



Datum van
inontvangstneming

:

09/12/2024

Zaak C-745/24

Verzoek om een prejudiciële beslissing

Datum van indiening:

24 oktober 2024

Verwijzende rechter:

Landgericht Saarbrücken (Duitsland)

Datum van de verwijzingsbeslissing:

24 september 2024

Verzoekende partij:

Verband Sozialer Wettbewerb e.V.

Verwerende partij:

GLOBUS Handelshof GmbH & Co.

Landgericht Saarbrücken

Beslissing

[OMISSIS]

In de zaak tussen

Verband Sozialer Wettbewerb e.V.

- verzoekende partij -

[OMISSIS]

en

GLOBUS Handelshof GmbH & Co.

- verwerende partij -

[OMISSIS]

heeft het Landgericht Saarbrücken (rechter in eerste aanleg Saarbrücken, Duitsland) [OMISSIS] op 24 september 2024 beslist:

Krachtens artikel 267, eerste alinea, onder a), en tweede alinea, VWEU wordt het Hof van Justitie van de Europese Unie verzocht om een prejudiciële beslissing over de volgende vragen:

1. Moet het Unierecht – meer specifiek verordening (EU) 2018/848 van het Europees Parlement en de Raad van 30 mei 2018 inzake de biologische productie en de etikettering van biologische producten en tot intrekking van verordening (EG) nr. 834/2007 van de Raad (PB L 150 van 14.6.2018, blz. 1) aldus worden uitgelegd

dat in de reclame in aan consumentenhuishoudens verspreide folders van een winkelketen die naast diverse andere producten ook betrekking heeft op biologische producten in de zin van verordening 2018/848, het codenummer van de bevoegde controleautoriteit of het bevoegde controleorgaan moet worden vermeld, dus het orgaan dat belast is met de controle van de exploitant die de laatste productie- of bereidingshandeling heeft verricht?

2) a) Moet artikel 3, punt 52, van verordening 2018/848 aldus worden uitgelegd dat elke „reclame” voor een biologisch product in de zin van artikel 3, punt 53, van die verordening ook een „etikettering” van dat product in de zin van artikel 3, punt 52, van die verordening is?

b) Vloeit uit artikel 32, lid 1, van verordening 2018/848, door de verwijzing naar artikel 30, lid 1, van die verordening, een verplichting voort om het codenummer van het controleorgaan ook te vermelden voor reclame die geografisch van het product verwijderd is, indien het product in de etikettering, de reclame of de handelsdocumenten wordt beschreven in termen die bij de koper de indruk wekken dat het levensmiddel biologisch wordt geproduceerd?

c) Geldt dit ook indien een detailhandelaar reclame maakt voor producten van een producent die uit verschillende fabrieken afkomstig (kunnen) zijn en door verschillende controleorganen worden onderzocht?

d) Indien vraag 2, onder a) tot en met c), niet duidelijk bevestigend of ontkennend kan worden beantwoord: aan de hand van welke criteria dient eventueel te worden gedifferentieerd bij vraag 2, onder a), en bij vraag 2, onder b)?

A) De verwijzende rechter:

[OMISSIS] [gegevens van de verwijzende rechter]

B) Hoofdeding

I. Verzoeker stelt op grond van het mededingingsrecht een stakingsvordering tegen verweerster in met betrekking tot een folder waarin reclame wordt gemaakt voor biologische producten, waaronder biologische limonade.

1. a) Verzoeker is een geregistreerde vereniging met als doel het bestrijden van oneerlijke concurrentie. De vereniging is in Duitsland in het wettelijke register van verenigingen ingeschreven die aan de organisatorische voorwaarden voldoen om oneerlijke handelspraktijken te bestrijden.

b) Verweerster is een vennootschap van de detailhandelsgroep Globus St. Wendel. De groep bestaat uit meerdere ondernemingen die in heel Duitsland onder meer grootschalige winkels (food- en non-foodartikelen als „hypermarchés”) exploiteren.

2. Verweerster heeft in haar folder „*GLOBUS Echt gut gemacht Gera*” in Gera (Duitsland) en omgeving met de in het geding zijnde aanbiedingen in de uitgaven van maandag 12 februari tot en met zaterdag 17 februari 2024 (week 7), maandag 5 februari tot en met zaterdag 10 februari 2024 (week 6), maandag 29 januari tot en met zaterdag 3 februari 2024 (week 5) en maandag 21 januari tot en met zaterdag 27 januari 2024 (week 4) geadverteerd. Bij deze folder gaat het om een gedrukte folder van meerdere pagina’s die zowel onder huishoudens in het verzorgingsgebied van de winkel wordt verspreid als in de winkel zelf beschikbaar is. Verweerster maakt daarin als stationaire winkel voor consumenten reclame voor de meest uiteenlopende producten van haar assortiment. De klant kan de geadverteerde producten dus alleen ter plaatse in de winkel van verweerster kopen.

De door verzoekster in de bijlagen K4-7 [ingediende folders] zijn bij dit verzoek gevoegd als voorbeelden voor het Hof.

Verweerster maakt in haar folder onder meer in de uitgave voor week 7 op bladzijde 13 reclame voor het product „Kanne Bio Brottrunk” (biologische graandrank), op bladzijde 14 voor „Vio Bio Limo” (biologische limonade) en [op] bladzijde 15 voor „Hipp Hippis Bio Quetschbeutel” (biologisch knijpfruit), in de uitgave voor week 6 op bladzijde 16 voor de producten „Hainich Apfelrotkohl oder Bio-Sauerkraut” (rode kool met appel of biologische zuurkool), op bladzijde 17 voor „3 Talente Bio Riesling Rheinhessen DQW” (biologische witte wijn) en op bladzijde 18 voor „Alete Bio-Menü” (biologisch menu), in de uitgave voor week 5 op bladzijde 15 voor de producten „Alnatura Bio Weizen Mehl” (biologisch tarwemeel) en op bladzijde 18 voor „Yogi Tea” alsook in de uitgave voor week 4 op bladzijde 6 voor de producten „Frusano Bio-Reis-Crispies”

(gepofte biologische rijst) en „Frusano Janosch Bio-Bärenfreunde” (gummibeertjes) en op bladzijde 12 voor „Alnavit Bio Granatapfel Muttersaft” (100 % puur biologische granaatappelsap), „Grünland Bio Gemüsesaft” (biologische groentesap), „Alnatura Bio Agaven Dicksaft” (biologische agavesiroop) en „Bunting Bio Kräuter- oder Fruchtetee” (biologische kruiden- of vruchtenthee).

In de productaanduidingen gebruikt verweerster telkens de termen „biologisch” en het EU Biologisch logo. In de folder wordt noch het voor de laatste producent bevoegde controleorgaan noch zijn codenummer in verband met het gebruik van de aanduiding „biologisch” of de vermelding van het EU Biologisch logo vermeld.

Bij wijze van voorbeeld worden hier enkele van de in het geding zijnde advertenties weergegeven:





Verzoeker stelt niet dat de respectieve producten zelf, zoals zij in de winkel kunnen worden gekocht, onjuist zijn aangeduid. Hij maakt enkel bezwaar tegen het feit dat de nummers van het controleorgaan niet reeds in de reclamefolder worden vermeld.

II. Verzoeker is van mening dat verweerster door de desbetreffende reclame in strijd handelt met de hierboven aangehaalde etiketteringsplichten van het Unierecht. Hij stelt dat verweerster – wanneer zij met het EU Biologisch logo en termen als „biologisch” in een folder reclame maakt – op dezelfde plaats reeds het controleorgaan en het overeenkomstige codenummer van het controleorgaan dient te vermelden. Artikel 3, punt 52, [van verordening 2018/848] geldt immers voor alle vermeldingen die „op dat product betrekking hebben”, dus ook voor reclame zoals die welke in casu aan de orde is.

In casu moet de vraag worden beantwoord of artikel 32, lid 1, onder verwijzing naar artikel 30, lid 1, [van verordening 2018/848] voorziet in een (algemene) verplichting om het codenummer van het controleorgaan te vermelden, indien het product in de etikettering, de reclame of de handelsdocumenten wordt beschreven in termen die bij de koper de indruk wekken dat het levensmiddel biologisch wordt geproduceerd. Verzoeker is van mening dat de reclame het codenummer moet bevatten, aangezien het begrip „etikettering” volgens artikel 30, lid 1, [van verordening 2018/848] zowel de etikettering, zoals gedefinieerd in artikel 3, punt 52, [van die verordening], als reclame, zoals gedefinieerd in artikel 3, punt 53, [van die verordening], omvat. Volgens verzoeker blijkt dit reeds uit de duidelijke verwijzing van de wetgever in artikel 32, lid 1, naar enkel „etikettering”, zoals gedefinieerd in artikel 30, lid 1 [van verordening 2018/848]. De bewoordingen van de bepaling zijn in dit opzicht duidelijk. Indien de wetgever had willen verwijzen naar een etikettering, zoals gedefinieerd in artikel 3, punt 52, [van verordening 2018/848], zou naar die definitie zijn verwezen. Het is duidelijk dat de wetgever echter niet alleen voor de etikettering in de eigenlijke (engere) zin, maar voor een „etikettering” in de bredere zin, namelijk zoals gedefinieerd in artikel 30, lid 1, [van verordening 2018/848], in de verplichting om consumenten over het bevoegde controleorgaan te informeren, heeft willen voorzien.

Verzoeker benadrukt in dit verband dat de Engelse en de Franse versie van de bepalingen duidelijker zijn dan de Duitse.

Zijn standpunt wordt ook bevestigd door de betekenis en het doel van de bepalingen.

Verzoeker vordert dat:

1. verweerster wordt veroordeeld om, op straffe van een dwangsom van maximaal 250 000,00 EUR per overtreding of, subsidiair, lijfswang of lijfswang van maximaal zes maanden tegen de bestuurder van de beherende vennootschap, na te laten om in het economisch verkeer ten opzichte van eindverbruikers voorverpakte volgens biologische beginselen geproduceerde levensmiddelen, met name de producten „Kanne Bio Brottrunk” (biologische graandrank) en/of „Vio Bio Limo” (biologische limonade) en/of „Hipp Hippi Bio Quetschbeutel” (biologisch knijpfruit) en/of „Hainich Apfelrotkohl oder Bio-Sauerkraut” (rode kool met appel of biologische zuurkool) en/of „3 Talente Bio Riesling Rheinhessen DQW” (biologische witte wijn) en/of „Alete Bio-Menü” (biologisch menu) en/of „Alnatura Bio Weizen Mehl” (biologisch tarwemeel) en/of „Yogi Tea” en/of „Frusano Bio-Reis-Crispies” (gepofte biologische rijst) en/of „Frusano Janosch Bio-Bärenfreunde” (gummibeertjes) en/of „Alnavit Bio Granatapfel Muttersaft” (100 % puur biologische granaatappelsap) en/of „Grünland Bio Gemüsesaft” (biologische groentesap) en/of „Alnatura Bio Agaven Dicksaft” (biologische agavesiroop) en/of „Buenting Bio Kräuter- oder Früchtetee” (biologische kruiden- of vruchtenthee) te koop aan te bieden en hiervoor met de vermelding „biologisch” en/of het „EU biologisch logo” reclame te maken, zonder tevens het codenummer van de controleautoriteit of het controleorgaan van de exploitant te vermelden die de laatste productie- of bereidingshandeling heeft verricht;

indien dit gebeurt:

zoals in de folder „*GLOBUS Echt gut gemacht Gera-Trebnitz*”, uitgave van maandag 12 februari tot en met zaterdag 17 februari 2024 (week 7) op bladzijde 13, 14 en 15 (bijlage K 4), uitgave van maandag 5 februari tot en met zaterdag 10 februari 2024 (week 6) op bladzijde 16, 17 en 18 (bijlage K 5), uitgave van maandag 29 januari tot en met zaterdag 3 februari 2024 (week 5) op bladzijde 15 en 18 (week 6) en uitgave van maandag 22 januari tot en met zaterdag 27 januari 2024 (week 4) op bladzijde 6 en 12 (bijlage K 7) voor de genoemde producten.

2. verweerster wordt veroordeeld tot betaling aan verzoeker van 238,00 EUR te vermeerderen met rente ter hoogte van vijf procentpunten boven het basistarief vanaf de betekening van de dagvaarding.

3. Verweerster concludeert

tot afwijzing van het beroep.

Zij is van mening dat het volgens het Unierecht voldoende is dat het controleorgaan en het overeenkomstige nummer op het te verkopen product zelf worden vermeld.

In artikel 3 van verordening 2018/848 wordt in punt[en] 52 en 53 een onderscheid gemaakt tussen etikettering en reclame. Hiermee moet rekening worden gehouden. De bepaling van artikel 30, lid 1, van de verordening is dus onduidelijk en betekent niet dat de begrippen „etikettering” en „reclame” gelijk moeten worden gesteld. De strikte verplichtingen in verband met biologische landbouwproducten moeten worden toegepast op basis van de specifieke fysieke goederenstroom en de begeleidende documenten, maar niet geheel los daarvan in verband met algemene informatie in de reclame.

De vermelding in de reclame is in de praktijk niet mogelijk. In het geval van sommige, vooral grotere, producenten, bijvoorbeeld van limonade, zijn de goederen waarvoor in heel Duitsland op soortgelijke wijze reclame wordt gemaakt, afkomstig van verschillende bronnen die door verschillende controleorganen worden gecertificeerd. Wanneer de folder wordt gemaakt, kan verweerster nog niet precies weten vanuit welk magazijn van de fabrikant de limonade daadwerkelijk zou worden geleverd. Zij kan dit daarom niet vermelden.

4. De verwijzende rechter ziet geen mogelijkheid om tot overeenstemming te komen. Het gaat om een juridische vraag.

C) Relevante bepalingen en rechtspraak

I. Unierecht:

1. VERORDENING (EU) 2018/848 VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 30 mei 2018 inzake de biologische productie en de etikettering van biologische producten en tot intrekking van verordening (EG) nr. 834/2007 van de Raad (PB L 150 van 14.6.2018) [OMISSIS] bepaalt onder meer in

Artikel 3, punt[en] 52 en 53:

Voor de toepassing van deze verordening wordt verstaan onder:

52. „etikettering”: de vermeldingen, aanduidingen, handelsmerken, handelsnamen, afbeeldingen of tekens betreffende een product op verpakkingen, documenten, bordjes, etiketten, ringen of banden die dat product vergezellen of op dat product betrekking hebben;

53. „reclame”: iedere manier, behalve etikettering, om producten aan het publiek voor te stellen met als doel of als waarschijnlijk gevolg houdingen,

overtuigingen en gedragingen te beïnvloeden en te vormen, teneinde direct of indirect de verkoop van producten te bevorderen;

Artikel 30 – Het gebruik van termen die verwijzen naar biologische productie

1. Voor de toepassing van deze verordening worden producten beschouwd als producten waarop termen met betrekking tot de biologische productie voorkomen wanneer die producten, de ingrediënten ervan of de bij de productie ervan gebruikte voedermiddelen in de etikettering, de reclame of de handelsdocumenten worden beschreven in termen die bij de koper de indruk wekken dat de producten, ingrediënten of voedermiddelen geproduceerd zijn overeenkomstig deze verordening. Met name de in bijlage IV vermelde termen en de afleidingen of verkleinwoorden daarvan, zoals „bio” en „eco”, alleen of in combinatie, mogen in de hele Unie worden gebruikt, in elke in die bijlage vermelde taal, in de etikettering en de reclame voor in artikel 2, lid 1, bedoelde producten die voldoen aan deze verordening.

2. Ten aanzien van de in artikel 2, lid 1, bedoelde producten worden de in lid 1 bedoelde termen nergens in de Unie gebruikt, in geen enkele in bijlage IV bedoelde taal, voor de etikettering van, de reclame of de handelsdocumenten betreffende een product dat niet voldoet aan deze verordening.

Voorts worden in de etikettering of reclame geen termen, waaronder termen in handelsmerken of firmanamen, of praktijken gebruikt die de consument of gebruiker kunnen misleiden door de indruk te wekken dat de betrokken producten of de ingrediënten ervan voldoen aan deze verordening.

[...]

Artikel 32 – Verplichte aanduidingen

1. Wanneer op producten termen voorkomen als bedoeld in artikel 30, lid 1, met inbegrip van producten die als omschakelingsproducten zijn geëtiketteerd overeenkomstig artikel 30, lid 3:

a) wordt het codenummer van de controleautoriteit of het controleorgaan waaraan de exploitant die de laatste productie- of bereidingshandeling heeft verricht, onderworpen is, ook op het etiket vermeld, en

b) wordt, in het geval van voorverpakte levensmiddelen, het logo voor de biologische productie van de Europese Unie als bedoeld in artikel 33 ook op de verpakking vermeld, behalve in de in artikel 30, lid 3 en lid 5, onder b) en c), genoemde gevallen.

[...]

3. De aanduidingen als bedoeld in de leden 1 en 2 van dit artikel en in artikel 33, lid 3, worden aangebracht op een opvallende plaats en zijn goed zichtbaar, duidelijk leesbaar en onuitwisbaar.

[...]

Artikel 33– Het logo voor de biologische productie van de Europese Unie

1. Het logo voor de biologische productie van de Europese Unie mag worden gebruikt in de etikettering en presentatie van producten die aan deze verordening voldoen en in de reclame voor deze producten.

Het logo voor de biologische productie van de Europese Unie mag ook worden gebruikt voor voorlichtings- en opleidingsdoeleinden in verband met het bestaan en het aanprijzen van het logo zelf, mits dergelijk gebruik ervan de consument niet kan misleiden wat betreft de biologische productie van specifieke producten, en mits het logo wordt afgebeeld overeenkomstig de voorschriften van bijlage V. In dat geval zijn de voorschriften van artikel 32, lid 2, en bijlage V, punt 1.7, niet van toepassing.

Het logo voor de biologische productie van de Europese Unie mag niet worden gebruikt voor verwerkte levensmiddelen als bedoeld in artikel 30, lid 5, onder b) en c), en voor omschakelingsproducten als bedoeld in artikel 30, lid 3.

2. Behalve wanneer het gebruikt wordt voor de in lid 1, tweede alinea, genoemde doeleinden, is het logo voor de biologische productie van de Europese Unie een officiële verklaring in de zin van de artikelen 86 en 91 van verordening (EU) 2017/625.

[...]

2. Volgens artikel 14, lid 1, onder a), van VERORDENING (EU) NR. 1169/2011 VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 25 oktober 2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten, tot wijziging van verordeningen (EG) nr. 1924/2006 en (EG) nr. 1925/2006 van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van richtlijn 87/250/EEG van de Commissie, richtlijn 90/496/EEG van de Raad, richtlijn 1999/10/EG van de Commissie, richtlijn 2000/13/EG van het Europees Parlement en de Raad, richtlijnen 2002/67/EG en 2008/5/EG van de Commissie, en verordening (EG) nr. 608/2004 van de Commissie (PB L 304 van 22.11.2011; hierna: „verordening 1169/2011”) moet de persoon die reclame maakt voor voorverpakte levensmiddelen die te koop worden aangeboden door middel van technieken voor communicatie op afstand, bepaalde verplichte voedselinformatie verstrekken voordat de aankoop plaatsvindt. Artikel 2, lid 2, onder c), van verordening 1169/2011 bepaalt dat onder de verplichte voedselinformatie de gegevens worden verstaan die uit hoofde van bepalingen van de Unie moeten worden verstrekt.

3. Voor zover kan worden nagegaan, heeft het Hof zich nog niet uitgesproken over de aan de orde zijnde vraag.

II. Duits recht:

Volgens § 8, lid 1 en lid 3, punt 2, van het Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (wet ter bestrijding van oneerlijke mededinging; hierna: „UWG”) kunnen verenigingen als verzoeker stakingsvorderingen op grond van het mededingingsrecht afdwingen. § 3a UWG bepaalt dat ook een inbreuk op een recht een dergelijke vordering onder bepaalde voorwaarden kan rechtvaardigen, waaraan, onder voorbehoud en afhankelijk van de onderhavige prejudiciële verwijzing, in casu waarschijnlijk is voldaan. Volgens § 5a, b UWG is er bovendien sprake van een verstoring van de mededinging, indien een ondernemer wezenlijke informatie voor een consument achterhoudt.

Aangezien het bij de vermelding van het controleorgaan en het nummer in de context van de onderhavige zaak dus om verplichte informatie gaat, is verzoeker volgens het Duitse mededingingsrecht gerechtigd om staking van verweerster te vorderen.

D) Voorwerp van het geschil

De partijen zijn het erover eens dat een producent van biologische producten volgens het Unierecht zelf ook het controleorgaan en het nummer van het controleorgaan op die producten dient te vermelden. Zij zijn het echter oneens over de vraag of een winkelketen, zoals verweerster, verplicht is om deze informatie reeds in een geprinte reclamefolder te verstrekken, die onder andere via folderverspreiders wordt verspreid, maar ook in de winkel beschikbaar is.

De verwijzende rechter neigt vooralsnog tot de volgende rechtsopvatting: artikel 32, lid 1, onder a), van verordening 2018/848 verplicht onder meer de producenten, maar ook de verkoper om bij een als „biologisch” aangeduid product ook het codenummer van de bevoegde controleautoriteit of het controleorgaan te vermelden, en wel volgens lid 3 „goed zichtbaar, duidelijk leesbaar en onuitwisbaar”. Volgens artikel 30, lid 1, van verordening 2018/848 wordt een product geacht biologisch te zijn, indien het in de reclame als zodanig wordt aangeduid. Dit houdt dus in dat de door verweerster gebruikte reclame moet voldoen aan de etiketteringsvoorschriften. Volgens de bewoordingen van artikel 32, lid 3, [van verordening 2018/848] geldt dit echter niet voor de reclame, maar voor de „etikettering” van het te verkopen product.

Beslissend voor de beslechting van het geschil is de vraag hoe artikel 3, punt 52, [van verordening 2018/848] dient te worden uitgelegd. De bepaling luidt:

„etikettering”: de vermeldingen, aanduidingen, handelsmerken, handelsnamen, afbeeldingen of tekens betreffende een product op

verpakkingen, documenten, bordjes, etiketten, ringen of banden die dat product vergezellen of op dat product betrekking hebben.

De zinsnede „of op dat product betrekking hebben” kan aldus worden begrepen dat elke „reclame” in de zin van [artikel 3,] punt 53, [van verordening 2018/848], dus ook reclame in een folder, zoals in casu, onder punt 52 valt, omdat deze betrekking heeft op „dat product” waarvoor reclame wordt gemaakt. Verweerster maakt hier daarentegen een onderscheid en is van mening dat meer algemene reclame voor een dergelijk product niet onder de definitie [van artikel 3,] punt 52, [van verordening 2018/848] valt.

Verzoeker stelt dat de reclame het codenummer moet bevatten, omdat het begrip „etikettering” volgens artikel 30, lid 1, [van verordening 2018/848] zowel etikettering, zoals gedefinieerd in artikel 3, punt 52, [van die verordening], als reclame, zoals gedefinieerd in artikel 3, punt 53, [van die verordening], omvat. Volgens verzoeker blijkt dit reeds uit de duidelijke verwijzing van de wetgever in artikel 32, lid 1, naar enkel „etikettering”, zoals gedefinieerd in artikel 30, lid 1, [van verordening 2018/848]. Indien de wetgever had willen verwijzen naar een etikettering, zoals gedefinieerd in artikel 3, punt 52, [van verordening 2018/848], zou naar die definitie zijn verwezen. Het is duidelijk dat de wetgever echter niet alleen voor de etikettering in de eigenlijke (engere) zin, maar voor een „etikettering” in de bredere zin, namelijk zoals gedefinieerd in artikel 30, lid 1, [van verordening 2018/848], in de verplichting om consumenten over het bevoegde controleorgaan te informeren, heeft willen voorzien.

Naar het oordeel van de verwijzende rechter moet echter een afweging worden gemaakt tussen de bestanddelen en de rechtsgevolgen. De verwijzende rechter neigt ertoe geen rechtsgevolg uit de verordening af te leiden in die zin dat, in het geval van een als biologisch aangeduid product reeds in een reclame die ver van het product afstaat, het nummer van het controleorgaan moet worden vermeld. In de Engelse versie van artikel 32, lid 1, onder a), [van verordening 2018/848] is dit duidelijk: „labelling” verwijst juist niet naar reclame.

Artikel 32, lid 3, van de bepaling benadrukt de productgerelateerde aard van de uitgebreide etiketteringsplichten. Derhalve is de verwijzende rechter geneigd om bij de uitlegging van [artikel 3,] punt 52, [van verordening 2018/848] een onderscheid te maken tussen algemene reclame (die ver van het product afstaat) en meer concrete reclame (die dicht bij het product staat). Terwijl algemene reclame slechts oproept tot de aankoop van een drank of een product van een bepaald merk en een bepaalde soort, heeft een concrete reclame betrekking op een bepaalde partij of zelfs op een bepaald product. Dit onderscheid zou uit [artikel 32,] lid 3, [van verordening 2018/848] kunnen voortvloeien, dat in de regel uitgaat van een etikettering van het product zelf.

De verwijzende rechter licht zijn opvatting toe aan de hand van twee voorbeelden: indien een drankenproducent op televisie reclame maakt voor een biologische drank, maar verschillende fabrieken exploiteert van waaruit de drank wordt

geleverd, zou hij, zonder consumenten te misleiden, in de praktijk reeds niet alle controleorganen kunnen vermelden. Aangezien nog niet vaststaat welke fabriek het product zal produceren, is op dat moment ook nog niet duidelijk welk controleorgaan in de zin van artikel 32, lid 1, [onder] a), [van verordening 2018/848] bevoegd is. In dat geval zou bijvoorbeeld Coca Cola of Red Bull tijdens de Olympische Spelen geen reclame voor een nieuwe biologische cola kunnen maken. Vanuit juridisch oogpunt moet worden opgemerkt dat dergelijke reclame abstract blijft en nog vrij ver van het verkooppunt verwijderd is. Ook al zou uitgebreide informatie voor de consument eventueel wenselijk zijn, de consument is op dat moment nog niet concreet bezig met het aankoopproces. Naar het oordeel van de verwijzende rechter is het volgens de verordening voldoende, als hij het controleorgaan op het verkooppunt kan verifiëren. Een afweging van de legitieme belangen van de consument en de producent en bijgevolg van de betekenis en het doel van verordening 2018/848 zou er in casu toe moeten leiden dat de vermelding van het controleorgaan in het eerste stadium – dat nog ver van de daadwerkelijke aankoop verwijderd is – achterwege kan blijven.

Omgekeerd is evident dat de vermelding van het controleorgaan in een webwinkel voor dranken die voor het product reclame maakt, niet overbodig is. Dit zou voortvloeien uit artikel 14 van verordening 1169/2011. Anders zou de koper immers geen kans hebben om kennis te nemen van het controleorgaan, voordat de koopovereenkomst wordt gesloten. In dat geval staat de reclame niet ver van het aankoopproces af. Zelfs wanneer voor een bepaalde partij producten of zelfs voor een individueel product dicht bij het fysieke product, bijvoorbeeld door een persoon die de producten positioneert of op een soortgelijke wijze, reclame wordt gemaakt, is de etiketteringsplicht waarschijnlijk van toepassing. De verkoper kan in dat geval namelijk zonder meer de naam van het controleorgaan aangeven.

Volgens de verwijzende rechter valt het onderhavige geval echter eerder onder de eerste categorie. Op het moment dat de folder wordt gemaakt, weet de handelaar namelijk niet noodzakelijkerwijs uit welke fabriek de goederen geleverd zullen worden. Ook de reclame in de folder staat nog vrij ver van de aankoop af. De klant moet eerst naar het verkooppunt gaan. Daar kan hij dan echter op het productetiket zelf lezen wie het controleorgaan is.

Volgens de verwijzende rechter verdient deze uitlegging de voorkeur, omdat uit artikel 30 van verordening 2018/848 kan worden afgeleid dat het de bedoeling is dat op de producten de noodzakelijke informatie is vermeld; het feit dat de reclame eveneens wordt geregeld, is quasi slechts een afspiegeling van de betekenis en het doel van de verordening. Een verbod op reclame voor biologische producten zonder vermelding van het controleorgaan zou volgens de verwijzende rechter duidelijker door de wetgever moeten worden geregeld. Uit artikel 14 van verordening 1169/2011 lijkt a contrario voort te vloeien dat reclame buiten de verkoop op afstand niet noodzakelijkerwijs de verplichte productinformatie hoeft te bevatten. Dit is ook het geval, wanneer de Europese regels, bijvoorbeeld met betrekking tot het energielabel, worden vergeleken. Op grond van de bewoordingen van de bepalingen lijkt het andere standpunt echter eveneens

verdedigbaar; daarom acht de verwijzende rechter het noodzakelijk de zaak al in eerste aanleg naar het Hof te verwijzen.

Met zijn eerste prejudiciële vraag wenst de verwijzende rechter te vernemen of verordening 2018/848 aldus moet worden uitgelegd dat reeds in reclamefolders voor biologische producten, die in een gebied aan consumenten worden verspreid, het controleorgaan dient te worden vermeld.

Met de tweede prejudiciële vraag breidt de rechter zijn vraag uit met betrekking tot de relatie tussen artikel 3, punt 52 en 53, en met betrekking tot de uitlegging van de artikelen 30 en 32 [van verordening 2018/848]. Voor het geval dat het Hof in dit verband een onderscheid wenst te maken, verneemt hij graag welke criteria moeten worden toegepast.

[OMISSIS] [ondertekening]