



Boom des dépôts de marques dans plusieurs secteurs clefs

[30/07/10 - 18H48 - Les Echos - actualisé à 19:08:32]

Sur le même sujet

Evolution des dépôts de marques, l'étude Nomen

CLAUDE BARJONET, Les Echos

Des décennies durant, l'activité dans le papier-carton constituait un des meilleurs indicateurs avancés de la conjoncture. Compte tenu de l'importance acquise par les biens immatériels dans l'économie, de nombreux chercheurs préfèrent aujourd'hui lire les augures dans des signes peut-être moins palpables que l'évolution en volume des commandes en papier d'emballage, mais tout aussi parlants, voire plus. Ainsi des dépôts de marques. Fondateur en 1981 de Nomen, un cabinet de conseil en marques et identités qui a, entre autres, trouvé les noms Altadis, Vivendi, PriceMinister ou Pôle Emploi, Marcel Botton souligne qu'ils « *anticipent les nouveaux produits et services à venir sur le marché* ». Leur nombre témoigne donc de la confiance, ou non, des acteurs économiques dans l'activité future.

Or, à en croire les résultats de la dernière étude menée par ses services sur les dépôts de marques françaises (hors renouvellement de marques déposées antérieurement) répertoriés par la base de données Edital, le moral des entrepreneurs repart en flèche. Ainsi, au deuxième trimestre 2010, 23.890 marques françaises ont été déposées, soit 23,2 % de plus qu'entre avril et juin 2009. Une hausse « *inhabituellement élevée*, soulignent les auteurs de l'étude, *en rupture avec les progressions moyennes observées depuis 2006 (comprises entre 4,5 % et 6 %)* », et qui confirme une tendance déjà notable au premier trimestre.

Deuxième bonne nouvelle : ce boom concerne des secteurs clefs de l'économie. Par rapport au deuxième trimestre 2009, le nombre de marques déposées d'avril à juin a bondi de 37,5 % dans l'habillement, de 34,6 % dans l'automobile, ou de plus de 25 % dans l'industrie alimentaire et les boissons. Et le secteur des services financiers et immobiliers redresse nettement la tête : après avoir chuté de 8,3 % sur un an au deuxième trimestre 2009, il a augmenté de 12,2 % ses dépôts de marques au deuxième trimestre 2010, retrouvant le rythme de progression qui était le sien en 2008.

Précurseur de la prochaine mise sur le marché de nouveaux produits et services, ce boom des dépôts fait d'ores et déjà un heureux : le secteur du conseil en création et stratégie de marques, puisque, avec les équipes de marketing des entreprises clientes, il travaille très en amont des lancements effectifs. Ainsi de Nomen et de sa trentaine de salariés : « *Notre chiffre d'affaires était tombé à 4,6 millions d'euros en 2009 contre 5,6 millions en 2008, mais au premier semestre 2010 notre activité a rebondi de 63 % par rapport aux six premiers mois de 2009* », se réjouit Marcel Botton, constatant que « *l'évolution de notre propre activité confirme les résultats de notre étude* ».

[Réagir à cet article](#)