

GENÉRIQUES ET SEMI-GENÉRIQUES

CRITÈRES DE DÉTERMINATION ET
MÉTHODES POUR EN
DIMINUER LES EFFETS

De Jacques AUDIER, Aix-en-Provence*

Je tiens d'abord à vous rappeler l'importance et le caractère dérisoire de la question des génériques et semi-génériques.

L'importance résulte de la constatation que le caractère générique d'une appellation d'origine reconnue, d'une indication géographique reconnue, voire d'une dénomination traditionnelle reconnue détruit la possibilité d'une protection du signe distinctif dans l'Etat où ce signe est considéré comme générique. Commercialement, les consommateurs pourront choisir entre deux produits pareillement dénommés distingués par l'indication de leur provenance. Provenance ajoutée au signe distinctif originaire dans le cas d'un semi-générique ou provenance indiquée ailleurs sur l'étiquette du produit pour un générique.

Le préjudice commercial est évident d'autant plus que le prix généralement plus élevé du produit originaire et sa notoriété tirent les prix des produits locaux désignés par un générique ou semi-générique. Néanmoins, il n'existe pas d'exemple, à ma connaissance, d'un marché sur lequel le produit générique a totalement exclu le produit originaire. A moyen ou long terme, il est possible, si quelques tendances actuelles se confirment et s'amplifient, que les produits originaires l'emportent définitivement. L'avantage commercial procuré par l'utilisation des génériques ou semi-génériques est peut-être en déclin, et il reste sûrement critiquable.

Le sujet abordé me paraît aussi d'une certaine façon dérisoire à l'échelle de sa réalité concrète. Il existe peu, très peu, d'Etats membres de l'O.I.V. où cette difficulté existe. Il existe aussi très peu d'Etats membres de l'O.M.C. contaminés par ce virus destructeur.

Au demeurant, la question ne doit pas conduire au renoncement. Une maladie ou un incendie se traitent beaucoup plus facilement lorsque leur propagation reste limitée. Et, parce que l'une des missions de l'O.I.V. consiste dans la défense des Appellations d'origine, indications géographiques et dénominations traditionnelles des vins et spiritueux d'origine viti-vinicole des travaux du groupe d'experts " Droit et réglementation " doivent se poursuivre sur cette question. Il en avait d'ailleurs été décidé ainsi après le vote de la Résolution de Madrid par l'Assemblée générale.

*Jacques Audier est professeur à la faculté de droit d'Aix-Marseille et conseiller de l'Office International de la Vigne et du Vin (O.I.V.) pour les questions juridiques.

Cet exposé a été présenté le 7 mars 2000 à Paris au Groupe d'experts " Droit et Réglementation " de l'O.I.V.

GENERIC AND SEMI-GENERIC
DENOMINATIONSDETERMINATION CRITERIA AND
METHODS TO REDUCE THEIR EFFECTS

By Jacques Audier, Aix-en-Provence*

First of all, I would like to remind readers that the issue of generic and semi-generic denominations is both important and derisory.

It is important because when a recognised appellation of origin or geographical indication or even a recognised traditional denomination is found to be generic, that destroys the possibility of protecting the distinctive name in the country where the name is said to be generic. Commercially speaking, consumers are given a choice of two products with identical names but differentiated by the indication of their source. That source is added to the original distinctive name in semi-generic denomination or stated elsewhere on the product label in respect of generic denomination.

The commercial harm sustained is obvious, the more so since the generally higher prices and the reputation of the original products push up the prices of local products designated by generic or semi-generic names. To my knowledge however, there is no example of a market where generic products have totally replaced the original. It may happen in the medium or long term, if some current trends continue and develop, that original products will win the battle for good. The commercial benefit of the use of generic and semi-generic names may be decreasing, but that does not make it any less open to criticism.

The issue also seems derisory in a way, considering the concrete reality. Few, very few member states of the OIV are affected by the difficulty posed by generic denominations. Also, very few WTO member states are contaminated by that destructive virus.

That does not mean we must give up on the issue. A disease or fire can be treated more effectively before it spreads. And because one of the goals of the OIV is to defend the appellations of origin, geographical indications and traditional denominations of wine and wine spirits, the Laws and Regulations expert group must continue to work on the question. That was also what was decided at the Madrid Resolution at the General Assembly.

Just as a resolution relating to homonyms has been adopted, it is desirable to prepare a draft on generic denominations.

* Jacques AUDIER is professor at the University of Aix-Marseille, Faculty of Law and Legal

Advisor to the Office International de la Vigne et du Vin (OIV). This exposé has been presented the 7th March 2000 in Paris at the "Laws and Regulations Experts Group" of the OIV.

De la même façon qu'une Résolution sur les homonymes a déjà vu le jour il est souhaitable qu'un texte préparatoire sur les génériques soit préparé.

Les décisions relatives au caractère générique ou semi-générique d'une dénomination peuvent naturellement apparaître comme des décisions nationales politiques et souveraines. Mais il faut remarquer que cette présentation, qui priverait l'O.I.V., organisation intergouvernementale technique, d'un quelconque champ de réflexion n'est pas véritablement exacte.

D'une part, les décisions nationales qui pourraient être prises sur ces questions doivent éviter d'encourir le reproche d'être des décisions purement arbitraires conformes à l'intérêt de quelques opérateurs économiques, dans le respect approximatif des règles de l'O.M.C..

D'autre part, de nombreuses lois nationales non seulement définissent les critères de détermination des indications génériques ce qui permet éventuellement de contester auprès des juridictions nationales leur mise en œuvre par une décision quelle qu'elle soit. Se posera alors la question de savoir comment peut être rapportée la preuve du caractère générique d'une dénomination.

Naturellement, l'importance de la loi nationale de l'Etat sur le territoire duquel la question est posée est essentielle.

Le principe de territorialité trouve application en la matière : c'est dans la loi nationale du pays où l'appellation d'origine ou l'indication géographique est prétendue générique que les critères du caractère générique (I) et règles de preuve (II) doivent être recherchés.

I. CRITERES DE DETERMINATION DES GENERIQUES

Une remarque liminaire concernera du vocable "critères".

Il me semblerait plus exact de parler des facteurs du caractère générique d'un signe distinctif. Le vocable "critères" apparaît comme ayant des effets automatiques : si les critères sont remplis le caractère générique existe. Au surplus, plusieurs critères sont souvent utilisés et il devient alors nécessaire de pondérer leur signification relative, ce qui peut se révéler difficile voire impossible. Que décider si un critère n'est pas rempli ?

Le mot "facteurs" apparaît plus approprié, des "facteurs" à déterminer contribuent au caractère générique d'une dénomination. L'importance relative des uns et des autres n'est pas décisive, c'est le résultat global qui importe. Il est nécessaire qu'un ensemble de facteurs emportent la conviction sur le caractère générique prétendu de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique. Il est nécessaire de rechercher les

The decision about whether or not a denomination is generic or semi-generic can naturally appear to be a sovereign domestic political decision. But it must be noted that that presentation, which would deprive the OIV, a technical intergovernmental organisation, of any field of work, is not truly correct.

First of all, any national decisions that are made on these issues must avoid running the risk of being accused of being purely arbitrary decisions that further the interests of a few business operators, in approximate accordance with the rules of the WTO.

Also, many domestic laws define the criteria for determining whether an indication is generic, which means that their implementation under any ruling can be challenged before national jurisdictions. The question then is how the generic nature of the denomination is to be proved. Naturally the important fact is the national law of the state on the territory of which the question has emerged.

The territoriality principle is applied here – the criteria for the generic character (I) and the rules of proof (II) must be found in the laws of the country where the appellation of origin or geographical indication is claimed to be generic.

I – CRITERIA FOR DETERMINING GENERIC DENOMINATIONS

I would like to first clarify the use of the word "criterion".

It would be more correct to speak of the factors that make up the generic character of a distinctive name. The term criterion appears to have automatic effects – if the criteria are met, the name is generic. Also, several criteria are often used and it would become necessary to determine their relative significance. That can be difficult or indeed impossible. What happens if a criterion is not fulfilled?

The word "factors" seems to be more appropriate. It may be said that certain factors contribute to making a denomination generic. The relative importance of a factor in relation to another is not decisive, because what matters is the overall result. The combination of factors determines whether or not an appellation of origin or geographical indication is generic as claimed.

Also, it is necessary to find the bases, i.e. the sources

fondements, c'est à dire les sources de ces facteurs (A), puis de dresser leur typologie (B).

A/ Sources des facteurs du caractère générique

Comme pour les facteurs distinctifs d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, c'est la définition du caractère générique qui permet d'en connaître les facteurs déterminants.

Nous disposons aujourd'hui d'un grand nombre de textes nationaux ou régionaux pertinents sur les Appellations d'Origine et Indications Géographiques reconnues. Certains spécifiques aux produits vinicoles, d'autres plus largement applicables à tous les produits, et résultant de la mise en œuvre nationale, généralement par modification de la loi nationale sur les marques, de l'Accord ADPIC.

A cet égard, je rappelle que depuis le 1^{er} janvier 2000, les dispositions de l'Accord ADPIC sont entrées en vigueur dans les pays en développement et les Membres dont le régime d'économie planifiée est en voie de transformation en une économie de marché axée sur la libre entreprise.

Nous sommes donc dans une période où il convient d'être très attentif aux textes nationaux progressivement notifiés au secrétariat de l'O.M.C. ou au secrétariat de l'OMPI.

Pour être plus précis, c'est dans les lois nationales relatives aux vins et spiritueux, ou dans les dispositions spécifiques aux indications géographiques des lois nationales relatives aux marques de commerce ou de fabrique que l'on peut trouver les dispositions pertinentes sur les dénominations génériques. Eventuellement des sources régionales comme la réglementation communautaire, l'Accord d'Amérique centrale pour la protection de la propriété intellectuelle, l'Accord de Bangui pour l'Organisation Africaine de Propriété intellectuelle peuvent aussi être utiles. (1)

Naturellement, la définition de l'article 24.6 de l'Accord ADPIC un " ... terme usuel employé dans le langage courant comme nom commun de ces produits ou services sur le territoire de ce Membre ", s'impose à tous les Membres de l'O.M.C. pour lesquels l'Accord est devenu applicable.

Mais s'il existe un fonds commun sur la définition des dénominations devenues génériques, on peut considérer que seulement une trentaine de Membres de l'O.M.C. énoncent en même temps que la définition du générique, en général parfois spécifiquement pour les vins, les facteurs à prendre en considération. Ce sont ces facteurs qui vont être examinés.

B – Typologie des facteurs du caractère générique

La définition pure et simple du générique contient déjà des facteurs de reconnaissance : un nom commun

of these factors (A) and then to establish their typology (B).

(A) Sources of the factors that make a denomination generic

As with the distinctive factors of an appellation of origin or a geographical indication, the determining factors of what is generic can be derived from the definition.

Today, we have a large number of national or regional laws about recognised appellations of origin and geographical indications. Some of them are specific to the wine industry, others are more generally applicable to all products and are the result of the national implementation of the TRIPS agreement. They are very often the result of an amendment to the national trademark law.

In this respect, readers must remember that as from January 1st 2000, the provisions of the TRIPS agreement came into force in developing countries and in states which are moving from a planned economy to a market economy based on the principle of free enterprise.

This is therefore a time where we must pay attention to the national laws that are being notified to the secretariats of the WTO or the WIPO.

More specifically, the provisions relating to generic denominations can be found in the domestic laws relating to wine and spirits or in the special provisions relating to geographical indications of national trademark laws. It may also be useful to consider regional sources such as EC regulations, the Central American agreement for the protection of intellectual property, the Bangui agreement for the African Intellectual Property Organisation (1).

Naturally, the definition of article 24.6 of the TRIPS agreement – "term customary in common language as the common name for such goods or services in the territory of that member" – applies to all WTO members for whom the Agreement has become applicable.

Even if there is a common basis about the definition of denominations that have become generic, it could be said that only some thirty WTO Members indicate the factors to be taken into account along with the definition of what is generic, generally with a particular reference to wine. These are the factors that will be studied below.

B – Typology of the factors that make a denomination generic

The very definition of what is generic contains the factors of recognition: a common name in common

dans le langage usuel pour les produits considérés.

Sans préjuger de la preuve à rapporter, on peut noter que la définition universelle du générique signifie que le vocable en question a perdu toute signification géographique, il n'existe plus de rapport entre le produit et le lieu d'élaboration qui lui a donné son nom.

Certaines législations notent formellement l'existence nécessaire de cette fracture géographique (2). Des textes nationaux précisent aussi pour quelle catégorie de la population cette fracture doit être constatée : le public en général (3), les consommateurs (4), les milieux commerciaux (5), ou encore les " experts " (6).

Il faut également, dans un souci d'objectivité, replacer les facteurs énoncés dans leur contexte : contexte du marché concerné, du mode de distribution, de la rareté ou de l'accès difficile au produit (7), évolution historique et son analyse causale, publicité et communication sur le produit, réactions ou absence de réactions des professionnels et des consommateurs.

De façon personnelle, après avoir examiné de façon détaillée plusieurs cas de dénominations génériques, ma conviction est que chaque cas discuté présente des caractéristiques particulières : juridiques, économiques, historiques, sociales, culturelles, etc ... (8). Cette constatation renforce l'idée que chaque situation doit être examinée scrupuleusement par rapport à tous les facteurs évoqués. L'approche de la question est multifactorielle et multidisciplinaire.

Généralement, les difficultés relatives aux génériques naissent de la négligence des producteurs originaires face à l'agressivité commerciale de leurs concurrents. Cette constatation doit être méditée alors que par application de l'Accord ADPIC plusieurs dizaines de Membres de l'O.M.C. prévoient que les droits relatifs aux indications géographiques ne peuvent être créés ou maintenus dans le Membre considéré que par une formalité d'enregistrement nationale (9).

Pour l'avenir, la première négligence est clairement identifiée.

Connaissant les facteurs du caractère générique, il faut nécessairement aborder maintenant la preuve de ces facteurs.

II. PREUVE DU CARACTERE GENERIQUE

La preuve est la rançon des droits (10). Or elle est sans doute le problème le plus délicat posé par les génériques. D'abord, parce que les producteurs originaires se résignent peu à la situation existante, et parce que les utilisateurs de bonne foi d'un générique souhaitent en maintenir l'usage. Pour parvenir à une solution, il faudra une décision.

La nature juridique de cette décision est variable. Elle

language for the goods in question.

Setting aside the matter of proof, we could note that the universal definition of what is generic means that the term in question has lost its geographical signification and that the relation between the product and the place in which it was manufactured has ceased to exist.

Some legislations formally note the need for that geographical divide (2). National laws also specify the category of the population in which the divide must be found: the general public (3), consumers (4), commercial people (5) or experts (6).

Also, for the sake of objectivity, the factors outlined must be replaced in their context: that of the market affected, the method of distribution, the rarity or difficulty of access to the product (7), the historic development and its causal analysis, publicity and communication about the product and reactions or otherwise from the industry and consumers.

Personally, after doing a detailed study of several cases of generic denominations, I am convinced that each case considered has its own legal, economic, historic, social, cultural and other factors (8). That finding supports the idea that each situation must be examined carefully in relation to the factors mentioned. The approach must take account of a multitude of factors and disciplines.

Generally, the difficulties of generic products are a result of the negligence of the original producers in the face of the aggressive commercial practices of their competitors. That should be given consideration, given that by virtue of the application of the TRIPS agreement, several WTO members have provided that rights relating to geographical indications cannot be created or maintained in a member country other than by a national registration formality (9).

For the future, the first negligence is clearly identified.

Now that we know the factors that make a denomination generic, we must look at the proof of their existence.

II - PROOF OF GENERIC CHARACTER

Proof is the price of rights (10). The question of proof is probably the most delicate problem posed by generic denominations. Firstly, because original producers are resigning themselves to the existing situation and because those who are using generic denominations in good faith want to continue to use them. A decision will be required to reach a solution.

The legal nature of the decision is variable, as it may

peut être le fait du législateur ou du pouvoir exécutif qui déterminent une liste de noms génériques. Décision politique généralement peu motivée formellement, mais décision qui peut parfois être contestée par une procédure appropriée.

La décision peut être administrative, en particulier celle d'un office national de propriété intellectuelle qui refuse par le motif du caractère générique local l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique. Ou un office qui accepte l'enregistrement d'une marque qui contient une dénomination considérée comme générique pour un produit non originaire.

Les contentieux peuvent donc être de nature diverses : discussion préalable avec administration nationale, contestation d'une décision gouvernementale ou administrative, contentieux contre les utilisateurs d'une dénomination qu'ils prétendent génériques.

Dans toutes ces situations, la preuve du caractère générique d'un côté, ou du caractère distinctif de l'autre va se poser.

Quelle partie doit supporter la charge de cette preuve (A) et quels moyens de preuve peut-elle utiliser (B).

A/ La charge de la preuve

Quelle que soit le type de procédure administrative ou judiciaire, accusatoire ou inquisitoire, c'est à celui qui allègue un fait d'en apporter la preuve. La preuve incombe au demandeur.

Dès lors, on peut penser que c'est à l'utilisateur d'une dénomination dont le caractère générique est allégué d'en rapporter la preuve.

En réalité, toutes les circonstances connues d'opposition d'un générique sur un territoire national conduisent à la situation inverse : c'est à dire la preuve de la distinction, la preuve du caractère non-générique par les producteurs originaires, sur le territoire du Membre où le générique est apparu. La raison en est que les autorités nationales du pays ou un générique est en voie d'apparition sur le marché sont souvent peu réactives.

L'expression " charge de la preuve " prend alors tout son sens pour les producteurs originaires confrontés à un système juridique, administratif et judiciaire qu'ils maîtrisent mal. Confrontés aussi sur les marchés à une concurrence qu'ils estiment déloyale, ils doivent alors faire place à des démarches ou procès extrêmement coûteux.

Au surplus, l'écoute gouvernementale ou administrative sur ces difficultés n'est pas de grande qualité dans le Membre où la question se pose, voire dans le pays originaire.

come from the lawmaker or from the executive, which could determine a list of generic names. The reasons for political decisions are generally not outlined formally, but the decision can be challenged using an appropriate procedure.

The decision may be administrative, in particular that of a national intellectual property body, which could reject the registration of an appellation of origin or a geographical indication because of its local generic character, or accept the registration of a trademark for a non- original product containing a denomination believed to be generic.

The dispute may therefore take on different forms: preliminary discussion with a national administration, challenging a government or administrative decision or litigation against users of a denomination claimed to be generic.

In all these situations, the issue of the proof of either the generic character or the distinctive character will be raised.

Who has to bear the burden of proof (A) and what kinds of proof can the party use (B)?

(A) Burden of proof

Regardless of the type of administrative or legal procedure, accusatory or inquisitorial, it is up to the alleging party to prove its allegations. The burden of proof is on the petitioner.

As a result, one may think that it is up to the user of a name with an alleged generic character to provide proof.

In actual fact, the situation has been quite the opposite in all the known proceedings in national territories this far – it is always up to the original producers to prove the distinctiveness or the non-generic character of the denomination of the products in the territory of the member where the generic product with a generic denomination was marketed. The reason is that the national authorities of countries where a product with a generic denomination is introduced in the market are often not very responsive.

The expression "burden" of proof takes on greater meaning for the original producers, who are confronted with a legal, administrative and legal system with which they are not very familiar. They also have to face the competition, which they believe is unfair, and must complete extremely expensive formalities and proceedings.

Additionally, governmental and public authorities are not very understanding in the country of the Member where the issue is raised, and even in that of the original product.

Rapporter la preuve qu'une dénomination n'est pas devenue générique suppose l'utilisation de modes de preuve divers.

B/ Modes de preuve

S'agissant de la preuve d'un fait, telle dénomination est générique ou pas, on peut considérer que les parties intéressées peuvent librement produire devant l'administration ou le juge tous moyens de preuve qu'elles jugent appropriés.

Naturellement, si des prescriptions législatives ou réglementaires donnent des précisions, les preuves fournies devront concerner ces points particuliers. Ainsi, lorsqu'un texte précise qu'un générique est un terme usuel qui est le nom commun d'un produit, la preuve fournie s'attachera à démontrer ou infirmer cet aspect des choses. Il s'agit d'une preuve linguistique que des experts spécialisés rassembleront (situation grammaticale du vocable ; qualification dans les dictionnaires et encyclopédies ; usage en littérature et dans la presse écrite ou audiovisuelle ; livres de recettes ; etc ...).

Certaines opinions des milieux d'affaires ou des experts, sont parfois expressément citées dans les législations pertinentes. Là encore, il faudra inventorier les opinions.

En revanche, lorsque le générique doit être considéré comme tel par le public ou les consommateurs, il semble utile de produire un sondage d'opinions. La méthode est utilisée dans le droit des marques pour déterminer le caractère générique, la notoriété ou la renommée, mais elle donne rarement des résultats indiscutables. D'abord parce que la définition du public sondé, les questions posées, les caractéristiques de l'interrogatoire sont difficiles à mettre au point. Ensuite, parce que l'interprétation des résultats est généralement une source de conflits : une dénomination est-elle générique si la fracture géographique est totale, de 80 %, de 70 % etc ... ? La distinction est-elle acquise à 10 %, 20 %, 30 %, ... ?

Il est éminemment souhaitable dans ces circonstances que les modes de preuve retenus soient multiples, c'est de leur concordance que la solution raisonnable et objective naîtra.

CONCLUSION

Une quinzaine de noms géographiques ou traditionnels font difficulté quant à leur caractère générique dans le mode, avec une incidence économique peut être surévaluée mais une blessure importante des esprits.

L'O.I.V., organisation intergouvernementale, dont l'une des missions essentielles est la défense et la promotion des appellations d'origine et indications géographiques des vins et spiritueux viticoles doit apporter

Proving that a denomination has not become generic requires the use of miscellaneous modes of proof.

B) Modes of proof

In order to prove that a given denomination is or is not generic, it may be said that the interested parties can freely produce all the proof they think fit before the judging authority.

Naturally, if the legislative or governmental requirements provide any specifications, the proof must address those requirements. For instance, when a law provides that a generic denomination is a customary term in common language as the common name of a product, the aim is to prove or disprove that that is so. This would be linguistic proof collected by specialised experts (grammatical position of the term, qualification in dictionaries and encyclopaedias, use in literature or in the press or audiovisual media, recipe books etc.).

Some opinions of industry members or experts are expressly quoted in relevant legislation. Here too, the opinions must be listed. On the other hand, when the generic name needs be considered as such by the public or by consumers, it would be useful to produce an opinion poll. The method is used in trademark law to determine the generic character, reputation or renown or trademarks, but it rarely delivers indisputable results. Firstly, because the definition of the surveyed public, the questions asked, the questioning characteristics are difficult to determine. Secondly, because the interpretation of the results is a source of conflicts. Is a denomination generic when it is thought to be so by all the population? By 80% of them? Or by 70%? Is distinctiveness proven at 10, 20 or 30%?

Given the circumstances, it is extremely desirable to find multiple modes of proof, as the reasonable and objective solution will result from their concordance.

CONCLUSION

Across the world, some fifteen geographical or traditional names are raising difficulties as to their generic nature. The economic effect of the issue may be overestimated, but it does have major psychological effects.

The OIV is an intergovernmental organisation, and one of its essential missions is to defend and promote the appellations of origin and geographical indications of wine and wine spirits. It must contribute to the solution

sa contribution à la solution de cette question.

On sait que des Accords bilatéraux conclus par l'Union européenne fournissent des solutions sur cette question.

D'autres initiatives ou travaux sont possibles.

Nous avons constaté que la définition d'un générique est, dans son libellé, très généralement la même pour tous les Membres de l'O.I.V. et de l'O.M.C.. Cette définition pourrait être reprise par une Résolution de l'Assemblée générale préparée par le groupe " Droit et réglementation ". Le groupe d'experts pourrait compléter cette définition par des recommandations sur les facteurs du caractère générique et les modes de règlement appropriés des difficultés existantes ou à venir.

Il faut éradiquer ce virus que sont les génériques.

La loyauté du commerce international et son développement sont au prix de sacrifices qui en la matière concernent plus les mentalités que les marchés.

NOTES

1/ Nous avons examiné quinze lois marques nationales, hors Union européenne, et vingt-six notifications faites au secrétariat de l'O.M.C., soit des informations sur plus de cinquante Membres de l'O.M.C..

2/ Allemagne, Lettonie, Moldavie, Russie, Suisse, Kirghizistan

3/ Argentine, Pérou, Turquie, Accord d'Amérique centrale, Chine

4/ Lettonie, Turquie

5/ Albanie, Lettonie, Suisse

6/ Pérou, Accord d'Amérique centrale pour la protection de la propriété intellectuelle

7/ Si le produit originaire n'est pas distribué dans le pays concerné, il n'est pas étonnant que la situation locale lui soit défavorable. Quoique l'on doive distinguer et apprécier séparément la connaissance réelle et concrète d'un produit et sa connaissance " intellectuelle " ou virtuelle

8/ Génériques du Canada ; semi-génériques des Etats-Unis d'Amérique ; cas du fromage grec " feta " dont le caractère générique est en discussion dans l'Union européenne

of the question.

Bilateral agreements entered into by the European Union provide solutions to the question.

Other initiatives and work is possible.

We saw how the definition of a generic denomination is generally worded similarly for all the members of the OIV and WTO. The definition could be included in a General Assembly Resolution drafted by the Law and Regulations group. The expert group could complete the definition by providing recommendations on the factors of the generic character and the appropriate regulatory modes for present or future difficulties.

The virus of generics must be eradicated.

Sacrifices will be required to ensure that international trade continues to develop and that it is fair; in this case, the sacrifices are more a matter of mentality than of markets.

NOTES

1. I have examined fifteen national trademark laws in addition to those of European Union countries and also twenty-five notifications to the WTO secretariat, i.e. over fifty WTO Members.

2. Germany, Latvia, Moldova, Russia, Switzerland, Kirghizistan

3. Argentina, Peru, Turkey, Central American Agreement, China

4. Latvia, Turkey

5. Albania, Latvia, Switzerland

6. Peru, Central American Agreement for the protection of intellectual property

7. If the original product is not distributed in the relevant country, it is not surprising that the local situation is not favourable to it, even if one must distinguish and appreciate separately the actual and concrete knowledge of a product and its "intellectual" or virtual knowledge.

8. Canadian generics: semi-generics of the USA, cases of Greek Feta cheese, which is under discussion in the European Union.

9/ Voir Jacques AUDIER, L'application de l'Accord sur les ADPIC par les Membres de l'O.M.C. (Section 3 : indications géographiques), Bull. O.I.V. 1999, 821-822, pp. 532 à 549, spec. P. 543.

10/ L'expression est empruntée à Jhering, célèbre juriste allemand de la fin du XIX siècle

9. See Jacques Audier, "L'application de l'Accord sur les ADPIC par les membres de l'OMC (section 3: indications géographiques), Bull. OIV 1999 821-822, pp. 532 – 549, spec. p. 543

10. The expression is borrowed from Jhering, the famous late 19th century German jurist.

DE GRANDS CHANGEMENTS EN PERSPECTIVE DANS L'ÉLEVAGE DES CÉPAGES – GRÂCE AUX TECHNOLOGIES GÉNÉTIQUES

De Reinhard TÖPFER, Siebeldingen/ALLEMAGNE*

Depuis des décennies, la combinaison des propriétés de résistance contre les parasites – et notamment contre les parasites d'origine fongique – et de haute qualité du vin constituent le principal objectif de l'élevage traditionnel des cépages viticoles en Allemagne (voir également la Figure 1). Les cépages traditionnels (*Vitis vinifera*) ne possèdent aucune immunisation naturelle contre les parasites d'origine fongique, importés d'Amérique du Nord au cours de la deuxième moitié du siècle dernier, comme l'oïdium (*Uncinula necator*, 1845) et le mildiou (*Plasmopara viticola*, 1878). Ce n'est qu'au prix de nombreux croisements, réalisés au cours d'un travail d'élevage traditionnel de plusieurs décennies, que l'on a pu offrir aux viticulteurs, respectivement en 1994 et en 1996, deux cépages classés résistants contre les maladies cryptogamiques, à savoir le cépage blanc PHOENIX et le cépage rouge REGENT, qui résistent parfaitement sur le terrain contre les deux parasites d'origine fongique visés ci-dessus, ainsi que contre le champignon *Botrytis cinerea*, tout en fournissant un vin d'excellente qualité.

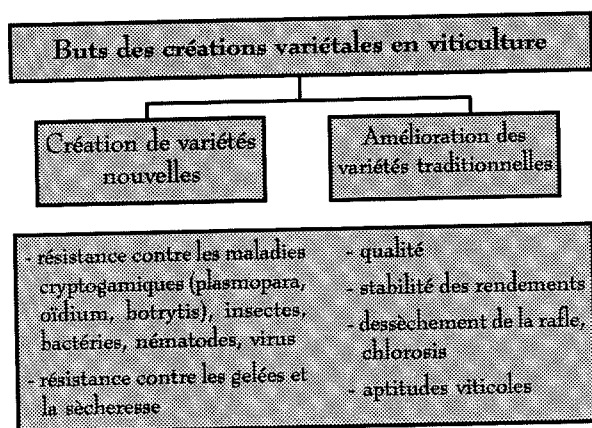


Figure 1: Objectifs de l'élevage des cépages viticoles

* Prof. Dr. Reinhard TÖPFER est Directeur de l'Institut für Rebenzüchtung Geilweilerhof, D-76833 Siebeldingen. Cet institut fait partie du Centre Fédéral de recherches génétiques pour plantes alimentaires

GENETIC ENGINEERING – NEW HORIZONS FOR GRAPEVINE BREEDING

Reinhard TÖPFER, Siebeldingen/Germany*

For decades, the main goal in conventional grapevine breeding in Germany (see fig.1) has been the combination of disease resistance, especially fungi and high wine quality. The traditional varieties of vines (*vitis vinifera*) have no natural resistance to Powdery Mildew (*Uncinula necator*, 1845) and Downy Mildew (*Plasmopara viticola*, 1878). These two fungi were brought to Europe from North America in the second half of the last century. It was not until many decades of conventional breeding that progress in hybridisation led to the classification in 1994 and 1996 of the first fungus resistant vines, the white wine variety PHOENIX and the red wine variety REGENT. At last wine growers had two vines at their disposal which not only are highly resistant to both the fungi named above but also to Grey-mold rot (*Botrytis cinerea*), in combination with good wine quality.

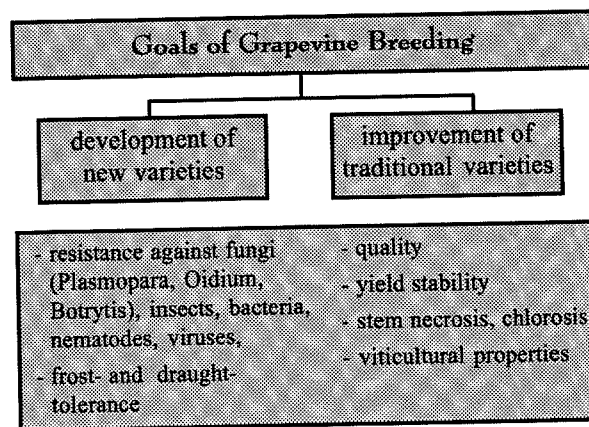


Fig. 1: Goals of Grapevine Breeding

* Prof. Dr. Reinhard TÖPFER is Director of the Institut für Rebenzüchtung Geilweilerhof, D-76833 Siebeldingen. This institute belongs to the Federal Centre of Breeding Research on Cultivated Plants.