorității sau al organismului de control care reglementează activitatea operatorului care a desfășurat ultima operațiune de producție sau de pregătire nu se extinde la pliantele publicitare separate fizic de produsele ecologice pe care le promovează.

Semnături