



Rättsfallssamlingen

DOMSTOLENS BESLUT (åttonde avdelningen)

den 18 december 2025 *

”Begäran om förhandsavgörande – Artikel 99 i domstolens rättegångsregler – Svar som inte lämnar utrymme för rimligt tvivel – Jordbruk och fiske – Ekologiska produkter – Förordning (EU) 2018/848 – Artikel 3.52 – Begreppet märkning – Begreppet etikett – Artikel 3.53 – Begreppet marknadsföring – Artikel 30.1 – Produkter som är försedda med termer som avser ekologisk produktion – Artikel 32.1 a – Skyldighet att på etiketten ange kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av – Gäller inte marknadsföring för dessa produkter i reklamblad”

I mål C-745/24,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 267 FEUF, framställd av Landgericht Saarbrücken (Regionala domstolen i Saarbrücken, Tyskland) genom beslut av den 24 september 2024, som inkom till domstolen den 24 oktober 2024, i målet

Verband Sozialer Wettbewerb eV

mot

GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG,

meddelar

DOMSTOLEN (åttonde avdelningen),

sammansatt av avdelningsordföranden O. Spineanu-Matei samt domarna S. Rodin och N. Piçarra (referent),

generaladvokat: T. Ćapeta,

justitiesekreterare: A. Calot Escobar,

efter det skriftliga förfarandet,

med beaktande av de yttranden som avgetts av:

– Verband Sozialer Wettbewerb eV, genom R. Welzel, Rechtsanwalt,

* Rättegångsspråk: tyska.

- GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG, genom M. Grube, Rechtsanwalt,
- Europeiska kommissionen, genom A. Dawes och M. Zerwes, båda i egenskap av ombud,

med hänsyn till beslutet, efter att ha hört generaladvokaten, att avgöra målet enligt artikel 99 i domstolens rättegångsregler genom ett särskilt uppsatt beslut som är motiverat,

följande

Beslut

- 1 Begäran om förhandsavgörande avser tolkningen av artikel 32.1 a, artikel 3.52, 3.53 samt artikel 30.1 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/848 av den 30 maj 2018 om ekologisk produktion och märkning av ekologiska produkter och om upphävande av rådets förordning (EG) nr 834/2007 (EUT L 150, 2018, s. 1).
- 2 Begäran har framställts i ett mål där Verband Sozialer Wettbewerb eV (nedan kallat VSW), en förening vars syfte är att bekämpa otillbörlig konkurrens, har väckt talan om förbudsföreläggande mot GLOBUS Handelshof GmbH & Co. KG (nedan kallat Globus), ett bolag som driver flera stormarknader. VSW har yrkat att Globus ska förbjudas att i sina reklamblad marknadsföra ekologiska produkter utan att ange kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av, i den mening som avses i artikel 32.1 a i nämnda förordning.

Tillämpliga bestämmelser

- 3 I skälen 6, 9, 15, 17 och 73 i förordning 2018/848 anges följande:
 - ”(6) Mot bakgrund av målen för unionens politik för ekologisk produktion bör den rättsliga ramen för genomförandet av denna politik syfta till att skapa rättvis konkurrens och en välfungerande inre marknad för ekologiska produkter, att bevara och rättfärdiga konsumenternas förtroende för produkter som märkts som ekologiska och skapa förutsättningar för politiken att utvecklas i takt med produktions- och marknadsutvecklingen.
 - ...
 - (9) Mot bakgrund av den dynamiska utvecklingen inom den ekologiska sektorn angavs i rådets förordning (EG) nr 834/2007 [av den 28 juni 2007 om ekologisk produktion och märkning av ekologiska produkter och om upphävande av förordning (EEG) nr 2092/91 (EUT L 189, 2007, s. 1)] att det skulle komma att behöva göras en översyn av unionsreglerna för ekologisk produktion, där den erfarenhet som vunnits vid tillämpningen av reglerna beaktas. Resultaten av den översyn som [Europeiska] kommissionen har genomfört visar att unionens rättsliga ram för ekologisk produktion bör förbättras, så att reglerna motsvarar konsumenternas högt ställda förväntningar och är tillräckligt tydliga för dem de riktar sig till. Förordning (EG) nr 834/2007 bör därför upphävas och ersättas av en ny förordning.
 - ...

- (15) Forskningsprojekt har visat att konsumenternas förtroende är av mycket stor betydelse för marknaden för ekologiska livsmedel. På lång sikt kan regler som inte är tillförlitliga äventyra allmänhetens förtroende och leda till marknadsmisslyckande. En hållbar utveckling för den ekologiska produktionen i unionen bör därför baseras på sunda produktionsregler som harmoniseras på unionsnivå och uppfyller aktörernas och konsumenternas förväntningar vad gäller kvaliteten på ekologiska produkter samt överensstämmelse med de principer och regler som fastställs i denna förordning.

...

- (17) Denna förordning bör utgöra grunden för en hållbar utveckling av ekologisk produktion och dess positiva miljöeffekter, samtidigt som den säkerställer en välfungerande inre marknad för ekologiska produkter och rättvis konkurrens, för att på så sätt bidra till att jordbrukarna får en skälig inkomst, säkerställa konsumenternas förtroende, skydda konsumenternas intressen och främja korta distributionskedjor och lokal produktion. Dessa mål bör uppnås genom förenlighet med de allmänna och särskilda principer och allmänna och detaljerade produktionsregler som gäller för ekologisk produktion.

...

- (73) Märkningen av jordbruksprodukter och livsmedel bör omfattas av de allmänna regler som fastställs i [Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1169/2011 av den 25 oktober 2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna, och om ändring av Europaparlamentets och rådets förordningar (EG) nr 1924/2006 och (EG) nr 1925/2006 samt om upphävande av kommissionens direktiv 87/250/EEG, rådets direktiv 90/496/EEG, kommissionens direktiv 1999/10/EG, Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG, kommissionens direktiv 2002/67/EG och 2008/5/EG samt kommissionens förordning (EG) nr 608/2004 (EUT L 304, 2011,s. 18)] och i synnerhet av de bestämmelser som syftar till att förhindra märkning som kan skapa osäkerhet för eller vilseleda konsumenterna. Därutöver bör särskilda bestämmelser om märkning av ekologiska produkter och produkter under omställning fastställas i denna förordning. De bör skydda både aktörernas intresse av att få sina produkter korrekt identifierade på marknaden och att åtnjuta rättvisa konkurrensförhållanden, och konsumenternas intresse av att kunna träffa medvetna val.”

4 I artikel 1 i förordning 2018/848, med rubriken ”Syfte”, föreskrivs följande:

”I denna förordning fastställs principer för ekologisk produktion samt regler för ekologisk produktion, tillhörande certifiering och användning av uppgifter om ekologisk produktion i märkning och marknadsföring samt regler för kontroller utöver dem som fastställs i [Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/625 av den 15 mars 2017 om offentlig kontroll och annan offentlig verksamhet för att säkerställa tillämpningen av livsmedels- och foderlagstiftningen och av bestämmelser om djurs hälsa och djurskydd, växtskydd och växtskyddsmedel samt om ändring av Europaparlamentets och rådets förordningar (EG) nr 999/2001, (EG) nr 396/2005, (EG) nr 1069/2009, (EG) nr 1107/2009, (EU) nr 1151/2012, (EU) nr 652/2014, (EU) 2016/429 och (EU) 2016/2031, rådets förordningar (EG) nr 1/2005 och (EG) nr 1099/2009 och rådets direktiv 98/58/EG, 1999/74/EG, 2007/43/EG, 2008/119/EG och 2008/120/EG och om upphävande av Europaparlamentets och rådets förordningar (EG) nr 854/2004 och (EG) nr 882/2004, rådets direktiv 89/608/EEG, 89/662/EEG, 90/425/EEG,

91/496/EEG, 96/23/EG, 96/93/EG och 97/78/EG samt rådets beslut 92/438/EEG (förordningen om offentlig kontroll) (EUT L 95, 2017, s. 1)].”

- 5 Artikel 3 i förordning 2018/848 har rubriken ”Definitioner”. Där föreskrivs följande i leden 52 och 53:

”52. *märkning*: ord, uppgift, varumärke, märkesnamn, illustration eller symbol som gäller en produkt och anbringas på förpackning, handling, meddelande, etikett, ring eller krage som medföljer eller avser en sådan produkt.

53. *marknadsföring*: all presentation av produkter riktad till allmänheten, på annat sätt än genom en etikett, med avsikten eller möjligheten att påverka och forma attityder, föreställningar och beteenden för att direkt eller indirekt främja försäljningen av produkter.”

- 6 Artikel 30 i förordningen, med rubriken ”Användning av termer som avser ekologisk produktion”, har följande lydelse:

”1. I denna förordning ska en produkt anses vara försedd med termer som avser ekologisk produktion, om det i märkningen, reklamen eller handelsdokumenten finns en beskrivning av produkten, de ingredienser eller foderråvaror som använts vid framställningen som ger köparen uppfattningen att produkten, dess ingredienser eller foderråvaror har framställts i enlighet med denna förordning. I synnerhet får de termer som förtecknas i bilaga IV, härledningar eller diminutiver av dessa, såsom bio och eko, enskilt eller i kombination, användas i hela unionen och på vilket språk som helst som anges i denna bilaga för märkning och marknadsföring av de produkter som avses i artikel 2.1 som är förenliga med denna förordning.

2. För de produkter som avses i artikel 2.1 får de termer som avses i punkt 1 i den här artikeln inte någonstans i unionen, på något av de språk som anges i bilaga IV, användas för märkning, reklam eller handelsdokument för en produkt som inte är förenlig med denna förordning.

Vidare är det inte tillåtet att använda termer, inbegripet termer som används i varumärken eller företagsnamn, eller metoder för märkning eller marknadsföring som kan vilseleda konsumenten eller användaren genom att antyda att en produkt eller dess ingredienser är förenliga med denna förordning.

...”

- 7 I artikel 32 i förordningen, med rubriken ”Obligatoriska uppgifter”, föreskrivs följande:

”1. Om produkter är försedda med termer enligt artikel 30.1, inklusive produkter som är märkta som produkter under omställning i enlighet med artikel 30.3,

a) ska kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av också finnas på märkningen, och

...

3. De uppgifter som avses i punkterna 1 och 2 i denna artikel och i artikel 33.3 ska placeras på ett framträdande ställe, så att de är väl synliga, lätta att läsa och inte kan avlägsnas.

...”

- 8 Artikel 33 i samma förordning har rubriken ”Europeiska unionens logotyp för ekologisk produktion”. I första punkten i den artikeln föreskrivs följande:

”Europeiska unionens logotyp för ekologisk produktion får användas vid märkning, presentation och marknadsföring av produkter som överensstämmer med denna förordning.

...”

Målet vid den nationella domstolen och tolkningsfrågorna

- 9 Globus ingår i detaljhandelskoncernen Globus St. Wendel och driver stormarknader i Tyskland. I januari och februari 2024 distribuerade detta bolag i Gera (Tyskland) med omnejd reklamblad i vilka flera livsmedelsprodukter presenterades jämte beteckningen ”bio” och unionens logotyp för ekologisk produktion. Däremot angavs inte det i artikel 32.1 a i förordning 2018/848 föreskrivna kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som hade genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattades av.
- 10 VSW väckte talan om förbuds föreläggande mot Globus vid Landgericht Saarbrücken (Regionala domstolen i Saarbrücken, Tyskland), som är hänskjutande domstol i förevarande mål. VSW yrkade att Globus skulle förbjudas att marknadsföra ekologiska produkter i sina reklamblad om bolaget inte angav detta kodnummer. VSW gjorde gällande att det vida begreppet märkning i artikel 30.1 i förordning 2018/848, till vilket det hänvisas i artikel 32.1 i förordningen, omfattar såväl ”märkning”, i den strikta mening som avses i förordningens artikel 3.52, som ”marknadsföring” i den mening som avses i dess artikel 3.53. Denna hänvisning innebär således enligt VSW att skyldigheten att ange kodnumret, som föreskrivs i artikel 32.1 a i samma förordning, även omfattar marknadsföring av ekologiska produkter. VSW har påpekat att den engelska och den franska versionen av dessa bestämmelser är tydligare på denna punkt än den tyska.
- 11 Globus har för sin del gjort gällande att artikel 3.52 och 3.53 i förordning 2018/848 gör en tydlig åtskillnad mellan märkning och marknadsföring och att artikel 30.1 i denna förordning inte medger att man likställer dessa båda begrepp. De skyldigheter som gäller för produkter som beskrivs som ekologiskt producerade bör enligt Globus endast gälla fysiska flöden av varor och åtföljande handlingar, inte reklamblad. Kontrollmyndighetens eller kontrollorganets kodnummer enligt artikel 32.1 a i nämnda förordning måste således endast anbringas på själva produkten. Globus har tillagt att om denna skyldighet skulle utsträckas till sådana reklamblad som är i fråga i det nationella målet, skulle det i praktiken vara omöjligt att fullgöra den. Vid tidpunkten för utarbetandet av reklambladet känner bolaget nämligen ännu inte till vilken aktör eller vilka aktörer som kommer att ansvara för leveransen av de produkter som anges vara ekologiskt producerade och kan således inte identifiera den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som aktören eller aktörerna omfattas av.
- 12 Den hänskjutande domstolen har påpekat att uttrycket ”eller avser en sådan produkt”, vilket står tillsammans med uttrycket ”medföljer [denna produkt]” i definitionen av begreppet märkning i artikel 3.52 i förordning 2018/848, skulle kunna omfatta ”marknadsföring” i den mening som

avses i artikel 3.53 i denna förordning, såsom VSW har anført. Eftersom reklamblad som de nu aktuella nämligen "avser" de ekologiska produkter som presenteras där, skulle de kunna anses utgöra en form av "märkning".

- 13 Den hänskjutande domstolen anser emellertid att reklambladen i fråga faller utanför begreppet märkning, i den mening som avses i artikel 3.52 i förordning 2018/848, och anger därvid att det bör göras en åtskillnad mellan allmän (produktavlägsen) och konkret (produktnära) marknadsföring, varvid den bland annat stöder sig på artikel 32.3 i förordningen. Av den däri föreskrivna skyldigheten att anbringa de uppgifter som avses i artikel 32.1 på ett framträdande ställe, så att de är väl synliga, lätta att läsa och inte kan avlägsnas, drar den hänskjutande domstolen slutsatsen att den sistnämnda bestämmelsen typiskt sett avser märkningen av själva produkten och inte marknadsföring som är fysiskt åtskild från densamma, såsom dessa reklamblad.
- 14 Den hänskjutande domstolen anser dessutom att artikel 30.1 i förordning 2018/848, som den tolkar på så sätt att "produkterna ska åtföljas av nödvändig information", inte kräver att reklambladen, vilka är fysiskt åtskilda från de produkter som i reklambladen beskrivs med användning av orden "bio" eller "eko", innehåller uppgift om det kodnummer som avses i artikel 32.1 a i förordningen, eftersom konsumenten kan få denna information vid köpet av dessa produkter. Den har tillagt att denna slutsats klart framgår av den engelska språkversionen av sistnämnda bestämmelse, eftersom ordet "*labelling*" inte avser marknadsföring.
- 15 I likhet med Globus har den hänskjutande domstolen påpekat att säljaren, vid tidpunkten för utarbetandet av reklambladet, inte nödvändigtvis känner till vilken aktör som kommer att leverera de ekologiska produkterna och följaktligen inte heller kan identifiera den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som avses i artikel 32.1 a.
- 16 Mot denna bakgrund beslutade Landgericht Saarbrücken (Regionala domstolen i Saarbrücken) att vilandeförklara målet och hänskjuta följande tolkningsfrågor till EU-domstolen:
 - "1) Ska unionsrätten – särskilt med avseende på förordning [2018/848] – tolkas på så sätt att det i ett reklamblad som distribueras till konsumenthushåll av en detaljhandelskedja, som förutom ett brett sortiment av andra varor även omfattar ekologiska produkter i den mening som avses i [denna förordning] är nödvändigt att ange kodnumret för den behöriga kontrollmyndigheten eller det behöriga kontrollorganet, det vill säga det organ som ansvarar för kontrollen av den aktör som utförde den senaste produktions- eller beredningsåtgärden?
 - 2) a) Ska artikel 3.52 i förordning 2018/848 tolkas på så sätt att all marknadsföring för en ekologisk produkt, i den mening som avses i artikel 3.53 i förordning 2018/848, även utgör en märkning av en ekologisk produkt i den mening som avses i artikel 3.52 i samma förordning?
b) Innebär artikel 32.1 i förordning 2018/848, vilken hänvisar till artikel 30.1 i samma förordning, en skyldighet att ange kontrollorganets kodnummer även för reklam som är fysiskt åtskild från produkten, om det i märkningen, reklamen eller handelsdokumenten finns en beskrivning av produkten som ger köparen uppfattningen att livsmedlet har producerats ekologiskt?
c) Gäller detta även när en detaljhandlare marknadsför produkter från en tillverkare som kommer (eller kan komma) från olika enheter och som omfattas av olika kontrollorgan?
d) Om frågorna 2a–c inte entydigt kan besvaras med ja eller nej: Vilka särskiljande kriterier ska i förekommande fall tillämpas för 2a och 2b?"

Prövning av tolkningsfrågorna

- 17 Enligt artikel 99 i domstolens rättegångsregler får domstolen, på förslag av referenten och efter att ha hört generaladvokaten, när som helst avgöra målet genom särskilt uppsatt beslut som är motiverat, om svaret på frågorna i en begäran om förhandsavgörande klart kan utläsas av rättspraxis eller om svaret på frågan inte lämnar utrymme för rimligt tvivel.
- 18 Denna bestämmelse ska tillämpas i förevarande mål, eftersom svaret på den hänskjutande domstolens frågor inte lämnar utrymme för rimligt tvivel.
- 19 Den hänskjutande domstolen har ställt sina frågor, som ska prövas tillsammans, för att få klarhet i huruvida artikel 32.1 a i förordning 2018/848, jämförd med artikel 3.52 och 3.53 samt artikel 30.1 i samma förordning, ska tolkas på så sätt att skyldigheten att ange kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av, inte gäller för reklamblad som är fysiskt åtskilda från de ekologiska produkter som reklambladen marknadsför.
- 20 I artikel 32.1 a i förordning 2018/848 föreskrivs, i den franska språkversionen, en skyldighet att på "l'étiquette" (etiketten) på varje produkt som är försedd med termer som avses i artikel 30.1 i förordningen, såsom "bio" eller "eko", ange kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har utfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av.
- 21 Såsom framgår av artikel 3.52 i denna förordning utgör en "étiquette" (etikett) i den franska språkversionen av bestämmelsen ("*Etikett*" respektive "*label*", i den tyska och den engelska versionen), på samma sätt som en förpackning, handling, meddelande, ring eller krage, ett underlag för eller en form av "märkning". Det sistnämnda begreppet omfattar ord, uppgifter, varumärken, märkesnamn, illustrationer eller symboler som gäller produkten och anbringas på dessa underlag. Begreppet märkning har således getts en vidare definition än begreppet etikett och sammanfaller inte med detta.
- 22 I den tyska och den engelska språkversionen används däremot i artikel 32.1 a i förordning 2018/848 orden "*Kennzeichnung*" och "*labelling*", vilka motsvarar begreppet märkning i den mening som avses i artikel 3.52 i förordningen och inte begreppet etikett.
- 23 Begreppet marknadsföring definieras dessutom i artikel 3.53 i förordning 2018/848, i den franska språkversionen, som "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" (all presentation av produkter riktad till allmänheten, på annat sätt än genom märkning, med avsikten eller möjligheten att påverka och forma attityder, föreställningar och beteenden för att direkt eller indirekt främja försäljningen av produkter). Det framgår särskilt av uttrycket "par tout moyen autre que l'étiquetage" att begreppet marknadsföring i den mening som avses i den bestämmelsen, och begreppet märkning, i den mening som avses i punkt 52 i denna artikel, inte kan överlappa varandra.
- 24 I den tyska och den engelska språkversionen av artikel 3.53 i förordning 2018/848 undantas emellertid från begreppet marknadsföring endast "*Etikett*" ("*mit anderen Mitteln als einem Etikett*") respektive "*label*" ("*by any means other than a label*"). Såsom har påpekats i punkt 21 i förevarande beslut motsvaras dessa termer av begreppet "etikett" som utgör ett av de underlag

för eller former av märkning som räknas upp i punkt 52 i denna artikel. Mot bakgrund av ordalydelsen i artikel 3.53 i förordningen i dessa båda språkversioner har den hänskjutande domstolen påpekat att ett reklamblad som det nu aktuella skulle kunna betraktas som en form av märkning, eftersom det, även om det inte "medföljer" en ekologisk produkt, "avser" en sådan produkt.

- 25 Domstolen har vid upprepade tillfällen slagit fast att den formulering som använts i en språkversion av en unionsbestämmelse inte ensam kan ligga till grund för tolkningen av densamma eller ges företräde framför övriga språkversioner. Unionsbestämmelserna ska nämligen tolkas och tillämpas på ett enhetligt sätt mot bakgrund av de olika versionerna på samtliga unionsspråk. I händelse av bristande överensstämmelse mellan språkversionerna av en unionsrättslig text, ska den aktuella bestämmelsen tolkas med hänsyn till sammanhanget och de mål som eftersträvas med de föreskrifter som den ingår i (dom av den 5 februari 2015, M. m.fl., C-627/13 och C-2/14, EU:C:2015:59, punkterna 48 och 49, och dom av den 18 september 2019, VIPA, C-222/18, EU:C:2019:751, punkt 37).
- 26 Det ska i detta hänseende för det första påpekas att begreppet marknadsföring, oavsett i vilken form den förekommer, i ingen av språkversionerna av förordning 2018/848 ingår bland de underlag för eller former av märkning som räknas upp i artikel 3.52 i denna förordning, det vill säga "förpackning, handling, meddelande, etikett, ring eller krage". Av ordalydelsen i denna bestämmelse följer därför att "marknadsföring" varken kan kvalificeras som en form av "märkning" eller likställas med denna.
- 27 För det andra visar den samtidiga användningen av begreppen märkning och marknadsföring i ett stort antal bestämmelser i förordning 2018/848, bland annat i artikel 1, artikel 30.1 och 2 samt artikel 33.1, att det i förordningen görs en systematisk åtskillnad mellan dessa två begrepp, utan att det förstnämnda kan anses omfatta det sistnämnda.
- 28 Av detta följer att "marknadsföring" inte kan utgöra en form av "märkning" i den mening som avses i artikel 3.52 i nämnda förordning. Detta framgår särskilt tydligt av den franska språkversionen av artikel 3.53 i samma förordning, där marknadsföring definieras som "tout moyen autre que l'étiquetage" (annat sätt än genom märkning).
- 29 För det tredje avser, såsom den hänskjutande domstolen har påpekat, kravet i artikel 32.3 i förordning 2018/848, enligt vilket kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som avses i punkt 1 a i denna artikel ska placeras på ett framträdande ställe, så att det är väl synligt, lätt att läsa och inte kan avlägsnas, med nödvändighet att själva produkten "märks", i den mening som avses i artikel 3.52. Kravet omfattar således inte marknadsföring som är fysiskt skild från produkten, såsom de nu aktuella reklambladen.
- 30 För det fjärde framgår det, i motsats till vad VSW har gjort gällande, inte av artikel 30.1 i förordning 2018/848 att begreppet märkning där ska ges en vidare innebörd än den som anges i artikel 3.52 i samma förordning. Artikel 30.1 i förordning 2018/848 begränsar sig nämligen till att förtydliga begreppet "produkt som är försedd med termer som avser ekologisk produktion", genom att ange att dessa termer kan förekomma i märkningen, reklamen eller handelsdokumenten. Hänvisningen till nämnda artikel 30.1 i artikel 32.1 i förordningen kan således inte medföra att skyldigheten att ange kontrollmyndighetens eller kontrollorganets kodnummer utsträcks till att omfatta all marknadsföring för en produkt som beskrivs med termer som avser ekologisk produktion.

- 31 Under dessa omständigheter kan uttrycket ”som avser [denna produkt]” i artikel 3.52 i förordning 2018/848, varken tolkas så, att ”marknadsföring” omfattas av tillämpningsområdet för begreppet märkning eller anses medge att de skyldigheter som är specifika för märkning utsträcks till att gälla för marknadsföring.
- 32 Denna tolkning stöds av de mål som eftersträvas med förordning 2018/848. Enligt skälen 6, 9, 15, 17 och 73 i förordningen syftar den till att säkerställa rättvisa konkurrensvillkor på den inre marknaden för ekologiska produkter och till att bevara konsumenternas förtroende för produkter som beskrivs som ekologiska. I detta syfte fastställs tydliga regler som skyddar aktörernas och konsumenternas intressen, bland annat genom bestämmelser om märkning, så att aktörerna kan åtnjuta rättvisa konkurrensförhållanden och konsumenterna kan träffa medvetna val (se, för ett liknande resonemang, dom av den 4 oktober 2024, Herbaria Kräuterparadies II, C-240/23, EU:C:2024:852, punkterna 71 och 72).
- 33 I förevarande fall syftar, såsom kommissionen har framhållit, angivandet på etiketten för ekologiska produkter av kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av till att säkerställa spårbarheten av de kontroller som dessa produkter ska genomgå enligt förordning 2018/848. Detta sker i enlighet med det mål som angetts i föregående punkt i förevarande beslut, nämligen att stärka konsumenternas förtroende för produkter som är märkta som ekologiska produkter.
- 34 För att säkerställa spårbarheten av dessa kontroller framstår det som tillräckligt att detta kodnummer anges, antingen på etiketten för ekologiska produkter eller på den förpackning, handling, meddelande, ring eller krage som utgör underlag för märkningen eller en form av märkning, i den mening som avses i artikel 3.52 i förordningen, utan att det är nödvändigt att även ange det i marknadsföring som är fysiskt åtskild från produkterna.
- 35 Dessutom skulle, såsom Globus och kommissionen har påpekat, skyldigheten att ange detta kodnummer i all marknadsföring medföra betydande praktiska svårigheter när det finns flera aktörer som kan leverera den ekologiska produkten till annonsören. I ett fall som det som rör de nu aktuella reklambladen är det nämligen i regel inte känt, vid tidpunkten för utarbetandet av reklambladet, vilken aktör som genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden och därmed vilken kontrollmyndighet eller vilket kontrollorgan i den mening som avses i artikel 32.1 a i förordning 2018/848 som denna aktör omfattas av.
- 36 Mot bakgrund av ovanstående överväganden ska frågorna besvaras enligt följande. Artikel 32.1 a i förordning 2018/848, jämförd med artikel 3.52 och 3.53 samt artikel 30.1 i samma förordning, ska tolkas så, att skyldigheten att ange kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av inte gäller för reklamblad som är fysiskt åtskilda från de ekologiska produkter som reklambladen marknadsför.

Rättegångskostnader

- 37 Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i målet vid den nationella domstolen utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den nationella domstolen att besluta om rättegångskostnaderna.

Mot denna bakgrund beslutar domstolen (åttonde avdelningen) följande:

Artikel 32.1 a i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/848 av den 30 maj 2018 om ekologisk produktion och märkning av ekologiska produkter och om upphävande av rådets förordning (EG) nr 834/2007, jämförd med artikel 3.52 och 3.53 samt artikel 30.1 i samma förordning,

ska tolkas så,

att skyldigheten att ange kodnumret för den kontrollmyndighet eller det kontrollorgan som den aktör som har genomfört den senaste produktions- eller beredningsåtgärden omfattas av inte gäller för reklamblad som är fysiskt åtskilda från de ekologiska produkter som reklambladen marknadsför.

[Underskrifter]