



25 de septiembre de 2012

(13-5132)

Página: 1/3

Original: inglés

**AUSTRALIA - DETERMINADAS MEDIDAS RELATIVAS A LAS MARCAS
DE FÁBRICA O DE COMERCIO, INDICACIONES GEOGRÁFICAS
Y OTRAS PRESCRIPCIONES DE EMPAQUETADO GENÉRICO
APLICABLES A LOS PRODUCTOS DE TABACO Y
AL EMPAQUETADO DE ESOS PRODUCTOS**

**SOLICITUD DE CELEBRACIÓN DE CONSULTAS
PRESENTADA POR INDONESIA**

La siguiente comunicación, de fecha 20 de septiembre de 2013, dirigida por la delegación de Indonesia a la delegación de Australia y al Presidente del Órgano de Solución de Diferencias, se distribuye de conformidad con el párrafo 4 del artículo 4 del ESD.

Las autoridades de mi país me han encomendado que solicite la celebración de consultas con el Gobierno de Australia de conformidad con el artículo 4 del *Entendimiento relativo a las normas y procedimientos por los que se rige la solución de diferencias*, el párrafo 1 del artículo 14 del *Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio ("Acuerdo OTC")*, el párrafo 1 del artículo 64 del *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio ("Acuerdo sobre los ADPIC")* y el artículo XXII del *Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 ("GATT de 1994")* con respecto a determinadas leyes y reglamentos de Australia que imponen restricciones a las marcas de fábrica o de comercio y las indicaciones geográficas, y otras prescripciones de empaquetado genérico aplicables a los productos de tabaco y al empaquetado de esos productos.

Las medidas impugnadas son las siguientes:

- *Ley relativa al empaquetado genérico del tabaco de 2011*, Ley N° 148 de 2011, "Ley para desincentivar el consumo de productos de tabaco y para lograr objetivos conexos";
- *Reglamento relativo al empaquetado genérico del tabaco de 2011* (Selección de Instrumentos Legislativos de 2011, N° 263), modificado por el *Reglamento modificadorio relativo al empaquetado genérico del tabaco de 2012 (N° 1)* (Selección de Instrumentos Legislativos de 2012, N° 29);
- *Ley modificatoria relativa a las marcas de fábrica o de comercio (empaquetado genérico del tabaco) de 2011*, Ley N° 149 de 2011, "Ley por la que se modifica la *Ley de marcas de fábrica o de comercio de 1995* y se persiguen objetivos conexos"; y
- cualesquiera medidas conexas adoptadas por Australia, incluidas las que apliquen, complementen o amplíen estas leyes y reglamentos, así como cualquier medida que los modifique o sustituya.

Las medidas se aplican a la venta al por menor de cigarrillos, cigarros (puros) y otros productos de tabaco. Establecen prescripciones exhaustivas respecto del aspecto y la forma del empaquetado de los productos de tabaco destinados al comercio minorista, así como de los propios productos de tabaco. Las medidas establecen también sanciones, incluidas sanciones penales, en caso de infracción de estas prescripciones. Disponen, entre otras cosas, lo siguiente:

- con respecto al empaquetado de los productos de tabaco destinados al comercio minorista, las medidas: i) regulan el aspecto de las marcas de fábrica o de comercio y las indicaciones geográficas, entre otras cosas prohibiendo la exhibición de características figurativas o de diseño, incluidas las que forman parte de esos derechos de propiedad intelectual; ii) exigen que los nombres de la marca y de la variante que formen parte de las marcas de fábrica o de comercio figuren en la parte frontal superior e inferior del paquete con un tipo y tamaño de letra, color y ubicación uniformes¹; iii) prohíben que aparezcan otras palabras (salvo la información básica, incluidos el país de origen y los datos de contacto del fabricante); y iv) prescriben un acabado mate y un color marrón oscuro apagado (Pantone 448C) para el empaquetado destinado al comercio minorista;
- las medidas establecen que los cigarrillos sueltos no pueden exhibir marcas de fábrica o de comercio, indicaciones geográficas ni ningún otro signo distinto de un código alfanumérico para la identificación del producto;
- las medidas disponen que los cigarros (puros) sueltos pueden llevar: el nombre de la marca, el nombre de la variante, el país de origen y un código alfanumérico, que deben aparecer con un tipo y tamaño de letra y un color uniformes, en una misma vitola y sobre un fondo de color marrón oscuro apagado (Pantone 448C)²; y
- las medidas regulan otros aspectos tanto del empaquetado de los productos de tabaco como de los productos de tabaco, estableciendo, entre otras, las siguientes prescripciones: i) los paquetes de cigarrillos destinados al comercio minorista deben tener un tamaño, forma y material determinados; ii) los cigarrillos deben ser blancos³; y iii) los tubos de los cigarros (puros) deben ser cilíndricos y rígidos y tener una abertura de al menos 15 mm.

Estas medidas que regulan el empaquetado genérico y el aspecto de los productos de tabaco destinados al comercio minorista parecen ser incompatibles con las obligaciones que corresponden a Australia en virtud de las siguientes disposiciones del *Acuerdo OTC*, el *Acuerdo sobre los ADPIC* y el *GATT de 1994*:

- el párrafo 1 del artículo 2 del *Acuerdo OTC*, porque los reglamentos técnicos en cuestión dan a los productos de tabaco importados un trato menos favorable que el otorgado a productos similares de origen nacional;
- el párrafo 2 del artículo 2 del *Acuerdo OTC*; porque los reglamentos técnicos en cuestión crean obstáculos innecesarios al comercio, dado que restringen el comercio más de lo necesario para alcanzar un objetivo legítimo;
- el párrafo 1 del artículo 2 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, que incorpora las disposiciones del *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*, modificado por el Acta de Estocolmo de 1967 ("*Convenio de París*"), en particular, i) el artículo 6^{quinquies} del *Convenio de París*, porque la marca de fábrica o de comercio registrada en un país de origen distinto de Australia no se protege "tal cual es"; y, ii) el artículo 10^{bis} del *Convenio de París*, porque Australia no proporciona una protección eficaz contra la competencia desleal; por ejemplo, al crear confusión entre los productos de los competidores;
- el párrafo 1 del artículo 3 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, porque Australia concede a los nacionales de los demás Miembros un trato menos favorable que el que otorga a sus propios nacionales con respecto a la protección de la propiedad intelectual;

¹ El nombre de la marca y de la variante deben figurar en letra "Lucida Sans"; con un tamaño no superior a 14 puntos para el nombre de la marca y 10 puntos para el nombre de la variante; con la letra inicial únicamente en mayúsculas; con letra redondilla; en color Pantone Cool Gray 2C; y bajo la advertencia sanitaria gráfica, en la superficie frontal del paquete de cigarrillos.

² Deben aparecer sólo una vez en la vitola, en letra "Lucida Sans"; con un tamaño no superior a 10 puntos; con letra redondilla; y en color Pantone Cool Gray 2C. La marca y el nombre de la variante deben figurar horizontalmente a lo largo de la vitola, de modo que rodeen el cigarro (puro).

³ Sin embargo, los cigarrillos pueden tener un extremo impreso en marrón, a imitación del corcho, colocado sobre el filtro.

- el párrafo 4 del artículo 15 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, porque la naturaleza del producto al que la marca de fábrica o de comercio ha de aplicarse es un obstáculo para el registro de la marca;
- el párrafo 1 del artículo 16 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, porque las medidas impiden que los titulares de marcas de fábrica o de comercio registradas gocen de los derechos conferidos por una marca de fábrica o de comercio;
- el párrafo 3 del artículo 16 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, porque las medidas impiden que los titulares de marcas de fábrica o de comercio registradas que son "notoriamente conocidas" gocen de los derechos conferidos por una marca de fábrica o de comercio;
- el artículo 20 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, porque se complica injustificablemente el uso de una marca de fábrica o de comercio con exigencias especiales, como i) el uso de una forma especial, por ejemplo, el tipo y tamaño de letra, color y ubicación uniformes del nombre de marca, y ii) el uso de una manera que menoscaba la capacidad de la marca para distinguir los productos de tabaco de una empresa de los de otras empresas;
- el párrafo 2 b) del artículo 22 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, porque Australia no proporciona protección eficaz contra actos de competencia desleal con respecto a las indicaciones geográficas, por ejemplo, al crear confusión entre los consumidores en relación con el origen de los productos;
- el párrafo 3 del artículo 24 del *Acuerdo sobre los ADPIC*, porque Australia está reduciendo el nivel de protección que concede a las indicaciones geográficas en relación con el nivel de protección que existía antes del 1º de enero de 1995; y
- el párrafo 4 del artículo III del GATT de 1994, porque las medidas en cuestión dan a los productos de tabaco importados un trato menos favorable que el concedido a los productos similares de origen nacional.

Indonesia se reserva el derecho de plantear otras alegaciones o cuestiones en el transcurso de estas consultas y en cualquier solicitud futura de un procedimiento de grupo especial.

Indonesia espera con interés la respuesta de Australia a esta solicitud y la determinación de una fecha mutuamente aceptable para la celebración de consultas.
