

**Het toegeven van premies in het Klein Europees handelsverkeer (El otorgamiento de premios en el comercio de la llamada Pequeña Europa).** Walter VAN GERVEN.—Centre Interuniversitaire de Droit Comparé, Bruselas, 1960. 279 pp.

Existen en todos los países diversos métodos mediante los cuales el comercio pretende premiar la fidelidad de sus clientes. Entre éstos encontramos el sistema de regalos adicionales que acompañan a determinadas compras principales; descuentos especiales; reembolsos periódicos; timbres que dan derecho a ciertos beneficios, etcétera. Tales premios no constituyen auténticas donaciones, desde luego, ya que no se otorgan “animo donandi” sino con el fin de que se beneficie el comercio.

El espíritu liberal de la legislación económica de la “Pequeña Europa” permite en principio tales prácticas; sin embargo, en los últimos decenios han surgido evidentes desventajas como consecuencia de tales premios: el precio pierde su nitidez, se vuelve nebuloso, lo cual perjudica al limpio funcionamiento de un mercado basado en la libre competencia, y el costo de la vida aumenta cuando el comercio se acostumbra a entregar a la clientela objetos que ésta no ha solicitado y que no le interesan realmente.

En vista de estas objeciones, un país tras otro ha introducido ciertas normas para reglamentar estos sistemas publicitarios (y supletoriamente, detrás de estas normas especiales, están presentes —desde luego— los principios básicos de la competencia leal y de la buena fe).

Por tratarse de normas excepcionales y provistas de sanciones penales, todos los países en cuestión coinciden en considerar estas disposiciones legales de aplicación restrictiva.

Importantes divergencias se manifiestan, en las diversas legislaciones de la "Pequeña Europa", en relación con dichos métodos. No coinciden en la determinación del hecho sancionado (¿oferta?; ¿promesa?; ¿entrega del beneficio?); hay discrepancias respecto de la definición de "ventaja suplementaria" (algunas incluyen los servicios adicionales, otras no), de las excepciones que quedan fuera del alcance de estas reglamentaciones (objetos de propaganda, regalos de escaso valor, empaques, reembolsos periódicos, timbres que se canjearán contra regalos etcétera) y respecto de las diversas sanciones que se aplican a los infractores.

Como existe un general deseo, dentro de la Pequeña Europa, de unificar la legislación económica, un estudio comparativo como el presente tiene un marcado interés práctico, sobre todo en vista de la circunstancia de que las diferencias que señala el autor son de carácter técnico, y no de índole ideológica. Muchas veces, inclusive, importantes pasos hacia la unificación respectiva podrían hacerse por medio de una armonización del criterio jurisprudencial, sin necesidad de modificaciones legislativas.

La presente publicación comprende cinco partes: (a) una introducción general, circunscribiendo la tarea que el autor se ha propuesto (párr. 1-7), (b) una explicación del derecho belga respectivo (párr. 8-63), (c) una breve exposición de las reglamentaciones de la materia en cuestión, en los demás países que forman parte de la "Pequeña Europa" (Holanda, Luxemburgo, Alemania, Francia, Italia), comprendiendo también la doctrina y la jurisprudencia (párr. 64-196), (d) un resumen comparativo en forma "horizontal" —en el cual, por lo tanto, se comparan, tema por tema, las soluciones nacionales— (párr. 197-243) y (e) proposiciones "de jure condendo" para un posible sistema unitario (párr. 244-276). Una transcripción de los textos legales respectivos (pág. 207-242), resúmenes en francés e inglés (pág. 243-266) y un índice alfabético completan este libro, elaborado con toda la seriedad que se podía esperar de una publicación del Centre Interuniversitaire de Droit Comparé, de Bruselas.

Guillermo Floris MARGADANT