

Rapport de synthèse

Question Q 158

La brevetabilité des méthodes commerciales

L'orientation de travail a exposé le contexte dans lequel cette question a été proposée à l'étude de l'AIPPI.

Le développement des technologies d'information et la reconnaissance de leur valeur, le mouvement en faveur de la brevetabilité des logiciels et le traité TRIPS qui prévoit la possibilité de breveter tout type d'invention relevant de la technologie, ont relancé l'intérêt de la question de la brevetabilité des méthodes et notamment, des méthodes pour faire des affaires ou des méthodes commerciales.

Ce mouvement se traduit notamment par la délivrance aux Etats-Unis de nombreux brevets relatifs à des méthodes commerciales.

Le sujet a rencontré un grand intérêt au sein de l'Association : 32 rapports des groupes nationaux ont été adressés au Rapporteur Général (Allemagne, Argentine, Australie, Belgique, Brésil, Bulgarie, Canada, Chili, Corée, République Tchèque, Danemark, Equateur, Espagne, Etats-Unis d'Amérique, Finlande, France, Hongrie, Irlande, Italie, Japon, Mexique, Paraguay, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Roumanie, Royaume-Uni, Singapour, Suède, Suisse, Thaïlande et Venezuela).

Les rapports des groupes, non seulement répondent de manière complète à l'orientation de travail, mais abordent de nouveaux aspects de la question.

Ainsi, le groupe japonais propose d'engager une discussion sur la définition de la notion de « technologie », enrichissant ainsi l'étude de la brevetabilité des méthodes commerciales.

Les rapports des groupes exposent les règles de droit applicables actuellement dans les pays et proposent généralement des orientations sur la protection par brevet des méthodes commerciales.

Il faut souligner que les rapports des groupes montrent qu'il s'agit d'un sujet controversé.

Aucune question n'a reçu une réponse unanime de la part des groupes nationaux.

Et de nombreuses réponses, comme par exemple celle relative à l'interprétation de l'article 27 du traité TRIPS et à son application aux méthodes commerciales, montrent des divergences d'interprétation très profondes.

Certains rapports reconnaissent même qu'aucune majorité, pour ou contre, de la brevetabilité des méthodes commerciales, n'a pu se dégager au sein du groupe national et que les réponses données sont donc équivoques.

1. Définition

Les groupes étaient invités à traiter cette question en considérant que le terme « méthodes commerciales » doit être compris dans le sens large, c'est-à-dire comme incluant non seulement les méthodes utilisées dans les contacts directs entre une entreprise et ses clients, mais également toutes les méthodes qui permettent à une entreprise de fonctionner, tant en interne, que dans les rapports avec ses fournisseurs ou avec les différentes administrations.

L'expression « méthodes commerciales » couvre donc toutes les méthodes pour faire des affaires, au sens large de cette expression, comme l'illustrent les brevets déjà délivrés aux Etats-Unis.

Les rapports, tout en approuvant cette définition, soulignent la nécessité d'opérer des distinctions entre différents types de méthodes en fonction de leur caractère immatériel ou technique.

Notamment, le groupe espagnol propose de faire une distinction entre les méthodes traduisibles en logiciels et les méthodes qui ne pourraient pas s'exprimer au travers d'un logiciel.

Et le groupe chilien propose d'affiner cette distinction et définit trois catégories de méthodes :

- des méthodes basées sur des idées abstraites ou générales,
- des méthodes consistant dans différentes séquences d'opérations qui peuvent être exprimées par un logiciel,
- et, des méthodes qui utilisent des moyens matériels de caractère industriel et qui résolvent des problèmes techniques intervenant dans l'activité industrielle.

Enfin, certains rapports observent que les termes habituellement utilisés dans les lois nationales relatives à la protection des inventions sont, en raison des changements économiques, d'application difficile.

Il s'agit des termes tels que : *industrie, technologie, invention* ou encore *technique*.

Les rapports des groupes japonais, chilien, espagnol et allemand contiennent des développements particulièrement intéressants à ce sujet.

2. L'état du droit dans les pays

Les groupes étaient invités à présenter l'état du Droit positif concernant la brevetabilité des méthodes commerciales, ainsi que l'étendue de leur protection.

Les groupes étaient également invités à faire connaître s'il existait dans leur pays d'autres modes de protection des méthodes commerciales que les brevets d'invention.

a) Une très grande majorité de groupes a indiqué que les législations nationales prévoient l'exclusion de la brevetabilité des méthodes commerciales.

Mais les motifs et le champ d'exclusion des méthodes commerciales de la brevetabilité varient sensiblement d'un pays à l'autre.

- Tout d'abord, il existe des pays dans lesquels les méthodes commerciales sont exclues de la brevetabilité en raison des dispositions de la Convention de Munich relative aux brevets européens.

Dans ces pays, l'exclusion ne porte que sur les méthodes commerciales « en tant que telles ».

Et selon les rapports des groupes, cette exclusion serait justifiée soit par l'absence de caractère technique de telles méthodes commerciales (cf. le *rapport des groupes allemand ou finlandais*), soit en raison de leur caractère abstrait (cf. le *rapport du groupe français*).

Le groupe belge considère que cette exclusion est fondée à la fois sur l'absence du caractère technique et sur le caractère abstrait de telles inventions, mais rappelle que cette exclusion est d'interprétation stricte.

- D'autres pays, bien que n'étant pas membres de la Convention sur le Brevet Européen, connaissent des exclusions explicites de la brevetabilité des méthodes commerciales en tant que telles ; c'est le cas du Brésil, de la République Tchèque, de la Bulgarie, du Chili, de la Hongrie.

- Le groupe argentin précise que l'exclusion de brevetabilité porte sur toutes les méthodes commerciales ; il s'agit donc d'une exclusion plus large que celle que connaissent les pays du brevet européen.

- Les groupes japonais, thaïlandais, mexicain et polonais indiquent que si aucune exclusion explicite de la brevetabilité des méthodes commerciales n'est prévue dans leur législation nationale, ces méthodes commerciales ne pourraient pas être brevetées car elles manqueraient de caractère technique.

Or, l'exigence du caractère technique d'une invention est nécessaire pour obtenir la délivrance d'un brevet dans ces pays.

- Les groupes canadien et suisse soulignent que la loi n'a pas prévu d'exclusion de brevetabilité de telles méthodes, mais citent des décisions de jurisprudence qui ont refusé d'admettre leur brevetabilité.

- Une situation toute particulière existe en Espagne.

En effet, il résulte du rapport du groupe espagnol, que jusqu'à la mise en conformité de la loi espagnole avec la Convention sur le Brevet Européen, les méthodes commerciales étaient brevetables en Espagne et qu'il existe encore de nombreux brevets couvrant des méthodes commerciales.

Mais depuis l'adhésion de l'Espagne au traité de Munich, les méthodes commerciales ne sont plus brevetables en Espagne, au moins en tant que telles.

- En revanche, certains groupes indiquent que des méthodes commerciales pourraient être brevetables dans leurs pays, car il n'existe pas d'exclusion spécifique de leur brevetabilité. C'est le cas de l'Australie et de Singapour.

Le groupe australien précise cependant que, s'il n'existe aucune exclusion légale de la brevetabilité des méthodes commerciales, la jurisprudence a établi des critères de brevetabilité des inventions qui semblent exclure les méthodes commerciales de la protection par brevet.

Mais dans la pratique, l'Office australien des brevets délivre des brevets couvrant les méthodes commerciales.

Cette question n'a pas encore été tranchée par la jurisprudence et il n'est donc pas certain que de telles méthodes puissent définitivement être considérées comme brevetables en Australie.

Le groupe de Singapour indique que la loi nationale connaissait jusqu'en décembre 1995, une exclusion de brevetabilité de méthodes pour faire des affaires, mais que cette exclusion a été supprimée en décembre 1995.

Dans ce contexte, le groupe de Singapour considère que les méthodes commerciales ne sont plus exclues de brevetabilité.

- Seul le rapport du groupe américain affirme que toutes les méthodes commerciales peuvent être brevetées dans son pays et qu'aucune exclusion de brevetabilité n'est prévue par la loi.

Et il indique que toutes ces méthodes peuvent être brevetées à condition qu'elles répondent aux critères habituels de brevetabilité : nouveauté et utilité, activité inventive et suffisance de description.

Le groupe américain souligne que l'acceptation de la brevetabilité des méthodes commerciales n'est pas nouvelle aux Etats-Unis, car la loi a toujours donné la possibilité de les protéger par des brevets d'invention, mais que l'accroissement soudain du nombre des brevets relatifs à de telles méthodes s'explique par les changements économiques et notamment l'apparition du commerce électronique.

Selon le rapport du groupe américain, les méthodes commerciales ne constituent pas une nouvelle catégorie d'invention, mais doivent être traitées de la même manière que les inventions de procédé.

On constate ainsi que, dans la très grande majorité des pays, les méthodes commerciales et notamment les méthodes commerciales en tant que telles, sont exclues de brevetabilité soit explicitement par des règles légales, soit implicitement.

Mais cette exclusion semble limitée aux méthodes en tant que telles ou prises en elles-mêmes et n'empêche pas la brevetabilité des méthodes commerciales dès lors qu'elles s'expriment dans une application à caractère technique et procurent un résultat technique.

b) Les groupes étaient également invités à se prononcer sur la possibilité de protéger des méthodes commerciales par d'autres moyens juridiques tels que le droit d'auteur, la concurrence déloyale ou le secret.

De nombreux rapports, tout en reconnaissant que certains aspects des méthodes commerciales pourraient bénéficier de cette protection, soulignent son caractère limité, car une telle protection ne pourrait porter que sur une expression formelle particulière et jamais sur le principe et les fonctionnalités de la méthode.

Cette position est exprimée par les rapports des groupes danois, espagnol, hongrois et britannique.

Le rapport du groupe néerlandais cite exhaustivement la jurisprudence nationale qui a refusé soit sur la base des règles relatives à la protection des créations artistiques, soit sur la base des règles relatives à l'action en concurrence déloyale et pour faute, la protection des créations pouvant être assimilées à des méthodes commerciales.

Le rapport néerlandais en déduit qu'il est particulièrement difficile dans la pratique, d'obtenir la protection des méthodes commerciales par le droit d'auteur et la concurrence déloyale.

Les rapports des groupes suédois et britannique soulignent également le rôle que joue dans la pratique le secret pour protéger les méthodes commerciales.

Mais le rapport britannique rappelle que le secret n'est pas un moyen permettant de garantir l'exclusivité de l'exploitation d'une méthode commerciale.

Ainsi, il apparaît que la majorité des groupes considère que les moyens de protection alternatifs tels que le droit d'auteur, la concurrence déloyale ou le secret, n'offrent pas une protection suffisante et efficace des méthodes commerciales ; seul le groupe vénézuélien semble être d'avis contraire.

c) Les groupes devaient enfin, dans l'hypothèse où des brevets couvrant des méthodes commerciales sont délivrés dans leur pays, indiquer si un traitement privilégié est réservé aux inventions relatives à l'application des méthodes commerciales sur Internet.

Seul le groupe australien considère que les méthodes commerciales applicables sur Internet bénéficieront de la présomption de la technicité de l'invention, ce qui facilitera l'obtention d'un brevet d'invention.

Mais le groupe américain, pays dans lequel les méthodes commerciales sont brevetables, constate qu'il n'y a aucune différence de traitement entre les méthodes commerciales applicables sur Internet et d'autres méthodes commerciales en ce qui concerne leur brevetabilité.

Ainsi, il apparaît qu'aucun traitement particulier n'est réservé aux méthodes commerciales applicables sur Internet par rapport à d'autres méthodes commerciales pour déterminer si de telles méthodes peuvent être protégées par brevet.

d) Les groupes étaient également invités à indiquer si, dans la pratique, les tribunaux ont réservé un traitement différent aux brevets couvrant des méthodes commerciales par rapport aux brevets relatifs à d'autres types d'inventions.

En raison du fait que les brevets couvrant des méthodes commerciales n'ont été effectivement utilisés dans le cadre de procédures judiciaires qu'aux Etats-Unis, seul le rapport du groupe américain peut être pris en considération pour répondre à cette question.

Le groupe américain expose que les tribunaux n'ont jamais fait de distinction entre la protection des méthodes commerciales et la protection d'autres procédés par les brevets d'invention.

Cela confirme que les méthodes commerciales, comprises comme des procédés, sont protégées exactement de la même manière que des procédés industriels traditionnels.

Tel est l'état de droit positif dans les pays dont les groupes ont répondu à l'orientation de travail.

3. L'opinion des groupes : l'avenir de la brevetabilité des méthodes commerciales

Dans cette partie de l'orientation de travail, les groupes étaient invités à exprimer leur opinion sur l'opportunité de protéger les méthodes commerciales par les brevets d'invention et sur les conditions et l'étendue de cette protection.

Enfin, les groupes étaient également invités à présenter des commentaires sur tout autre aspect du problème de la brevetabilité des méthodes commerciales qui n'aurait pas été abordé directement ou indirectement par l'orientation de travail.

a) Les groupes étaient invités à répondre à la question de savoir si la brevetabilité des méthodes commerciales est souhaitable.

Les réponses à cette question de principe sont très divergentes.

Même les groupes qui ne sont pas hostiles à la brevetabilité des méthodes commerciales soulignent la complexité du problème.

Le groupe allemand qui semble très attaché à la limitation de l'octroi des brevets aux seules inventions à caractère technique, souligne que la brevetabilité des méthodes commerciales et notamment des méthodes de gestion et d'organisation signifierait une rupture très nette avec la tradition du droit des brevets.

Le groupe canadien considère qu'une méthode, pour être brevetable, doit conduire à un changement matériel, mais ajoute que cette exigence est remplie en ce qui concerne les

méthodes utilisant les ordinateurs car le changement dans la structure des données informatiques suffit à remplir cette condition.

Mais certains groupes reconnaissent également que la brevetabilité des méthodes commerciales correspondrait à l'évolution de l'économie et qu'une nouvelle méthode commerciale peut, si elle remplit des conditions de brevetabilité habituelles, constituer une invention brevetable.

C'est l'avis notamment des groupes italien, suédois, argentin, australien, irlandais, mexicain, roumain, portugais, suisse et britannique.

- Certains groupes acceptent la brevetabilité des méthodes commerciales, mais à condition que de telles méthodes présentent un caractère technique et relèvent de la technologie comprise au sens traditionnel du mot, c'est-à-dire de la science et de la technique.

Telle est l'opinion des groupes japonais, français, finlandais, tchèque, brésilien et allemand.

- Le rapport du groupe hongrois indique qu'aucune opinion majoritaire n'a pu se dégager au sein du groupe.

- Et le rapport du groupe espagnol, qui bénéficie de la tradition de la protection des méthodes commerciales existant en Espagne avant l'application de la Convention sur le brevet européen, indique qu'il s'agit d'une question particulièrement difficile et propose d'exclure de la brevetabilité les méthodes abstraites, c'est-à-dire des méthodes en tant que telles, et admettre la brevetabilité seulement des méthodes qui peuvent être traduites sous forme d'un logiciel.

Les rapports des groupes chilien, espagnol et néerlandais contiennent de très longs développements démontrant les effets négatifs que risque de provoquer la brevetabilité des méthodes commerciales en tant que telles.

Il s'agit, selon ces rapports, d'une entrave à la concurrence qui est disproportionnée par rapport à l'incitation au progrès que constituent des brevets délivrés pour couvrir les méthodes commerciales. C'est en outre, selon ces mêmes rapports, un facteur d'insécurité compte tenu du caractère très abstrait de telles méthodes.

Enfin, le rapport néerlandais souligne également que l'octroi des brevets d'invention pour des créations abstraites risque de faire sauter les frontières qui existent entre différents droits de propriété industrielle et exprime la crainte de voir comme prochaine étape, la protection de telles méthodes par les marques de fabrique ou de commerce.

- Mais d'autres rapports reconnaissent également que la brevetabilité des méthodes commerciales, même en tant que telles, peut jouer un rôle d'incitation au progrès et correspond à une nouvelle forme de développement économique.

C'est précisément l'opinion des groupes italien, britannique et australien.

- Le groupe américain, pays dans lequel toutes les méthodes commerciales sont brevetables, ne voit aucun effet négatif à cette brevetabilité.

Ainsi, on constate qu'il existe une grande divergence d'opinions au sujet de l'opportunité de breveter des méthodes commerciales, notamment des méthodes en tant que telles.

Mais il semble que si de telles méthodes avaient un caractère technique, leur brevetabilité ne soulèverait plus de difficultés.

Se pose cependant la question de ce qu'il faut entendre par le caractère technique d'une méthode :

- le mot « technique » doit-il être toujours compris dans le sens traditionnel, c'est-à-dire comme étant lié à la science et à la technologie, ou faut-il le comprendre dans le sens beaucoup plus large comme couvrant tous les moyens procurant un résultat indépendamment du domaine de leur application et de la nature du résultat, c'est à dire comme un synonyme de l'utilité ?

b) Les groupes devaient également se prononcer sur l'articulation de l'éventuelle exclusion de brevetabilité des méthodes commerciales par rapport à l'article 27 du traité TRIPS qui pose le principe de l'octroi des brevets pour toutes les inventions relevant de la technologie.

Là encore, une grande divergence d'opinions apparaît.

- D'assez nombreux rapports de groupes interprètent l'expression « technologie » dans le sens large et considèrent que, dans ces conditions, l'exclusion des méthodes commerciales de brevetabilité est incompatible avec l'article 27 du traité TRIPS.

C'est l'opinion des groupes italien, américain, roumain, irlandais, mexicain, argentin, australien, bulgare et tchèque.

- Mais en revanche, les groupes canadien, finlandais, brésilien, français, polonais, danois, belge, chilien, suédois suisse et singapourien considèrent qu'une telle exclusion ne se heurterait pas aux dispositions de l'article 27 du traité TRIPS ; ces groupes considèrent en effet que le mot « technologie » exige que les inventions aient un caractère technique pour être brevetables et que, dans ces conditions, l'exclusion de brevetabilité des méthodes commerciales en tant que telles n'est pas contraire au traité TRIPS.

- Les rapports des groupes allemand, japonais, britannique, hongrois, portugais et néerlandais soulignent les difficultés de l'interprétation du traité TRIPS et indiquent qu'aucune opinion définitive ne peut être formulée à ce sujet.

Le groupe japonais propose que la définition du mot « technologie » soit donnée par l'AIPPI. pour surmonter cette difficulté d'interprétation.

Il appartiendra à la Commission de se prononcer sur l'opportunité de proposer une définition de cette expression et d'exprimer en conséquence une opinion sur l'application de

l'article 27 du traité TRIPS pour décider de la brevetabilité (ou de l'exclusion de la brevetabilité) des méthodes commerciales.

c) Les groupes devaient indiquer, dans l'hypothèse où les méthodes commerciales seraient brevetables même en tant que telles, si elles devraient être traitées, du point de vue du droit des brevets, de la même manière que d'autres inventions.

De manière générale, les groupes ne voient aucune raison pour différencier le statut des méthodes commerciales d'autres inventions brevetables, si ces méthodes commerciales devaient bénéficier de la protection par brevet.

Le groupe brésilien considère néanmoins que cette question nécessite une étude particulière et propose l'introduction d'une période transitoire permettant d'apprécier de façon concrète comment de telles méthodes devraient être protégées avant d'établir les règles définitives relatives à leur régime de protection par les brevets.

Cette quasi unanimité exprime l'idée, déjà affirmée par l'AIPPI, pour d'autres catégories d'inventions, que toutes les inventions brevetables doivent être traitées de la même manière tant en ce qui concerne les conditions de brevetabilité, qu'en ce qui concerne l'étendue de la protection.

d) En raison du rôle croissant d'Internet dans les économies contemporaines, les groupes étaient invités à se prononcer sur l'impact que peut avoir sur le plan de la brevetabilité des inventions, le fait d'adapter sur Internet une méthode commerciale connue.

Les groupes répondent que l'appréciation de la brevetabilité doit être soumise aux règles traditionnelles :

- nouveauté, activité inventive, application industrielle (utilité)

et qu'il n'y a aucune raison de traiter de manière plus favorable les inventions mises en œuvre par Internet.

Le groupe australien indique très clairement que l'implantation d'une méthode commerciale sur Internet ne doit pas être considérée en elle-même comme un indice d'activité inventive.

Mais une opinion contraire est exprimée par le groupe brésilien qui considère que l'application sur Internet peut, dans certaines hypothèses, être un élément d'activité inventive et doit être examinée au cas par cas.

e) Les groupes étaient invités à donner leur opinion sur l'étendue de la protection conférée par les brevets délivrés pour couvrir les méthodes commerciales.

Cette question concerne tant l'appréciation de la contrefaçon et notamment l'application de la théorie de l'équivalence, que l'évaluation des dommages-intérêts et la charge de la preuve.

- Là encore, la majorité des groupes considère qu'en ce qui concerne l'étendue de la protection, il n'existe aucune raison pertinente pour accorder aux méthodes commerciales une protection différente de celle dont bénéficient d'autres inventions brevetables.

Cette position concerne tant l'appréciation de la contrefaçon, que l'étendue de la protection.

Le groupe américain souligne que, si dans les affaires qui ont déjà été examinées par les tribunaux, la question de l'équivalence ne s'est pas posée, il n'existe aucune raison qui empêcherait les tribunaux saisis de l'action en contrefaçon d'un brevet relatif à une méthode commerciale, d'appliquer la théorie de l'équivalence.

Une telle opinion est exprimée également par les groupes australien, brésilien, néerlandais, portugais, britannique et français.

- Certains rapports considèrent que, contrairement aux brevets de procédés industriels, la protection doit être limitée à la méthode elle-même et qu'un tel brevet ne devrait pas s'étendre aux produits ou services commercialisés à partir de la méthode brevetée.

Le groupe allemand considère que la protection doit se limiter à la méthode et que les produits ou services n'ont pas à bénéficier de la protection que confère le brevet d'invention.

Tel est également l'avis des groupes néerlandais, hongrois, portugais et français.

Le groupe français souligne que le lien qui existe entre la méthode brevetée et les produits ou services commercialisés par cette méthode est trop indirect pour que la solution retenue en matière de brevet de procédé puisse être appliquée.

- Mais une position contraire est exprimée notamment par les rapports des groupes américain, irlandais, brésilien, suédois ou encore italien.

Le groupe britannique propose également que cette protection s'étende aux produits ou services directement commercialisés par une telle méthode.

Une opinion similaire est exprimée par les groupes australien et finlandais qui acceptent la protection des produits ou services mis sur le marché grâce à des méthodes commerciales à condition que ces produits ou services fassent partie de l'invention.

- La question de l'appréciation de l'étendue de protection conférée par un brevet de méthode commerciale débouche sur le problème de l'appréciation et de la réparation du préjudice en cas de contrefaçon.

Les groupes considèrent de manière quasi unanime que ce sont les règles traditionnelles en matière de la réparation du préjudice qui doivent s'appliquer pour les brevets couvrant des méthodes commerciales.

C'est l'opinion notamment des groupes japonais, allemand, américain, irlandais, britannique, italien, chilien ou encore mexicain.

Mais le groupe roumain considère que les inventions consistant dans des méthodes commerciales posent des problèmes spécifiques et qu'il est nécessaire d'étudier plus particulièrement la question de l'appréciation du préjudice en cas de contrefaçon de tels brevets.

A cette interrogation, le rapport néerlandais répond que, dans tous les cas de figure qui ont pu être examinés par les membres du groupe, les règles traditionnelles relatives à la réparation du préjudice résultant des actes de contrefaçon peuvent s'appliquer.

Il apparaît ainsi qu'il n'y a aucune raison majeure pour modifier les règles d'appréciation du préjudice causé par des actes de contrefaçon de brevets couvrant des méthodes commerciales.

f) Les groupes étaient également invités à s'interroger si pour des brevets de méthodes commerciales, il serait ou non possible de renverser la charge de la preuve, le traité TRIPS ayant prévu un tel renversement des brevets de procédé.

Les groupes sont restés très divisés sur ce sujet.

De nombreux rapports indiquent que, pour conférer à de tels brevets leur efficacité, compte tenu de la difficulté pour obtenir la preuve de la contrefaçon des méthodes commerciales, ce renversement de la charge de la preuve est nécessaire.

C'est la position des groupes français, américain, roumain, argentin, portugais, paraguayen, thaïlandais, suédois, australien, finlandais, italien, irlandais, japonais, brésilien et espagnol.

Mais le groupe britannique observe qu'il sera très difficile de remplir en pratique les conditions très restrictives de l'article 34 du traité TRIPS prévoyant le renversement de la charge de la preuve si les conditions de cet article, et notamment l'exigence d'obtention d'un produit, sont d'interprétation stricte.

La même opinion est exprimée par les groupes belge, hongrois, néerlandais et mexicain.

Ainsi, la question qui se pose est celle de savoir si les conditions de l'article 34 du traité TRIPS doivent être interprétées de manière stricte, ce qui pourrait impliquer leur application aux brevets couvrant des méthodes commerciales, ou si cette interprétation doit être opérée de manière très libérale.

Si le traité TRIPS était interprété de manière stricte, il semble qu'une modification de ses dispositions soit nécessaire pour permettre l'application du principe du renversement de la charge de la preuve couvrant des méthodes commerciales.

g) Les groupes étaient enfin invités à soumettre toutes autres observations ou commentaires utiles pour l'étude de cette question.

Les réponses et les suggestions des groupes sont très variées.

- Le groupe australien souligne les difficultés pratiques d'examen de brevetabilité de telles inventions et la nécessité de former des examinateurs.

La même opinion est exprimée par le groupe danois qui considère que les méthodes commerciales constituent un nouveau domaine de brevetabilité ; il sera très difficile aux Offices des Brevets d'évaluer correctement si les conditions de brevetabilité sont remplies.

- D'autres groupes soulignent la difficulté que présente la mise en œuvre des brevets concernant les méthodes commerciales dans le cadre d'Internet en raison du caractère mondial de ces réseaux de transmission d'informations.

C'est l'observation formulée notamment par le groupe finlandais.

- Le groupe australien observe que peut se poser la question de la responsabilité des fournisseurs d'accès à Internet. Il propose que cette responsabilité pour les actes de contrefaçon de brevets ne soit pas engagée.

- De manière plus fondamentale, le groupe britannique observe que la brevetabilité des méthodes commerciales, qu'il approuve par ailleurs, conduira très vraisemblablement à la modification de la définition de l'industrie et de la technique.

Cela démontre la nécessité d'étudier de manière très approfondie la question de la protection des créations immatérielles et de telles études sont appelées de leurs vœux par les groupes portugais, bulgare, brésilien ou chilien.

L'AIPPI devra donc se prononcer sur la question de savoir si le Droit de la Propriété Industrielle est prêt à franchir le pas de la brevetabilité des méthodes commerciales ou si l'étude de cette question devrait continuer, au moins pour certains aspects.