



Una cosa es predicar y otra dar trigo

La competencia desleal de las sociedades que se proclaman ser benefit,
pero que no persiguen un propósito de beneficio común

Alessio Bartolacelli, Università di Macerata

Córdoba, 12 de Marzo 2021



La competenza desleal en Italia

- Convenio de la Unión de París
 - Normas generales: Codice civile, artt. 2598 y siguientes
 - Publicidad engañosa y comparativa: Decreto Legislativo 146/2007 (Diretivas UE)
 - Prácticas comerciales desleales: Decreto Legislativo 206/2005 (Diretivas UE)
-



La competencia desleal en Italia

- Art. 2598 Codice civile
 - Actos específicos
 - confusión o imitación y denigración o apropiación de los méritos ajenos
 - cláusula general (= art. 4 Ley de competencia desleal española)
 - quien utilice, directa o indirectamente, cualquier otro medio que no se ajuste a los principios de lealtad profesional y sea capaz de perjudicar a la otra empresa
 - Prácticas comerciales desleales (artt. 18-27 Código del Consumidor)
 - “cualquier acción, omisión, conducta o declaración, comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización del producto, realizada por un profesional, en relación con la promoción, venta o suministro de un producto a los consumidores”...
 - ...que sea “contraria a la diligencia profesional”, y es falsa o puede distorsionar de forma apreciable el comportamiento económico, en relación con el producto, del consumidor medio al que llega o al que se dirige, o del miembro medio de un grupo si la práctica comercial se dirige a un grupo concreto de consumidores
-



La situación que aquí nos interesa

Competencia entre operadores “clásicos” y “sostenibles”...
... dentro de un mismo mercado

- El operador sostenible satisface *simultáneamente* las necesidades del mercado y las del interés general y suprasubjetivo
 - Pero en medida variable y destinada a ser definida autónomamente por los socios de cada sociedad
 - Que tiene la necesidad de señalar al mercado la adopción de una línea económica alternativa a la tradicional
 - necesario verificar que el agente económico persigue *realmente* la intención sostenible declarada
-



La *Società benefit*

- Concepto fundamental del derecho de sociedades italiano: la sociedad tiene el fin último de permitir el reparto de los beneficios generados a los socios
 - Pero no siempre maximización a corto plazo...
 - ...posible también perseguir intereses que sí pueden resultar económicamente rentables (al menos también) en una perspectiva de largo plazo
 - En general, en todas las sociedades
 - En 2016, *Società benefit*
 - Versión societaria
 - Compatible con todos los tipos de sociedad italianos
 - Los administradores de la sociedad, además del fin de lucro, están *obligados* a perseguir un *fin* de beneficio común mencionado dentro de la cláusula del objeto social
-



La *Società benefit*

- Tiene ánimo de lucro...
 - ...pero *necesariamente* no exclusivo
 - ¿Y las demás sociedades?
 - Las sociedades "que no sean *Società benefit*, si tienen la intención de perseguir también fines de beneficio común, están obligadas a modificar la escritura de constitución"
 - Se "convierten" en *Società benefit*
 - Los fines del beneficio común se pueden perseguir *sólo* a través de la *Società benefit*
 - Los fines... Pero las *actividades*
-



La *Società benefit*

- Como publicitar la vocación sostenible
 - Integrar el nombre con "Società benefit"
 - Posible... (y así en la mayoría de los casos)
 - ...pero no *necesario*!
 - Hacer lo que prometieron
 - ¿Mucho? ¿Poco?
 - Razones de reputación: objetivo de beneficio común reducido al mínimo necesario para poder obtener la calificación (no establecido por la normativa...)
-



Dos cuestiones

1. ¿Qué pasa con las *Società benefit* que persiguen fines de beneficio común que son totalmente mínimos? ¿Existe – o debería existir – un límite para esta práctica?
 2. ¿Qué ocurre si la *Società benefit* no persigue los fines de beneficio común a los que está obligada? ¿Cuáles son las consecuencias de este comportamiento?
-



La segunda cuestión

- Perfil empresarial interno
 - responsabilidad de los administradores
 - Perfil competitivo, de mercado
 - Publicidad engañosa y prácticas comerciales desleales
 - Referencia explícita en las normas sobre las *Società benefit*
 - Ya se aplicaba a las empresas con el nombre de *SB...*
 - ...pero las *otras SB* que no usaban el nombre
 - Relevancia de la cláusula del objeto social a efectos de competencia
 - Aun que el consumidor medio no es un visitante frecuente del Registro Mercantil
-



La primera cuestión

- La normativa sobre la *Società benefit* no dice nada al respecto
 - Pero hay la disciplina sobre las prácticas engañosas
 - Aquella práctica que, aunque “de hecho, es correcta”, sin embargo, es idónea para inducir a error al consumidor medio sobre, entre otras cosas, “el alcance de los compromisos del profesional, las razones de la práctica comercial” se considera una acción engañosa
 - Entoces, si el grado de compromiso de la empresa es mínimo, quizá pueda utilizarse esta solución
 - Por lo que quizás podría ser la competencia desleal que salva a las *Società benefit*
-



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea



BL **SE** **JEAN MONNET**
CATEDRA
BUSINESS LAW IN THE EUROPEAN UNION
AND SUSTAINABLE ECONOMY

Muchas gracias por su paciencia y atención

alessio.bartolacelli@unimc.it
