

Schweiz. Wirtschaftsdelegation in Chile (27.-30.10.92)

Chile 821 - rup

Bern, 4.11.92

Seminar mit Vertretern des Wirtschaftsministeriums vom 28.10.92

Jorge Marshall (M), Wirtschaftsminister

(M) ist erst seit kurzem als Wirtschaftsminister tätig. In einem halbstündigen Auftritt beschreibt er die grossen Linien der chilenischen Wirtschaftspolitik, die auf zwei Pfeilern ruht und ein stabiles Wachstum zum Ziel hat:

- Oeffnung der Politik und Wirtschaft (Handel und Investitionen)
- Stabilität (Reduktion der Inflationsrate, Förderung von Ersparnissen und Investitionen mit dem Ziel der Produktivitätssteigerung)

Obwohl der Uebergang zur Demokratie von der Bevölkerung gewisse Opfer verlangt hat und der Druck auf Sozialausgaben sehr gross war, ist es der Regierung schon im ersten Jahr nach den Wahlen gelungen, einen Budgetüberschuss zu erzielen, welcher auch noch nach drei Jahren Regierungstätigkeit erhalten geblieben ist.

imb verweist auf die Wichtigkeit der Zusammenarbeit von kleineren Wirtschaften innerhalb der multilateralen Institutionen (GATT, MIGA, etc.), um im Reigen der grossen Handelsakteuren nicht unterzugehen. (M) bejaht eine vermehrte Zusammenarbeit.

Fernan Ibañez (I), Exekutivsekretär des "Comité des investissements étrangers"

Einführend lobt (I) die guten Beziehungen zwischen Chile und der Schweiz. Die Schweiz ist unter den ersten Ländern, mit denen Chile ein ISA abgeschlossen hat. Die Erfahrungen mit im Land etablierten Schweizer Unternehmen sind sehr gut.

Das "Comité des investissements étrangers" wird von 4 Ministern und dem Präsidenten der Zentralbank angeführt. Dem Exekutivsekretär obliegt die Verhandlung und Verwaltung der Verträge mit ausländische Investoren (3500 Verträge mit 54 Ländern über einen Betrag von 18 Mia US\$ genehmigt). Das Comité ist auch im Ausland vertreten, u.a. in New York und Zürich.

(I) präsentiert kurz die aktuelle wirtschaftliche Lage Chiles, um sich dann eingehender mit dem Investitionsklima zu befassen. 1991 machten die Investitionen 20.3% des BIP aus (Auslandanteil 1/3), dies entsprach einem Betrag von 1.1 Mia US\$ von realisierten Investitionen. (Für 1992 wird der Anteil der Investitionen am BIP auf rund 22% projiziert.) Die Investitionsrechte sind im "Decree Law 600" geregelt. Ausländische Investoren werden gleichbehandelt, der Kapitalverkehr ist relativ frei, mit Ausnahme der Fischerei sind alle Sektoren/Branchen offen. Die lange Vertragstradition und die seit 18 Jahren unveränderte Gesetzgebung bietet Gewähr für Stabilität und Sicherheit, insbesondere bei der Vertragsdurchsetzung. Chile besitzt hohe Währungsreserven, die Aussenschuld ist von 114% des BIP im Jahre 1985 auf 52% 1991 reduziert worden. Seit drei Jahren ist das Budget ausgeglichen. Als Schwerpunkte in der zukünftigen Gestaltung der Wirtschaftspolitik nennt (I):

- Produktivitätssteigerung, um aussenwirtschaftliche Schocks absorbieren zu können;
- Erhöhung der Investitionen im sozialen Bereich (Bildung, Gesundheit, Wohnungsmarkt) ohne Budgetdefizit;
- Förderung von Investitionen im öffentlichen Sektor, v.a. Infrastruktur.
- Management der Wechselkurspolitik

Chile ist heute nicht mehr auf der Suche nach reinem Kapital, sondern nach verlässlichen Partnern, welche in Chile investieren wollen. (I) sieht die Rolle der Regierung als Verbindungsglied und "Dokumentationsstelle" für die einzelnen Wirtschaftsakteure. Entscheidungen sollen dem privaten Sektor überlassen werden.

imb bestätigt, dass die Suche nach einer neuen Partnerschaft ganz im Sinne der schweizerischen Wirtschaftspolitik ist. Die multinationalen Firmen verfügen jedoch über genügend Ressourcen, um eigenständig handeln zu können. Die Schweiz schlägt deshalb ein Projekt für KMUs vor ---> **MEMORANDUM Investitionsförderung und Technologietransfer**. Wichtig sind auch die Rahmenbedingungen, wir hoffen, dass das ISA möglichst rasch operationell werden kann. Zusätzlich sind wir zu Verhandlungen über ein DBA bereit. Bezüglich der geistigen Eigentumsrechte sind wir über die Möglichkeit von präferentiellen Abkommen beunruhigt. Wir erwarten, dass allfällige bilaterale Abkommen auf MFN-Basis ausgeweitet werden. ---> **MEMORANDUM geistiges Eigentum, Markenschutz**.

(I) erklärt die Bereitschaft zu Verhandlungen über ein DBA. Zur Zeit sind einzig Verhandlungen mit Deutschland im Gange. Vor Inangriffnahme von weiteren Verhandlungen soll im Kongress ein Gesetz verabschiedet werden, welches die Doppelbesteuerung von chilenischen Investoren im Ausland vermeiden soll. Zum Thema geistiges Eigentum meint (I), dass Chile seit 2 Jahren eines der modernsten Gesetze in ganz Lateinamerika besitzt und zur Zeit kein Bedarf zur Revision besteht.

Jaime Lavados (L), Direktor von Pro Chile (Exportförderung)¹

Pro Chile verfügt über 36 Vertretungen weltweit. Seine Struktur ist ähnlich derjenigen von JETRO (Japan) und CETRA (Taiwan). Die Organisation beschäftigt sich hauptsächlich mit der Förderung von nicht-traditionellen Exportgütern und verfügt über einen umfassenden Dokumentationsdienst.

Das chilenische Handelsregime ist offen und einfach. Es kennt keine nichttarifären Handelschranken und keine Subventionen (mit Ausnahme von 3 Produkten). Der Zollsatz beträgt generell 11%. Die Exporte sind ein wichtiger Bestandteil der Nachfrage (rund 35% des BIP). Nur 15% aller Exporte finden ihren Absatz in Lateinamerika, 85% geht an den Rest der Welt. Heute ist der Anteil von nicht-traditionellen Exporten auf ca. 40-45% angewachsen.

imb kommentiert die Vergleichbarkeit der Handelspolitik der Schweiz und Chiles. Beide sind vom Aussenhandel abhängig, beide verfolgen eine liberale Politik. In der Schweiz ist einzig

1. In einem separaten Gespräch von F. Stirnimann, P. Guzman und J.-J. Maeder mit (L) und Beamten der Agencia de Cooperación Internacional wurden das Programm "Investitionsförderung und Technologietransfer", inkl. Sonderprojekt für "Retornados" eingehend diskutiert.

der Agrarsektor geschützt. Das GSP ist ein bewährtes Mittel zur Importförderung von chilenischen Gütern. Die OSEC betreibt nicht nur Exportförderung, sondern hat auch einen Auftrag zur Importpromotion von Gütern aus Entwicklungsländern ---> **MEMORANDUM Importförderung OSEC, Carnets ATA.**

Diskussion

Zur regionalen Integration befragt, befürchten die Präsentatoren eine zunehmende Blockbildung. Chile kann sich als exportorientiertes Land eine Isolierung nicht leisten. Ein Beitritt zum MERCOSUR ist aufgrund der unterschiedlichen Partner dieses Abkommens nicht im Interesse Chiles, das eine umfassende Integration sucht. Chile könnte aber ein möglicher Kandidat für einen Beitritt zum NAFTA werden. Mit Mexiko besteht ein Freihandelsabkommen, geplant sind ähnliche Abkommen mit Venezuela, Kolumbien und Bolivien. (I) meint, dass die Formalisierung von Handels-/Integrationsabkommen eher den Handelsflüssen folgen soll, diese sind keine Voraussetzung für Handel und Investitionen (Beispiel: obschon Chile nicht Mitglied im MERCOSUR ist, haben die Chilenen bis anhin 600 Mio US\$ in Argentinien investiert).

Die UR-Offerte Chiles im GATT bietet eine Bindung aller Zölle bei 25%. Eine Bindung an die tatsächlichen Zölle (heute: 11%) kann nicht offeriert werden ---> bargaining chip, z.B. für zukünftige Verhandlungen mit den USA.

Obschon das Investitionsgesetz von 1974 noch gewisse Restriktionen im Zusammenhang mit der Kapitalrückführung kennt, ist dies aus (I)'s Sicht kein Faktor, welcher die Attraktivität Chiles für ausländische Investoren in Frage stellt. Chile zeichnet sich durch eine grosse Stabilität und Offenheit in diesem Bereich aus.

Als Hauptherausforderungen in den nächsten Jahren sieht (I) vor allem die folgenden Probleme:

- Aufwertungsdruck auf die Währung
- mögliche Engpässe in der Beschäftigung (Chile hat heute eine Arbeitslosenrate von 6.5%) ---> gewichtige Ausgaben in die Bildung werden notwendig
- Tendenz zu vermehrtem Protektionismus auf Auslandmärkten

Guillermo Lefort, Gerente de estudios, Zentralbank

Die Zentralbank ist von der Regierung unabhängig, sie wird durch fünf Gouverneure geleitet, die jeweils vom Präsidenten und auf 10 Jahre gewählt werden. Die Geschäfte erfolgen jedoch in enger Zusammenarbeit mit dem Finanzministerium. Das Ziel der chilenischen Geld- und Währungspolitik ist die Reduktion der Inflationsrate. Folgende Zielgrößen sollen dabei beeinflusst werden:

- kurzfristig: Inflationsrate (via Zinssatz)
- mittel- und langfristig: Inlandschuld
- Devisenmarkt

Die Lösung der verschiedenen Probleme (Reduktion der Inflationsrate auf ein Niveau eines Industrielandes, kontinuierliches und stabiles Wachstum von 6-8% jährlich, Oeffnung des "Capital account") soll graduell erfolgen (sic. "Vorsicht, Geduld, Ausdauer").

imb informiert über die offene ERG-Praxis für schweiz. Exporte nach Chile sowie über die mögliche Aenderung der Wertberichtigungspolitik der schweiz. Bankenkommission, welche für Chile günstige Auswirkungen haben könnte.

Beilage Memoranda

M E M O R A N D U MCooperación industrial y transferencia de tecnología

La Delegación Económica Suiza en Chile (28. - 30.10.1992) lleva al conocimiento de las Autoridades y de los círculos industriales chilenos el programa de cooperación adjunto, propuesto por el Servicio de Promoción a las Inversiones (IPS) de la ONUDI en Zürich en acuerdo con la Confederación Suiza.

El mandato y las actividades del Servicio IPS de la ONUDI, financiado por una contribución especial del Gobierno Suizo, se presentan en un documento que también se agrega.

Anexos mencionados

INVESTMENT PROMOTION SERVICE

TEL.: 01 - 221 23 20

FAX: 01 - 211 41 80

LÖWENSTRASSE 1

8001 ZÜRICH (SWITZERLAND)

TELEX: 814 456 UNIT CH

Propuesta de Colaboración

(Chil)

I Base conceptual

La Industria Suiza es conocida en el exterior por sus compañías multinacionales grandes. Ellas están presentes en los principales mercados desde ya hace muchos años. Sin embargo, hay que notar, que sólo comprende el 12 % del empleo industrial en Suiza.

La mayor parte del volumen de producción y exportación industrial de Suiza proviene de las empresas medianas y pequeñas, que contienen un vasto contenido y potencial tecnológico no solamente de alta tecnología, pero además y muy importante, de nivel mediano que provee la espina dorsal para cualquier actividad industrial. Este know-how está conformado de procesos, utilización múltiple de equipo adaptado a funcionar a nivel de escalas económicas variables y de experiencia empresarial de sus profesionales.

La restructuración de los mercados mundiales también exige de las empresas medianas y pequeñas que se orienten hacia los nuevos patrones de producción. El punto de vista tradicional de exportación evoluciona hacia la necesidad de participar en el desarrollo de nuevos mercados a través de la transferencia de tecnología hacia nuevos sitios de producción y en la participación activa en tales nuevas empresas. El estímulo para una fuerte activación de conocimiento, intercambio de información e interacción entre las medianas y pequeñas empresas de Suiza y las empresas en los nuevos mercados debe estar dentro del interés mutuo de los gobiernos. Esta es precisamente la base para el desarrollo de una cooperación fructífera a nivel industrial a largo plazo.

La existencia de un amplio sector de eficientes empresas medianas y pequeñas es una garantía para un desarrollo sano de la industria en Chile. La obtención a nivel empresarial de tecnología adaptada a los requerimientos del mercado nacional y de exportación regional y extraregional es vital. En este sentido, es claramente positivo que se obtenga en estos países productos de cada vez mayor valor agregado, con mayor plusvalía en los mercados internacionales, con una mayor diversificación tanto de productos como de mercados.

Se estima, en este sentido, que una cooperación estrecha entre empresas chilenas con compañías manufactureras medianas/pequeñas suizas puede ser de utilidad mutua.

Propuesta

El Gobierno de Suiza quisiera explorar el interés de las contrapartes de Chile en el siguiente programa y, en caso positivo, diseñar el mecanismo adecuado :

Objetivo: Fomento de acuerdos de co-operación industrial entre empresas chilenas con compañías suizas medianas y pequeñas

- 2 -

en áreas industriales que son de interés para las economías respectivas.

La cooperación puede cubrir la transferencia de tecnología, en forma de procesos y asistencia profesional en los procesos y productos industriales, así como asistencia en la apertura, consolidación y operación de sus mercados, nacionales, regionales y extraregionales.

La meta es la formación de empresas nuevas o de dar soporte a aquellas con planes de expansión.

Los proyectos en Chile, además de estar orientados a un mayor valor agregado de sus productos para cubrir su respectivo mercado nacional, podrían ser desarrollados hacia el mercado regional y extraregional reforzando así la posición industrial del país.

Procedimiento: Se propondría proceder en diferentes etapas, a saber:

1. Junto con la respectiva contraparte chilena se identifican los subsectores industriales y los parámetros de las necesidades así como los requerimientos de proyectos.
Se procede a designar un equipo de trabajo compuesto por expertos de Chile y de Suiza.
2. Los expertos procederían a identificar posibles proyectos concretos. Se seleccionarían los proyectos en Chile a base de su mérito empresarial, potencial de encontrar socio en Suiza y real posibilidad de pronta realización.
3. Contacto de los empresarios chilenos con las compañías suizas. Esta etapa puede pensarse en dos formas, dependiendo del sector, el número de proyectos etc.
 - a) Organización de encuentros individuales en Chile o en Suiza;
 - b) Viajes empresariales (en grupo) y sectoriales a Chile resp. a Suiza
4. Follow-up
El seguimiento estrecho de los contactos y negociaciones es una condición imperativa para que los proyectos lleguen a implementarse.
Esta actividad sería tarea del Programa de Delegado del Comité de Inversiones Privadas con ONUDI-Zürich.
5. Financiamiento

El Gobierno de Suiza puede financiar, a través de una facilidad establecida en ONUDI Zürich, parte de los estudios de preinversión de proyectos encaminados a través de tal programa. Este financiamiento se da en forma de un crédito sin intereses que se repaga después de un máximo de tres años. Sin embargo, si el proyecto no llega a implementarse tampoco se exige el repago del crédito.

6. Contrapartes en Suiza

En la ejecución del Programa el Gobierno de Suiza contaría con la cooperación de las siguientes entidades:

- OSEC (Oficina Suiza de Expansión Comercial), Zürich/Lausanne, una entidad semiprivada con más de 2.000 miembros, compañías suizas activas en el comercio exterior. Es la institución principal de Suiza para el fomento de relaciones comerciales entre compañías suizas y extranjeras. En tal calidad asistirá en la identificación y realización de oportunidades comerciales entre Chile y Suiza y otros países europeos. Contribuirá a la identificación de proyectos con su experiencia profesional en los diferentes mercados del mundo así como con su amplio sistema informativo sobre productos, tecnologías y mercados.
- Cámara de Comercio Latinoamericana en Suiza: Esta entidad formada de empresas suizas activas en América Latina, asistirá en la activación de contactos entre empresas chilenas y empresas suizas a través de sus actividades y cooperación con su organización homóloga en Santiago.
- ONUDI, Servicio de Inversiones, Zürich, una Oficina financiada por el Gobierno suizo, especializada en el fomento e implementación de empresas conjuntas (joint ventures) entre compañías de mercados nuevos y Suizas. ONUDI dispone de la capacidad profesional e informativa para dar asistencia al empresariado en la formulación e implementación de proyectos.

II. Apoyo de retornados a Chile.

Con el soporte de ONUDI-Zürich, se ha iniciado un trabajo de apoyo a la gestación de pequeñas empresas de chilenos que retornan a su país, habiendo adquirido en Suiza una importante capacitación tecnológica precisa, sumado a ciertos ahorros. El concepto de colaboración es asistir a la formulación de los proyectos de inversión, validando su factibilidad con el mercado local. Es este aspecto el más importante de apoyar, pues desde Suiza el chileno desconoce la viabilidad de su proyecto, y desea condicionar su retorno a tal factibilidad. Se insiste en obtener cooperación para esta etapa previa, y evitar que se retorne a un incierto éxito, que lo haría fácilmente volver a emigrar a Suiza. Se destaca el apoyo que FUNDES ha dado a este programa, a fin de completar los estudios de factibilidad in situ. Adicionalmente ONUDI-Zürich sirve de puente con los diversos instrumentos de apoyo gubernamental e internacional a la reinserción del asilado.

INVESTMENT PROMOTION SERVICE

TEL.: 01 - 221 23 20
FAX: 01 - 211 41 80LÖWENSTRASSE 1
8001 ZÜRICH (SWITZERLAND)

TELEX: 814 456 UNIT CH

ONUDI Servicio de Promoción de Inversiones ha sido establecido en 1978 a base de un convenio entre el Gobierno Suizo y ONUDI con sede en Viena (Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial). Está financiado por una contribución especial del Gobierno Suizo a ONUDI. La Oficina de Zürich forma parte de una red de 10 Oficinas similares de ONUDI en diferentes países del mundo.

- Mandato:** Identificación y movilización de empresas conjuntas (joint-ventures) en el sector industrial entre compañías suizas y de otros países europeos, por un lado, y empresas de países en desarrollo, por el otro. En el año 1990 le ha sido extendido el mandato para abarcar además los países de Europa Oriental.
El impacto de las operaciones de ONUDI Zürich se mide según el número y la calidad de los proyectos implementados.
- Tipo de Joint-ventures:** Proyectos industriales nuevos o de expansión, que buscan participación activa y relacionada con el buen éxito comercial, de socios suizos o europeos a través de transferencia de know-how, asistencia en el comercio exterior o financiamiento. No cae dentro las actividades de ONUDI IPS el fomento de la exportación de bienes de compañías suizas.
- Servicios de ONUDI IPS ZH:**
- Asistencia a los empresarios en la estructuración y formulación de proyectos.
 - Identificación de socios potenciales en Suiza y otros países europeos. Iniciación de contactos individuales.
 - Asistencia en las negociaciones y consejo profesional hasta la firma de contratos.
 - Según los deseos de los patrocinadores asistencia hasta la implementación del proyecto.
- Fuentes de proyectos:** ONUDI IPS ZH opera a nivel empresarial y por lo tanto sólo promueve proyectos que están respaldados por empresarios. Recibe las propuestas de:
- Empresas industriales e instituciones de financiamiento industrial de países en desarrollo y de Europa Oriental respectivamente.
 - Empresas europeas con deseos de entrar en mercado externos.
 - Instituciones Multilaterales activas en el campo de la industrialización.
- Parametros para los proyectos:**
- Los proyectos deben ser factibles comercialmente, y válidos en términos socio-económicos.
 - El patrocinador debe tener las calificaciones necesarias para llevar a cabo el proyecto.
 - Se da preferencia a proyectos en el segmento de la mediana industria. Se fomenta la pequeña industria en la medida como se puede justificar su costo de asistencia en términos comerciales.
 - Los servicios de ONUDI son gratuitos, pero se espera del patrocinador que asuma, con su previo consentimiento,

- 2 -

los costos directos relacionados con la promoción de su proyecto.

- Instrumentos:
- ONUDI IPS ZH dispone de capacidad profesional en el campo de transferencia de tecnología, financiamiento de proyectos y aspectos contractuales.
 - Tiene acceso a bancos de datos y otras fuentes de información en el área industrial y comercio exterior.
 - Cuenta con el respaldo profesional, administrativo e informativo de la sede de ONUDI en Viena.
 - Está en permanente contacto y cuenta con el soporte de la empresa privada suiza y sus instituciones.
 - Dispone de una Facilidad Financiera otorgada por parte del Gobierno de Suiza para cofinanciar estudios de pre-inversión de empresas conjuntas en países en desarrollo y Europa Oriental respectivamente, donde se propone una participación activa de un socio suizo.

- Resultados:
- Hasta ahora ONUDI IPS ZH ha sido instrumental en la implementación de más de 100 joint-ventures a nivel de mediana y pequeña empresa dentro de un espectro amplio:
- Procesamiento de productos agropecuarios y su exportación.
 - Subcontratación en el campo metal-mecánico.
 - Procesamiento de productos mineros y su exportación.
 - Transferencia de tecnología en el sector de industria de precisión.
 - Procesamiento de maderas hacia la industria de mueble y materiales de construcción.
 - En varios casos se colaboró en la transferencia de unidades de producción existentes desde Europa a sitios de menor costo de mano de obra (campo alimenticio, maderero, metal-mecánico).

Programa con Chile

En Marzo de 1991, entre ONUDI-Zürich y el Comité de Inversiones Extranjeras de Chile, se suscribió un acuerdo para la promoción de inversión, de acuerdo a los términos de referencia antes indicados. Este acuerdo prevee el establecimiento de una oficina promocional de inversiones en Chile haciendo uso de la estructura ONUDI en Zürich. Esta oficina está manejada por un profesional chileno y cuenta con el soporte del sector privado de Chile. Inició sus operaciones en Octubre de 1991.

En el primer año de funcionamiento, el programa ha significado la promoción de 20 proyectos específicos, de los cuales dos se encuentran en operación en los sectores imprenta y energía alternativa; 5 en vías de implementación y el resto en promoción y negociación en las áreas de minería, agroindustria, hotelería, industria metal-mecánica etc.

Esta oficina ha encaminado además, un programa de soporte de proyectos de chilenos que están decididos a retornar a Chile, creando una empresa propia, proyectando su experiencia tecnológica adquirida en Suiza, y aplicando sus ahorros a una empresa privada autónoma.

14.10.92

Memorandum

Intellectual property

Both the Republic of Chile and Switzerland attach a great importance to the protection of intellectual property rights. Evidence for this is given by the particular interest and the major efforts our countries have shown during the Uruguay Round TRIPs negotiations in GATT and by the recognition that insufficient protection discourages investment and creates trade distortions. The Government of Switzerland highly appreciates the work that has been done in Chile in the field of intellectual property rights, and particularly in the field of patents. Indeed, the new patent law of 25 January 1991 represents a major step towards a level of protection prevailing in most industrialised countries. This legislation took Chile ahead of many other countries in Latin America.

The new patent law contains nevertheless some aspects that give rise to concern:

1. The present patent protection period is 15 years after the grant of the patent. On an international level - and especially in the TRIPs negotiations - a term of 20 years is widely accepted. A term of protection closer to this international standard would be most welcomed by the Swiss Government and industry.
2. The new patent law does not provide for protection of pipeline products. It is a common understanding that a modern legislation on intellectual property rights should contain such protection. Switzerland would appreciate the inclusion of this issue in a future revision of the law.

Furthermore, the Swiss Government wishes to express its concern in relation to possible bilateral preferential agreements in this field. Such exclusive agreements would not respect relevant GATT-rules. Any special treatment should be extended erga omnes, on a non-discriminatory basis, and should be consistent with the spirit and the position expressed by the Chilean Delegation in the GATT/TRIPs negotiations.

A I D E - M E M O I R E

SUR LA PROTECTION DES INDICATIONS DE PROVENANCE SUISSES AU CHILI

1. Relations entre le Chili et la Suisse en matière de protection des indications de provenance

En matière de propriété industrielle et plus spécialement d'indications de provenance, le Chili et la Suisse sont parties à la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (CUP), du 20 mars 1883, telle que révisée à Stockholm en 1967.

La protection des indications de provenance est prévue expressément à l'article 10 CUP qui dispose qu'en cas d'utilisation directe ou indirecte d'une indication fausse concernant la provenance du produit ou l'identité du producteur, fabricant ou commerçant, les sanctions prévues à l'article 9 CUP sont applicables. Ces sanctions sont la saisie du produit à l'importation, la saisie à l'intérieur du pays dans lequel l'apposition a eu lieu et la saisie à l'intérieur du pays de l'importation.

Selon l'article 10 bis al. 1 CUP, les Etats membres s'engagent à accorder aux ressortissants de l'Union une protection effective contre la concurrence déloyale. Cette protection doit être au moins égale à celle instituée par la clause générale de l'alinéa 2, qui déclare déloyal tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale et par les clauses particulières énumérées au 3ème alinéa à titre d'exemple.

Enfin, l'article 10 ter CUP fait obligation aux Etats membres d'offrir des recours légaux appropriés pour réprimer efficacement tous les actes visés aux articles 9, 10 et 10 bis.

2. Utilisation du nom "Suisse" dans un nom commercial ou dans une marque

Ces dernières années, de nombreux cas d'emplois abusifs d'indications de provenance suisses ont été constatés au Chili. Le nom "Suisse" et le nom des cantons ou de centres urbains avantageusement connus semblent présenter un attrait particulier pour les industriels et commerçants étrangers et notamment chiliens qui utilisent ces dénominations dans leurs marques ou leurs raisons sociales. Cette pratique est illustrée par les affaires mentionnées ci-dessous qui concernent des demandes d'enregistrements de marques et qui ont d'ailleurs fait l'objet d'une intervention de la part des autorités diplomatiques suisses auprès des services chiliens compétents.

1988

Marque "Lugano" pour des produits alimentaires

1991

- 1° Marque "Blanch Suiz" pour des textiles
- 2° Marque "Top Swiss" pour des vêtements
- 3° Marque "Sangall" pour des produits pharmaceutiques et médicaux
- 4° Marque "K-Swiss" pour des vêtements
- 5° Marque "Swiss-Edkin" pour des produits cosmétiques
- 6° Marque "St. Moritz" pour des lunettes
- 7° Marque "Interlaken" pour des produits de tout genre
- 8° Marque "Swiss Formula" pour des produits cosmétiques

1992

- 1° Marque "Zürich" pour des produits alimentaires
- 2° Marque "Helvetica" pour des produits de la classe 16
- 3° Marque "Elvetium" pour des produits cosmétiques et pharmaceutiques

3. Protection des indications de provenance suisses au Chili

Le mot "Suisse" et ses traductions, ainsi que les noms géographiques ("Genève", "St. Moritz") ou les représentations graphiques (illustration du Mont Cervin) qui renvoient à la Suisse ne sont pas à la libre disposition de tout un chacun mais ne peuvent être employés que pour distinguer des produits suisses ou identifier des entreprises ayant de solides liens avec la Suisse. Utilisés en

relation avec des marchandises étrangères, ces indications sont de nature à tromper le public sur la provenance et la qualité des produits ainsi dénommés et apparaissent dès lors comme déceptives. De plus, lorsque elles sont employées dans un nom commercial, ces indications de provenance peuvent donner une image particulière de la nationalité de l'entreprise qu'elles individualisent ou de l'origine géographique des produits mis en vente. Dans la mesure où cette image ne correspond pas à la réalité, le nom commercial est fallacieux car il est susceptible d'induire le public en erreur sur la véritable nationalité de la société, sur la provenance des produits ou sur d'éventuelles relations avec la Suisse.

Le nom "Suisse" et les indications géographiques se référant à la Suisse possède un pouvoir attractif particulier auprès des industriels, commerçants et acheteurs suisses et étrangers. Ces dénominations ont en effet acquis une renommée enviée grâce à la qualité des produits ou prestations qu'elles désignent. Elles représentent pour les producteurs, fabricants et prestataires de services qui les ont mises en valeur un réel facteur de force économique et un capital considérable qu'ils souhaitent légitimement préserver. Un emploi injustifié du nom "Suisse" ou des noms et symboles évoquant la Suisse porte atteinte aux intérêts des ses agents économiques. Une telle utilisation constitue en effet un acte de concurrence parasitaire et engendre la perte de la capacité d'identification des indications de provenance. Les ayants droit perdent ainsi un moyen important de faire reconnaître leur production ou leur activité et le goodwill attaché au nom dont il a été fait indûment usage s'en trouve définitivement compromis.

En outre, l'usage illicite d'une indication de provenance peut mettre en péril sa fonction de renvoi géographique et entraîner sa dégénérescence. En effet, plus une indication de provenance est connue, plus grand est le danger de la voir utilisée sans droit, ce qui non seulement portera atteinte à sa réputation mais pourra aussi provoquer sa transformation graduelle en dénomination générique perdant ainsi toute force distinctive.

Sur le plan international, la Convention de Paris sur la protection de la propriété industrielle de 1883 contient des dispositions qui protègent les indications de provenance suisses contre une utilisation abusive. D'une part, l'article 10 CUP renvoie aux mesures prévues par l'article 9 CUP en cas d'utilisation directe ou indirecte d'une indication fausse concernant la provenance du produit. D'autre part, l'emploi d'une fausse indication de provenance peut être contraire à l'article 10 bis CUP et constituer un "acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière in-

dustrielle" (article 10 bis al. 2), notamment parce que l'indication de provenance est "de nature à créer une confusion avec l'établissement, les produits ou l'activité industrielle ou commerciale d'un concurrent" (article 10 bis al. 3 ch. 1) ou "susceptible d'induire le public en erreur notamment sur la nature, le mode de fabrication et les caractéristiques des marchandises" (article 10 bis al. 3 ch. 3).

C'est pourquoi, les marques, les raisons sociales ou les autres noms commerciaux contenant des noms géographiques suisses devraient être refusés d'office par les autorités chiliennes compétentes.

(Traducción no oficial)

M E M O R A N D U M

SOBRE LA PROTECCION DE LAS INDICACIONES DE PROCEDENCIA
SUIZAS EN CHILE

1. Relaciones entre Chile y Suiza en materia de protección
de indicaciones de procedencia

En materia de propiedad industrial y más especialmente de indicaciones de procedencia, Chile y Suiza son partes en la Convención de Paris sobre la protección de la propiedad industrial (CUP) del 20 de marzo de 1883, tal como revisada en Stockholm en 1967.

La protección de las indicaciones de procedencia esta prevista expresamente en el artículo 10 CUP, que dispone que en caso de utilización directa o indirecta de una indicación falsa relativa a la procedencia del producto o a la identidad del productor, fabricante o comerciante, las sanciones previstas en el artículo 9 CUP serán aplicables. Esas sanciones consisten en el embargo del producto a la importación, el embargo en el país donde se haya hecho la aplicación y el embargo en el interior del país de importación.

Según el artículo 10 bis párrafo 1 CUP, los Estados Miembros están obligados a asegurar a los nacionales de los países de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal. Esta protección debe ser por lo menos igual a la instituida por la cláusula general del párrafo 2, que declara desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial y por las cláusulas particulares enumeradas en el 3er párrafo a título de ejemplo.

Enfin el artículo 10 ter CUP hace obligación a los Estados Miembros de asegurar los recursos legales apropiados para reprimir eficazmente todos los actos previstos en los artículos 9, 10 y 10 bis.

2. Uso de la denominación "suizo, suiza" en una razón comercial como marca.

Estos últimos años, numerosos casos de empleos abusivos de indicaciones de procedencia suizas han sido constatadas en Chile. La denominación "suizo, suiza" como la denominación de cantones o de lugares de relieve parecen ofrecer un atractivo especial para industriales y comerciantes extranjeros y especialmente chilenos quienes utilizan esas denominaciones para sus marcas o sus razones sociales. Esta práctica está ilustrada por los casos mencionados de bajo que conciernen solicitudes de registro de marcas y que han sido objeto de una intervención cerca de los servicios chilenos competentes de parte de las autoridades diplomáticas suizas.

1988

Marca "Lugano" para productos alimenticios

1991

1. Marca "Blanch Suiz" para textiles
2. Marca "Top Swiss" para vestidos
3. Marca "Sangall" para productos farmacéuticos y médicos
4. Marca "K-Swiss" para prendas
5. Marca "Swiss-Edkin" para productos cosméticos
6. Marca "St. Moritz" para anteojos
7. Marca "Interlaken" para productos varios
8. Marca "Swiss Formula" para productos cosméticos.

1992

1. Marca "Zürich" para productos alimenticios
2. Marca "Helvetica" para productos de la clase 16
3. Marca "Elvetium" para productos cosméticos y farmacéuticos.

3. Protección de indicaciones de procedencia suizas en Chile

La palabra "suiza" y sus traducciones, así como las denominaciones geográficas ("Genève", "St. Moritz") o las representaciones gráficas (ilustración del Monte Cervin) que evocan Suiza no se encuentran a la libre disposición de cualquiera pero pueden sólo ser usadas para distinguir productos suizos o identificar empresas con sólidos vínculos con Suiza. Usadas en relación con mercaderías extranjeras, esas indicaciones pueden abusar al público sobre la procedencia y aparecen en consecuencia como engañosas. Además, cuando se emplean en una razón comercial, esas indicaciones de procedencia pueden dar una imagen particular de la nacionalidad de la empresa que individualizan o del origen geográfico de los productos ofrecidos. En la medida que esta imagen no corresponda a la realidad, la razón comercial es falaz, porque se presta a inducir al público en una equivocación en cuanto a la nacionalidad verdadera de la sociedad, sobre la procedencia de los productos y sobre eventuales relaciones con Suiza.

La palabra "suiza" y las indicaciones geográficas referentes a Suiza poseen un particular atractivo sobre industriales, comerciantes y compradores suizos y extranjeros. Esas denominaciones han adquirido una fama envidiada por la calidad de los productos o prestaciones que representan. Son para los productores, fabricantes y prestatarios de

servicios quienes las pusieron de relieve un real factor de fuerza económica y un capital valioso que quieren legítimamente preservar. Un uso injustificado de la palabra "suiza" o de nombres o símbolos evocando Suiza hace menoscabo de los intereses de los agentes económicos suizos. Tal utilización en efecto constituye un acto de competencia parasitaria y engendra la pérdida de la capacidad de identificación de las indicaciones de procedencia. Los derechohabientes pierden así un medio importante de dar a conocer su producción o sus actividades y el "goodwill" que lleva consigo una denominación de la cual se abusó pierde su valor.

Además, el uso ilícito de una indicación de procedencia puede hacer peligrar su función de evocación geográfica y provocar su degeneración. En efecto, más conocida sea una indicación de procedencia, más grande se ve en peligro de ser utilizada sin derecho, lo que no sólo afectará su fama, pero podrá también llevarla a transformarse gradualmente en una denominación genérica perdiendo toda su fuerza distintiva.

En el plan internacional, la Convención de París sobre la protección de la propiedad industrial de 1883 contiene disposiciones que protegen las indicaciones suizas de procedencia contra un uso abusivo. Por una parte, el artículo 10 CUP remite a las medidas previstas por el artículo 9 CUP en caso de utilización directa o indirecta de una indicación falsa relativa a la procedencia del producto. Por otra parte, el empleo de una falsa indicación de procedencia puede ser contrario al artículo 10 bis CUP y constituir un "acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial (artículo 10 bis párrafo 2), en particular porque la indicación de procedencia es "capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor"

(artículo 10 bis párrafo 3, cifra 1) o "pudiere inducir al público a error en particular sobre la naturaleza, el modo de fabricación y las características de los productos" (artículo 10 bis párrafo 3, cifra 3).

Por eso, las marcas, las razones sociales u otros nombres comerciales conteniendo denominaciones geográficas suizas deberán ser rechazados ex officio por las autoridades chilenas competentes.

M E M O R A N D U MLa Promoción de las Exportaciones chilenas a Suiza

La Delegación Económica Suiza en Chile (28. - 30.10.1992) lleva al conocimiento de las Autoridades Chilenas las oportunidades que ofrece el sistema general de preferencias arancelarias de Suiza que beneficia a las exportaciones chilenas. Este sistema aplicado sin ninguna restricción cuantitativa cubría en 1991 el 47 % de las exportaciones chilenas a Suiza. Su tasa de utilización alcanzaban el 74 % en el mismo año.

Los exportadores chilenos pueden recurrir al apoyo de las Autoridades Suizas y de la Oficina Suiza de Expansión Comercial (OSEC), en particular a su servicio de promoción de las importaciones.

El apoyo otorgado por este servicio está detallado en la documentación adjunta titulada "Cómo exportar a Suiza". El anexo contiene igualmente un análisis identificando un primer grupo de productos chilenos con un potencial de exportación interesante para el mercado suizo.

Anexos mencionados

Chilenische Konsumgüter-Exporte in die Schweiz und deren Entwicklungsperspektiven

Chile hat in den letzten Jahren als Prominenz bei Schweizer Importeuren von Konsumgütern nach unseren Erfahrungen stark an Vertrauen gewonnen. Allerdings bewegt sich das Schweiz. Importvolumen ausserhalb traditionellen Produkte wie Fische und Fischprodukte auf kleinem Niveau. Bei nicht traditionellen in Chile produzierten Konsumgüter wie Möbel, Konstruktionsmaterialien, Textilien und Bekleidung, Bijouterie, Spielzeuge, Schuhe, Schnittblumen, Kosmetika sind die chilenischen Produkte einer ausserordentlich starken Konkurrenz ausgesetzt, so dass ein Anbieter nur mit extremer Nischenpolitik zum Erfolg kommen kann.

Importe in die Schweiz von Produktegruppen mit einem gewissen Exportpotential haben sich zwischen 1988 und 1991 wie folgt entwickelt (Mio. sFr.):

Tarif-Nr.	Warenbezeichnung	1988 (Mio. sFr)	1991 (Mio. sFr)
0409	Honig	0,2	0,3
0806	Trauben	0,4	0,7
0808	Aepfel, Birnen, usw.	1,4	1,7
0809/10	Steinobst, andere Früchte	0,8	1,6
0811	gefrorene Früchte	0,1	1,3
0813	getrocknete Früchte	0,3	1,5
2002	Tomaten (Konserven)	-	2,5
2204	Wein	0,4	0,6

1. Früchte/Gemüse/andere Nahrungsmittel

Nutzung der Lücken im sog. "Dreiphasensystem" (jeweils meist kurz vor den Ernteterminen in der nördlichen Hemisphäre, siehe Beilage). Förderung des Exportes verarbeiteter Lebensmittelprodukte, allerdings sind die Importe tiefgekühlter Gemüse z.B. ebenfalls nur begrenzt möglich.

Beim Angebot küchenfertiger Produkte ist der Rezeptierung und der geschmacklichen Besonderheiten des kontinentaleuropäischen Markts besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Die Hauptmarktrends im Foodbereich in der Schweiz gehen Richtung "leichte Küche" und oekologisch produzierte Produkte, wobei die Produktauszeichnung dieser Art von Produkten in der Schweiz weiterhin ungelöst ist.

2. Honig

Der schweizerische Gesamtmarkt entwickelt sich positiv. Neu sind immer differenziertere Produktpositionierungen, auch im Billigpreissegment. Ausserordentlich starke Konkurrenten auf dem internationalen Honigmarkt sind die mittelamerikanischen Länder und China. Die lückenlose Logistik in der Honigbeschaffung ist für die Importeure ein entscheidender Qualitätsfaktor. Für chilenischen Honig besteht eine Absatzchance im Topqualitätsbereich. Eine Chance, wenn geschmackliche Alternativen zu den bestehenden Produkten geboten werden können.

3. Wein

Der schweizerische Gesamtkonsum ist seit ein paar Jahren rückläufig, bleibt jedoch auf hohem Niveau. Bei Rotwein in Fässern ist die Einfuhrregelung so geändert worden, dass eine weitere positive Entwicklung kaum mehr behindert wird. Rotweinimport in Flaschen ist wie der gesamte Weissweinimport vorderhand noch stark belastet beim Import in die Schweiz.

Die ehemals traditionellen Importprovinzen aus Nordafrika sind marginal geworden und hauptsächlich durch Spanien, usw. abgelöst worden. Roseweine liegen im Trend. Ausserdem haben die kalifornischen Weine einen wichtigen Platz auf den Weinregalen in der Schweiz erhalten.

Südamerikanische Weine sind erst im kleinen Kreis von Weinkennern bekannt. Auf kleinem Niveau ist die Entwicklung für allererste Qualitäten in den letzten Jahren sehr positiv - allerdings nicht so stürmisch wie in den skandinavischen Ländern (wo das Weintrinken erst neu zu einem Markt geworden ist und die südamerikanischen Weine bereits eine Rolle in diesem Wachstumsmarkt spielen können). Wir beurteilen die weitere Entwicklung für südamerikanische Weine positiv, wenn weiterhin koordinierte Exportanstrengungen unternommen werden.

4. Kunsthandwerk, Bijouterie

Der Gesamtmarkt entwickelt sich positiv, allerdings ist das Angebot aus allen Kontinenten immer grösser, vielfältiger und unübersichtlicher. Die Billigproduktlinien werden aus Niedrigstlohnländern in die Schweiz importiert. Für chilenische Ware besteht die Chance des Nischengeschäfts in spezialisierten Materialien oder im oberen Qualitätsfeld.

Exportación en Suiza de bienes de consumos chilenos y sus perspectivas de evolución

En los últimos años y de acuerdo con nuestras experiencias, Chile se ganó la confianza de los importadores suizos de bienes de consumo. No obstante ello, el volumen de importaciones suizas se mantiene en un nivel bajo, excepción hecha de productos tradicionales como carnes o pescado. En el caso de bienes de consumo no tradicionales fabricados en Chile como, por ejemplo, muebles, materiales de construcción, tejidos y ropa, bijouterie, juguetes, calzado, flores frescas, cosméticos, etc., los productos chilenos deben hacer frente a una competencia extraordinariamente fuerte. Por tal motivo, los productores sólo pueden obtener éxito en sus ventas aplicando una política de nichos extrema.

Las importaciones en Suiza de grupos de productos con un cierto potencial de exportación evolucionaron de la siguiente forma entre 1988 y 1991 (en millones de frs.s.):

No tarifario	Denominación	1988 mio. frs.s.	1991 mio. frs.s.
0409	miel	0,2	0,3
0806	uvas	0,4	0,7
0808	manzanas, peras, etc	1,4	1,7
0809/10	frutas de hueso, otras frutas	0,8	1,6
0811	frutas congeladas	0,1	1,3
0813	frutas desecadas	0,3	1,5
2002	tomates (en conserva)	-	2,5
2204	viños	0,4	0,6

1. Frutas/verduras/otros alimentos

Aprovechamiento de la escasez de oferta que se produce en el llamado "sistema de tres fases" (generalmente poco antes de las fechas de cosecha en el hemisferio norte, véase anexo). Fomento de la exportación de productos alimenticios elaborados, aunque, por ejemplo, las importaciones de verduras congeladas sólo son posibles en forma limitada.

En la oferta de productos listos para cocinar, es necesario prestar gran atención a las recetas y los gustos particularmente propios de los consumidores en los mercados de Europa continental. Los gustos en el mercado suizo en el sector de alimentos tienden actualmente hacia la "cocina liviana" y alimentos producidos

con métodos ecológicos, aunque la calificación de este tipo de productos todavía no se ha solucionado en Suiza.

2. Miel

El mercado global suizo está evolucionando en forma positiva. Como novedad se están produciendo posicionamientos más diferenciados de productos, también en el sector de bajos precios. Competidores muy fuertes en el mercado de la miel internacional son los países centroamericanos y China. Un factor de calidad decisivo para los importadores es una logística perfecta en la obtención de la miel. Para la miel chilena las posibilidades de venta se sitúan en el sector de mieles de primerísima calidad. Esto constituye una posibilidad si se logran ofrecer alternativas de sabor a los productos ofrecidos actualmente.

3. Vinos

Desde hace algunos años, el consumo global de vinos en Suiza está en baja, manteniéndose no obstante ello en un nivel alto. La reglamentación de importación para vino tinto en cubas ha sido modificada en forma tal que ya nada impide una evolución positiva de las importaciones. La importación de vino tinto en botellas, al igual que todas las importaciones de vino blanco, siguen sometidas a grandes cargas en Suiza.

Los vinos de origen norafricano que eran un producto de importación tradicional hace algunos años son, actualmente, marginales y fueron reemplazados por otros vinos, provenientes principalmente de España, etc. Los vinos rosados están de moda. Por otra parte, los vinos de California han logrado ocupar un lugar importante en las vinerías suizas.

Los vinos sudamericanos sólo son conocidos por un reducido círculo de conocedores de vinos. En forma reducida, la evolución para vinos de excelente calidad fue muy positiva en los últimos años - aunque no tan espectacular como en los países escandinavos (donde la costumbre de beber vino es nueva en el mercado y donde los vinos sudamericanos pudieron desempeñar un papel importante en este crecimiento). Estimamos como positiva la evolución futura para los vinos sudamericanos si se siguen realizando esfuerzos coordinados para fomentar la exportación.

4. Artesanías/Bijouterie

El mercado global está evolucionando en forma positiva, aunque la oferta de todos los continentes es cada vez más grande, diversificada y falta de transparencia. Los productos más baratos son importados en Suiza desde países con los más bajos niveles salariales. Para productos chilenos existe la posibilidad del negocio denicho con materiales especiales o para productos con alto nivel de calidad.

Sistema en tres fases

Para reglamentar la importación de las frutas y hortalizas frescas que se producen en el país y están sometidas a la obligación del permiso (las uvas de mesa y los melocotones, aunque se producen en Suiza, no están sujetos a este régimen), se aplica el sistema denominado "de tres fases" :

- en la primera fase, que comprende el período durante el cual no existe producción autóctona de un producto determinado, se autoriza la importación sin restricciones cuantitativas;
- en la segunda fase, que comprende el período durante el cual ya hay producción autóctona en el mercado pero no en cantidad suficiente para garantizar su abastecimiento, las importaciones sólo pueden autorizarse con carácter de complemento para garantizar el pleno abastecimiento del mercado en lo que se refiere al producto de que se trate;
- en la tercera fase, que comprende el período durante el cual la producción autóctona garantiza el abastecimiento completo del mercado en un producto, se prohíben las importaciones.

El paso de una fase a otra se comunica a las representaciones diplomáticas por medio de cuadros sinópticos.

M E M O R A N D U M

Simplificación de los trámites para la importación y exportación de muestras: Carnets A.T.A.

La Convención A.T.A. (Admission temporaire - temporary admission") es una convención aduanera que establece la utilización de un documento, el carnet A.T.A., para ser utilizado en la importación temporaria de mercadería, en lugar de la documentación nacional de importación. El carnet A.T.A. es un tríptico internacional que libera al interesado del pago de derechos aduaneros.

Hasta el día de la fecha, 45 países han firmado la Convención A.T.A.

En Chile la importación temporaria de muestras está sometida a barreras administrativas de peso. De esta situación resulta un incremento de los costos y una considerable pérdida de tiempo. El sistema de carnets A.T.A. permite una simplificación en los procedimientos e incentiva el comercio.

Debido a la evolución favorable en la liberalización del comercio internacional, sería altamente deseable que Chile adhiera a la Convención A.T.A.