



EVOLUTION DES DEPOTS DE MARQUES

Septembre 2009

RESUME

Le « baby-krach » des marques

Le nombre de dépôts de marques, d'ordinaire en constante hausse, est aujourd'hui en baisse¹. Un phénomène que l'on n'avait pas observé depuis 2003 et qui préfigure pour les années à venir un « baby-krach » des créations de marques semblable à celui de la crise de la bulle internet au début des années 2000. Une tendance qui ne touche pas seulement la France, comme le pointe le rapport annuel de la WIPO² qui envisage au niveau mondial une croissance réduite, voire nulle, du nombre de dépôts de marques pour les années à venir.

La baisse semble particulièrement toucher les dépôts de marques dans le secteur des services d'assurances, d'immobilier et de la finance (classe 36) et de la construction/BTP (classe 37), autrefois parmi les plus dynamiques. Les produits cosmétiques et d'hygiène (classe 3) et les véhicules et leurs composants (classe 12) apparaissent également plus vulnérables à la crise. Les dépôts de marques alimentaires et de boissons (classes 29, 30, 32 et 33), ainsi que les services de loisirs (classe 41) semblent quant à eux relativement épargnés pour l'instant.

Marcel Botton, spécialiste des marques, analyse les origines de ce phénomène : « En contexte de crise, les annonceurs lancent moins de nouveaux produits. Ils se recentrent sur des marques fortes et déjà existantes plutôt que d'en lancer de nouvelles. Un repli de circonstance, qui se ressent aussi dans le style des marques créées en ce moment, plus pragmatiques et rassurantes. Notre expérience nous a montré que les dépôts de marque sont un bon prédicteur à 6-12 mois de l'activité économique. Ils anticipent en effet les nouveaux produits à venir. En ce sens, nous avons des raisons de penser que le redressement économique industriel n'est pas tout à fait en ligne avec les indicateurs financiers. »

¹ Nombre de dépôts au premier semestre 2009 inférieur aux premiers semestres 2008 et 2007.

Source : Etude Nomen 1999-2009 (sur demande). Base de marques de l'INPI, marques françaises, communautaires et internationales en vigueur. Dernières mises à jour : août 2009.

² Rapport 2009 « World Intellectual Property Indicators » de la WIPO (World Intellectual Property Organization)

SOURCES

- Base de marques de l'INPI, Institut National de la Propriété Industrielle. Base des marques valides en France (registres français, communautaire et international désignant ou non la France). Base de données interrogée en août 2009, dernière mise à jour août 2009. Données indicatives.
- Base de marques Edital (vérification)

METHODE

Comparaison du nombre annuel de marques déposées en vigueur en août 2009. Le champ de l'étude couvre une période de 10 ans (de 1999 à 2009). En plus de dégager des tendances de long terme, cette échelle est pertinente au vu de la durée de vie d'un dépôt non renouvelé (10 ans). Les dépôts incluent les marques déposées en France, les marques communautaires (de facto en vigueur en France) et les marques dites internationales désignant ou non la France. Pour chiffrer la tendance de l'année 2009, le nombre de dépôts de janvier à juillet 2009 (7 mois) a été extrapolé à 12 mois.

Notes :

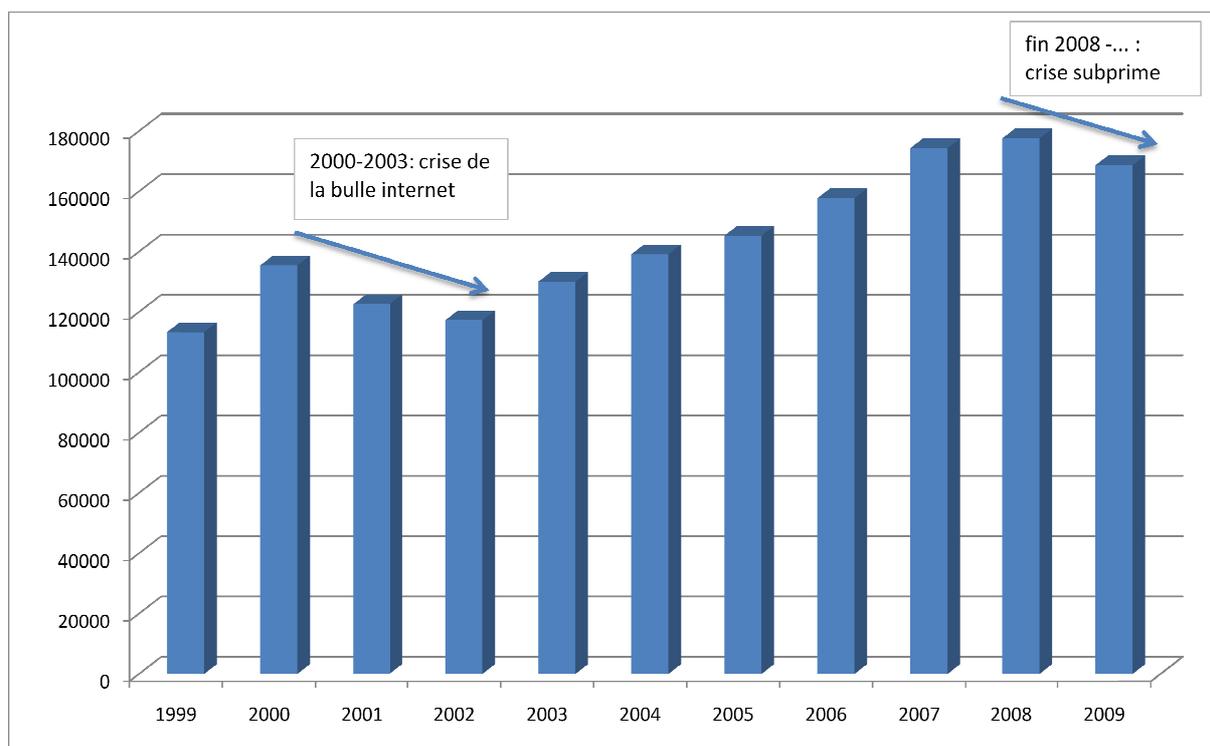
- Les données chiffrées sont fournies à titre indicatif (cf. site de l'INPI), et peuvent varier de manière sensible d'une mise à jour à l'autre. L'ordre de grandeur de cette variation par rapport à l'échantillon d'étude peut être considéré comme négligeable (env. 1/1000). Par ailleurs, les données issues de la base marque INPI sont sensiblement identiques aux données de la base marque Edital.
- Les données chiffrées mesurent les marques en vigueur. Elles incluent donc les nouveaux dépôts mais également les renouvellements de marques déposées antérieurement.

RESULTATS

Tableau 1 Nombre annuel de dépôts (marques françaises, communautaires, internationales)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Dépôts annuels	113325	135423	122528	117239	130001	139112	145253	157703	174319	177588	168632
Variation/ N-1		19,5%	-9,5%	-4,3%	10,9%	7,0%	4,4%	8,6%	10,5%	1,9%	-5,0%

Pour l'année 2009 : tendance, à partir du nombre de dépôts de janvier à juillet 2009



On observe une nette tendance à l'augmentation du nombre annuel de dépôts sur le long terme. On observe cependant en 2008 un léger fléchissement de ce rythme de croissance constant depuis 2002. Une tendance qui se confirme en 2009, avec une claire baisse du nombre de dépôts.

ANALYSE DETAILLÉE

Tableau 2 : Classes³ de produits et services étudiés

Classes étudiées	Numéro de classes
Boissons	30, 32
Industrie alimentaire	29, 30
Cosmétique/hygiène	3
Véhicules	12
Joallerie	14
Habillement	25
Jeux et matériel de loisirs	28
Services de loisirs et d'éducation	41
Services immobiliers, financiers ou d'assurance	38
Services de construction, rénovation, réparation	37
Services de télécommunication	38
Service de transport	39

³ Classe au sens de la classification de Nice : classification des produits et des services destinée à l'enregistrement des marques de produits ou de services.

Tableau 3 Nombre annuel de dépôts dans chacune des classes (marques française, communautaire, internationale), 2005-2009

Nombre de dépôts	2005	2006	2007	2008	2009 (Trend)
Boissons	12068	12628	14085	14189	14153
Industrie alimentaire	14628	15123	16460	16338	16898
Cosmétique/hygiène	13471	14417	16092	15992	14362
Véhicules	5705	6398	6897	7444	6605
Joallerie	6394	7121	8287	8209	7968
Habillement	19555	20810	23560	23296	23182
Jeux et matériel de loisirs	9090	9800	10799	10723	10581
Services de loisirs et d'éducation	31002	33878	37584	39124	40707
Services immobiliers, financiers ou d'assurance	11395	13630	16175	16266	15168
Services de construction, rénovation, réparation	9850	11464	13398	14360	13377
Services de télécommunication	19171	21170	22845	22946	23018
Service de transport	9356	10099	11612	12031	11493

Pour l'année 2009 : tendance, à partir du nombre de dépôts de janvier à juillet 2009

Tableau 4 Variation du nombre annuel de dépôts par rapport à l'année précédente dans chacune des classes (marques française, communautaire, internationale)

VARIATION /N-1	2006	2007	2008	2009
Boissons	-3,9%	1,0%	-1,1%	4,8%
Industrie alimentaire	-5,2%	-1,7%	-2,6%	8,5%
Cosmétique/hygiène	-1,5%	1,1%	-2,5%	-5,1%
Véhicules	3,6%	-2,7%	6,1%	-6,2%
Joallerie	2,8%	5,8%	-2,8%	2,1%
Habillement	-2,2%	2,7%	-3,0%	4,6%
Jeux et matériel de loisirs	-0,8%	-0,3%	-2,6%	3,7%
Services de loisirs et d'éducation	0,7%	0,4%	2,2%	9,1%
Services immobiliers, financiers ou d'assurance	11,0%	8,1%	-1,3%	-1,7%
Services de construction, rénovation, réparation	7,8%	6,3%	5,3%	-1,8%
Services de télécommunication	1,9%	-2,6%	-1,4%	5,4%
Service de transport	-0,6%	4,4%	1,7%	0,6%
Moyenne toutes classes	8,6%	10,5%	1,9%	-5,0%
