



# Chiffres clés 2009

Marques

## Sommaire

- Les sources statistiques
- Les marques en vigueur sur le territoire français
- La voie nationale
- La voie communautaire
- La voie internationale
- Annexes

Août 2010

## Les sources statistiques

### Les données de marques françaises

L'enregistrement d'une marque nationale est effectué auprès de l'INPI. Six semaines après le dépôt de la demande d'enregistrement, et si la marque est recevable, le dépôt est publié.

Les principales données statistiques disponibles pour la voie nationale sont des données de publication. Dans les comptages et les répartitions présentés, seules sont donc prises en compte les marques déposées pendant l'année et publiées. Depuis octobre 2008, le dépôt électronique de marque est possible : il représente déjà 34,5% des dépôts en 2009. Ainsi, en 2009, 72,4% des marques ont été déposées soit par l'intermédiaire du dépôt en ligne, soit avec l'aide du formulaire interactif.

Ces informations statistiques sont recueillies à partir des bases de données internes et de la base Edital de Questel. Il est à noter qu'étant données les mises à jour hebdomadaires de cette dernière base, les résultats publiés dans le présent document sont susceptibles d'évoluer en cours d'année et d'une année sur l'autre.

### Les données de marques communautaires

Le dépôt d'une demande d'enregistrement de marque communautaire peut se faire, depuis le 1er janvier 1996, auprès de l'OHMI (Office de l'harmonisation dans le marché intérieur, basé à Alicante).

L'OHMI publie chaque année des statistiques de dépôts et des statistiques d'enregistrements. Dans le présent document, ce sont les statistiques de dépôts qui sont utilisées.

Ces données ne sont donc pas tout à fait comparables aux données par la voie nationale qui sont des données de publication.

### Les données de marques internationales

La demande d'enregistrement international de marque par le système de Madrid s'effectue sur la base d'une marque nationale ou "régionale" de base. Le dépôt est présenté au Bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) par l'intermédiaire de l'office de la propriété industrielle du pays d'origine du déposant qui doit être contractant à l'Union de Madrid (Arrangement ou Protocole). Une fois l'enregistrement effectué par l'OMPI, après un contrôle formel, chaque office national désigné procède à l'examen et reçoit les éventuelles oppositions en fonction de sa législation.

Les seules données disponibles par la voie internationale sont les enregistrements. En effet, l'OMPI enregistre immédiatement les demandes d'extension, après un contrôle formel.

## Les marques en vigueur sur le territoire français

Estimer le nombre de marques en vigueur sur le territoire français au 31 décembre 2009 revient à estimer :

- pour la voie nationale et la voie communautaire, le nombre de marques enregistrées et n'ayant pas expiré à cette date,
- pour la voie internationale, le nombre de marques enregistrées désignant la France et n'ayant pas expiré à cette date.

Les estimations présentées dans le tableau ci-dessous sont effectuées à partir des bases de Questel.

### Estimations du nombre de marques en vigueur en France au 31.12.2008 et au 31.12.2009 – source Questel, traitement INPI/OPI mars 2010

	Marques en vigueur estimation au 31/12/2008	Marques en vigueur estimation au 31/12/2009
<b>Marques nationales</b>	900 000	912 000
<b>Marques communautaires</b>	549 000	512 000
<b>Marques internationales désignant la France</b>	219 000	207 000

## La voie nationale

### ▪ Evolution des dépôts

Environ six semaines après le dépôt à l'INPI, la marque est publiée si elle est recevable. Une marque contraire aux bonnes mœurs et à l'ordre public n'est pas publiable. Les marques non recevables sont les marques pour lesquelles le dossier présente un défaut de paiement de taxe, un défaut de désignation de produits ou services, un défaut de déposant, un défaut de modèle de marque. Si aucune demande d'opposition n'est déposée par un tiers dans les deux mois qui suivent la publication, la marque est enregistrée environ cinq mois après le dépôt, à condition de satisfaire à l'examen de fond et de forme. Dans le tableau ci-dessous, la première ligne correspond aux dépôts de marques reçus par l'INPI.

Toutefois, les autres données, ainsi que l'ensemble des tableaux et des répartitions présentés ci-après reposent sur les dépôts qui ont été publiés. Ces données de publication proviennent d'interrogations de la base Edital datant du mois de août 2010. Cette base étant mise à jour toutes les semaines, les données sont susceptibles d'évoluer au cours de l'année et d'une année sur l'autre.

La notion d'origine française ou étrangère du déposant repose sur la nationalité du premier déposant telle que mentionnée dans la demande.

Que ce soit pour l'obtention d'une marque française ou dans l'optique d'extensions internationales, la marque française reste incontournable pour les déposants français.

En 2009, 81 127 marques ont été déposées à l'INPI soit une augmentation de 9,7% par rapport à l'année précédente. Cette progression a été au premier et deuxième trimestre 2009 de respectivement 3,5% et 5,0% par rapport aux mêmes périodes de l'année 2008, pour atteindre 16,4% au troisième trimestre et 14,9% au dernier trimestre 2009.

Comme les années précédentes, plus de 95% de ces marques ont été déposées par des résidents français. Les principaux déposants de marque en 2009 sont des déposants réguliers tels que Sanofi-Aventis, ITM ou L'Oréal. Ils ont déposé des marques dans des ordres de grandeur identiques aux années précédentes. Mais, par nature, les dépôts de marque sont beaucoup moins concentrés que les dépôts de brevet : en 2009, les 52 premiers déposants de marques ne représentaient que 3,5% du total des marques déposées. Par ailleurs, la proportion de dépôts effectués par des personnes physiques peut être estimée autour de 20%. Ces éléments seront précisés lorsque les données définitives permettront d'établir le classement des principaux déposants de marques publiées.

La mise en place du statut d'auto-entrepreneur est un élément clé dans l'augmentation des dépôts de marque. En effet, en 2009, selon l'Insee, 320 019 demandes de création d'entreprises sous le régime d'auto-entrepreneur ont été enregistrées.

Une enquête<sup>1</sup> auprès des personnes appelant INPI DIRECT (le centre de relation clients de l'INPI) au sujet des marques nous montre que, sur 392 appels concernant le dépôt de marque, 79 appelants soit 20%, sont des auto-entrepreneurs.

<sup>1</sup> Cette enquête a été menée du 14 au 18 décembre 2009 auprès de 392 personnes appelant le centre de relation clients de l'INPI pour une question concernant le dépôt de marque.

Lors de cette enquête, les auto-entrepreneurs ont été interrogés sur leur motivation pour déposer une marque. La moitié d'entre eux cherchent à protéger le nom de leur société par un dépôt de marque. L'intérêt des auto-entrepreneurs pour le dépôt de marque s'explique probablement par le fait que, en l'absence d'inscription sur un registre (commerce, métiers), ils n'ont pas de signe distinctif appropriable : déposer une marque leur donne cette possibilité, même si dans la plupart des cas ils n'ont aucun besoin d'une exclusivité nationale.

Cependant, la mise en place du dépôt électronique de marque (DEM) joue également un rôle important dans l'augmentation du nombre de dépôts. Lors de l'enquête menée par INPI DIRECT, 102 appelants (concernant le dépôt de marque), soit 26%, ont indiqué qu'ils n'auraient pas déposé de marque si ils avaient dû se déplacer à l'INPI ou envoyer un courrier. Le dépôt de marque n'est donc pas toujours l'acquisition d'un droit de propriété industrielle par un acte mûrement réfléchi et après des recherches appropriées, ce qui reste la démarche des grandes entreprises et des services de PI. Le « petit » déposant a un comportement de consommateur de marque qui n'effectue qu'une recherche à l'identique et abandonne sa marque si il a un souci d'opposition.

### Evolution des premiers dépôts de marques par la voie nationale (dépôts publiés, hors renouvellements) - source INPI - Questel, 2010

Année de dépôt	2005	2006	2007	2008	2009	Evol. 08/09
Dépôts	68 484	71 125	74 411	73 956	81 127	9,7%
<b>Dépôts publiés</b>	<b>67 024</b>	<b>69 703</b>	<b>73 652</b>	<b>73 197</b>	<b>79 566</b>	<b>8,7%</b>
dont par des Français	63 628	66 594	70 574	70 216	76 606	9,1%
dont par des Français en %	94,9%	95,5%	95,8%	95,9%	96,3%	

## ▪ Les oppositions

Au cours de la procédure d'enregistrement d'une marque par la voie nationale, l'INPI n'examine pas d'office si la marque déposée porte atteinte à des droits antérieurs.

La procédure d'opposition permet au titulaire d'une marque déposée antérieurement de contester l'enregistrement d'une marque nationale dans les deux mois qui suivent la publication du dépôt.

En 2009, l'INPI a reçu 4.428 oppositions aux marques nationales. Le taux d'opposition, c'est-à-dire le rapport entre le nombre d'oppositions et le nombre de marques publiées, est stable depuis 2006.

### Le taux d'opposition aux marques nationales publiées - source : INPI/DMA, 2010

	2005	2006	2007	2008	2009
Oppositions	3 419	3 918	4 259	4 268	4 428
<b>Taux d'opposition</b>	<b>5,1%</b>	<b>5,6%</b>	<b>5,8%</b>	<b>5,8%</b>	<b>5,6%</b>

## ▪ Les renouvellements

L'enregistrement de la marque confère une protection de 10 ans à compter de la date de dépôt. La marque est indéfiniment renouvelable. Le tableau ci-dessous comptabilise le nombre de déclarations de renouvellements (ou demandes de renouvellements).

### Les déclarations de renouvellements de marques nationales

source INPI/DMA, 2010

	2005	2006	2007	2008	2009	Evol. 08/09
<b>Déclarations de renouvellements</b>	<b>25 824</b>	<b>26 227</b>	<b>28 811</b>	<b>34 211</b>	<b>33 220</b>	<b>-2,9%</b>

- **La répartition par classes des demandes d'enregistrement de marques nationales publiées**

Dans sa demande d'enregistrement de marque, le déposant doit désigner des produits et services selon la Classification de Nice (9e édition, cf. annexe 3) qui distingue 34 classes de produits et 11 classes de services. Une marque peut comporter des produits et services différents relevant de plusieurs classes. Dans les tableaux suivants, le total des désignations de classes est donc supérieur au total des dépôts. En 2009, les désignations concernent équitablement les classes de produits et les classes de services.

**Les classes les plus demandées en 2009 (hors renouvellements)**

Classe 35	27 996 désignations
Classe 41	26 698 désignations
Classe 42	16 575 désignations
Classe 38	14 651 désignations
Classe 16	14 491 désignations

**Les classes les moins demandées en 2009 (hors renouvellements)**

Classe 13	196 désignations
Classe 23	259 désignations
Classe 15	383 désignations
Classe 34	463 désignations
Classe 22	729 désignations

Le tableau ci-dessous propose une évolution des désignations selon des groupes de classes. Ces groupes ont été construits sur la base de critères de "proximité" entre les classes (qu'elles soient de produits ou de services) établis par l'INPI. Le détail des groupes est présenté en annexe 2.

### Evolution de la répartition des dépôts de marques nationales publiés par groupes de classes (hors renouvellements) - source Questel 2010, traitement INPI/OPI

Groupe de classes désignées	2006	2007	2008	2009	Evol. 08/09
<b>Produits chimiques</b>	3 416	3 945	3 860	3 848	-0,3%
<b>Pharmacie - Santé - Cosmétiques</b>	16 489	17 931	17 690	18 396	4,0%
<b>BTP - Infrastructure</b>	12 983	14 906	15 651	16 732	6,9%
<b>Loisirs - Education - Formation</b>	39 974	41 440	42 098	46 418	10,3%
<b>Recherche scientifique - Technologies de l'information et de la communication</b>	41 726	44 300	45 002	47 865	6,4%
<b>Transport - Logistique</b>	8 697	9 354	9 929	10 298	3,7%
<b>Equipement de la maison</b>	9 344	10 473	10 660	11 346	6,4%
<b>Textiles - Habillement et accessoires</b>	23 872	25 750	25 298	28 830	14,0%
<b>Produits et services agroalimentaires</b>	24 836	26 092	25 734	28 922	12,4%
<b>Services de gestion, communication, immobiliers et finances</b>	29 556	32 422	33 563	36 308	8,2%

Ce tableau ne permet pas d'expliquer des évolutions sectorielles puisqu'il s'appuie sur les désignations de produits et services effectuées par les déposants qui peuvent désigner plusieurs classes. Toutefois, il reflète l'évolution de certains marchés. On notera qu'en 2009, les groupes « Textiles - Habillement » et « Produits et services agroalimentaires » connaissent les plus fortes hausses. On notera l'intérêt moins marqué des déposants pour les classes du groupe « Produits chimiques ». Pour la ventilation détaillée par classe, cf. annexe 1.

#### ■ Les principaux déposants de marques nationales

La présente liste est établie à partir de l'ensemble des déposants indiqués dans les formulaires de dépôts. On compte un dépôt par déposant. La liste ne prend pas en compte les renouvellements et est constituée sur la base des marques déposées en 2009 et publiées. Les 52 premiers déposants représentent 3,5% du total des dépôts publiés.

## Principaux déposants de marques déposées en 2009 et publiées par la voie nationale (premiers dépôts) - source INPI/OPI 2009

Rang 2008	Rang 2009	Nom du déposant	Nationalité	Nombre
4	1	SANOFI AVENTIS	FR	124
3	2	SOCIETE FRANCAISE DU RADIOTELEPHONE SFR	FR	105
5	3	L OREAL	FR	89
15	4	ITM ENTREPRISES	FR	85
59	5	BRISTOL MYERS SQUIBB COMPANY	US	72
12	6	FRANCE TELECOM	FR	71
28	7	BIOFARMA	FR	66
7	8	PARFUMS CHRISTIAN DIOR	FR	64
46	9	BNP PARIBAS	FR	61
	10	IPSEN PHARMA	FR	60
11	11	LA POSTE	FR	58
	12	GDF SUEZ	FR	49
	12	JOLY	FR	49
15	14	GUERLAIN	FR	48
59	15	HERMES	FR	47
	16	FRANCE TELEVISIONS	FR	46
	17	CANAL+	FR	43
2	17	COMMUNICATION ET PROGRAMME INTERNATIONAL	FR	43
6	19	BONGRAIN	FR	41
22	19	ENDEMOL DEVELOPPEMENT	FR	41
17	21	BOUYGUES TELECOM	FR	38
77	21	LA FRANCAISE DES JEUX	FR	38
41	21	LANCOME PARFUMS ET BEAUTE	FR	38
65	21	MADAME JEANNE TIAN	FR	38
45	21	PARFUMS GIVENCHY	FR	38
8	21	SOCIETE NATIONALE DES CHEMINS DE FER FRANCAIS	FR	38
	27	FIAT	FR	37
70	27	SAMSUNG ELECTRONICS	KR	37
65	30	MADRANGE	FR	36
	30	SYNDICAT DES TRANSPORTS D ILE DE FRANCE	FR	36
37	32	DECATHLON	FR	34
	32	LOUISE ENTREPRISE	FR	34
	34	BANQUE POPULAIRE RIVES DE PARIS	FR	33
	34	DULAU PASCAL	FR	33
77	34	MAIF SOCIETE D ASSURANCE	FR	33
13	37	3 SUISSES INTERNATIONAL	FR	32
	37	AKZO NOBEL COATINGS INTERNATIONAL	NL	32
	37	COPMED ART MEDICA	FR	32
	37	FEW INTERACTIVE	FR	32
35	37	GEPARLYS	FR	32
88	42	AGIT PROD	FR	31
22	42	CAISSE NATIONALE DES CAISSES D EPARGNE ET DE PREVOYANCE	FR	31
74	42	DANIELLE ROCHES	FR	31
	42	FROMAGERIES BEL	FR	31
77	42	HASBRO	US	31
25	47	AUTOMOBILES CITROEN	FR	30
59	48	BOLLORE	FR	28
	48	FLEURY MICHON	FR	28
	48	FRANCOIS GILBERT	FR	28
46	48	I D VIN	FR	28
	48	METROPOLE TELEVISION	FR	28
	48	PHILIPPE VAILLANT ORGANISATION	FR	28
	48	SOCIETE NATIONALE DE RADIODIFFUSION RADIO FRANCE	FR	28

## La voie communautaire

On rappelle que la procédure communautaire confère une protection de dix ans, indéfiniment renouvelable, sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne. Toutes les données présentées sont des données de dépôts, de source OHMI.

### ▪ Evolution des dépôts communautaires

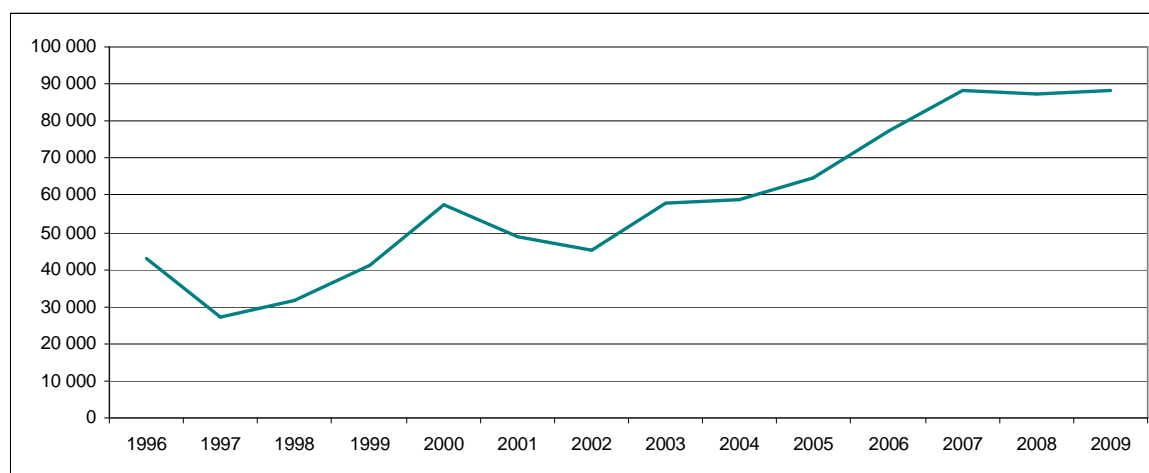
A l'OHMI, le nombre de marques communautaires déposées s'est maintenu en 2009 : après un recul de 1% entre 2007 et 2008, le niveau de 2007 a été rattrapé en 2009.

En mai 2009, l'OHMI a procédé à une importante baisse de ses tarifs de dépôts (environ 40%) : si cette baisse peut expliquer en grande partie les bons résultats globaux de la marque communautaire, cela ne permet pas d'expliquer les différences importantes entre les différents pays d'origine des dépôts de marque.

### Evolution des dépôts de marques communautaires - source OHMI (SC009), 2010

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Evol. 08/09
<b>Dépôts</b>	<b>58 975</b>	<b>64 791</b>	<b>77 460</b>	<b>88 250</b>	<b>87 327</b>	<b>88 191</b>	1,0%
Dont par des Français	4 483	4 403	5 296	6 005	6 042	6 589	9,1%
Dont par des Français en %	7,6%	6,8%	6,8%	6,8%	6,9%	7,5%	

### Evolution des dépôts de marques communautaires depuis 1996 source OHMI (SC009), 2010



## ▪ Origine des dépôts de marques communautaires

Les marques déposées par les Français ont augmenté de 9,1% en 2009. Cependant, avec 6 589 marques communautaires déposées, la France ne se situe qu'au 6<sup>ème</sup> rang des utilisateurs de la marque communautaire et est à l'origine de 7,5% des marques déposées.

L'année 2009 est très contrastée pour les différents pays qui utilisent la marque communautaire. Ainsi, comme pour la France, les dépôts en provenance de pays de l'Union européenne ont progressé (+4,6%), à l'exception du Royaume Uni (-5,3%). Les marques communautaires en provenance des Etats-Unis ont fortement diminué (- 11,9%), mais avec 11 340 marques communautaires déposées, les Américains restent les seconds utilisateurs de la marque communautaire, derrière l'Allemagne.

### Origine des dépôts communautaires - source OHMI (SC009)

	2008	2009
France	6 042	6 589
Allemagne	15 506	16 296
Royaume-Uni	8 480	8 028
Italie	7 215	7 333
Espagne	6 910	6 960
Pays-Bas	3 236	3 931
Autres pays UE (27)	13 578	14 608
<b>Total UE</b>	<b>60 967</b>	<b>63 745</b>

Etats-Unis	12 877	11 340
Suisse	2 800	2 653
Japon	2 081	2 062
Autres hors UE (27)	8 602	8 391
<b>Total Hors-UE</b>	<b>26 360</b>	<b>24 446</b>
<b>Total</b>	<b>87 327</b>	<b>88 191</b>

## ▪ Renouvellements de marques communautaires

En 2009, 16 650 renouvellements de marques communautaires ont été comptabilisés par l'OHMI.

Les premiers renouvellements de marques communautaires ont eu lieu en 2006 et ont concerné le nombre important de marques déposées en 1996.

### Evolution des renouvellements de la marque communautaire reçus à l'OHMI

source OHMI (SC009), 2010

	2006	2007	2008	2009
<b>Nombre de renouvellements</b>	25 435	13 122	14 388	16 650

## ▪ Les oppositions à la marque communautaire

La publication de la demande de marque communautaire ouvre droit à opposition par des tiers s'estimant atteints dans leurs droits. Le délai d'opposition est de trois mois.

### Evolution des oppositions à la marque communautaire reçues à l'OHMI

source OHMI (SC009), 2010

	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Nombre d'oppositions</b>	17 375	14 109	16 468	18 481	13 851

## ▪ Répartition par classes

### Les classes les plus demandées en 2009

<b>Classe 09</b>	22 187 désignations
<b>Classe 35</b>	21 463 désignations
<b>Classe 42</b>	15 234 désignations
<b>Classe 41</b>	14 589 désignations

### Les classes les plus demandées de 1996 à 2008

<b>Classe 09</b>	204 888 désignations
<b>Classe 42</b>	144 624 désignations
<b>Classe 35</b>	140 562 désignations
<b>Classe 16</b>	112 823 désignations

Le tableau ci-dessous propose une évolution des désignations selon des groupes de classes. Ces groupes ont été construits sur la base de critères de "proximité" entre les classes (qu'elles soient de produits ou de services) établis par l'INPI. Le détail des groupes est présenté en annexe 2.

### Répartition des dépôts de marques communautaires par groupes de classe - source OHMI (SC009), traitement INPI/OPI 2010

	2006	2007	2008	2009	Evol. 08/09
<b>Produits chimiques</b>	5 959	6 862	7 086	6 790	-4,2%
<b>Pharmacie - Santé - Cosmétiques</b>	21 513	25 004	25 249	24 954	-1,2%
<b>BTP - Infrastructure</b>	16 556	19 678	20 095	19 432	-3,3%
<b>Loisirs - Education - Formation</b>	28 268	33 107	32 365	32 646	0,9%
<b>Recherche scientifique - Technologies de l'information et de la communication</b>	42 108	49 457	49 791	48 374	-2,8%
<b>Transport - Logistique</b>	13 437	15 545	15 744	15 308	-2,8%
<b>Equipement de la maison</b>	14 256	15 894	16 366	16 820	2,8%
<b>Textiles - Habillement et accessoires</b>	24 522	28 469	27 783	28 562	2,8%
<b>Produits et services agroalimentaires</b>	23 174	26 682	26 210	27 861	6,3%
<b>Services de gestion, communication, immobiliers et finances</b>	22 943	28 285	28 104	27 792	-1,1%

## La voie internationale

La demande d'enregistrement international de marque par le système de Madrid s'effectue sur la base d'une marque nationale ou "régionale" de base. Le dépôt est présenté au Bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) par l'intermédiaire de l'office de la propriété industrielle du pays d'origine du déposant qui doit être contractant à l'Union de Madrid (Arrangement ou Protocole). Une fois l'enregistrement effectué par l'OMPI, après un contrôle formel, chaque office national désigné procède à l'examen et reçoit les éventuelles oppositions en fonction de sa législation.

Les données présentées ci-dessous sont extraites du supplément statistique annuel de la Gazette OMPI des marques internationales.

L'OMPI a enregistré une baisse de 16% des demandes d'enregistrement de marques internationales en 2009. Dans les statistiques publiées par l'OMPI, les demandes d'origine françaises ont baissé de 16,5%, les demandes allemandes de 13,6% mais les demandes dites en provenance de l'Union Européenne ont progressé de 3%. Cette progression de 3% concerne les demandes de marques internationales effectuées par l'intermédiaire de l'OHMI par des résidents de l'Union Européenne. La nationalité exacte des déposants n'est malheureusement pas disponible pour ces dépôts de marque qui représentent 10,5% du total des marques déposées à l'OMPI soit un peu plus que les marques de déposants français (3 523 marques, soit 10%). L'Allemagne est le principal pays utilisateur de la marque internationale avec 13,6% du total des demandes d'enregistrement de marques déposées auprès de l'OMPI (4 793 marques).

Après l'Allemagne, l'OHMI et la France, ce sont les déposants en provenance des Etats-Unis qui sont les 4<sup>èmes</sup> utilisateurs de la marque internationale avec 3 201 demandes (9,1% du total), soit une baisse de 13,1% par rapport à 2008.

### ▪ Evolution des enregistrements internationaux

#### Evolution des enregistrements de marques internationales - source OMPI, 2010

	2005	2006	2007	2008	2009	Evol. 08/09
<b>Evolution du total des enregistrements</b>	<b>33 169</b>	<b>37 224</b>	<b>38 471</b>	<b>40 985</b>	<b>35 925</b>	<b>-12,3%</b>
<i>dont par des Français</i>	<i>3 706</i>	<i>3 916</i>	<i>3 861</i>	<i>4 026</i>	<i>3 565</i>	<i>-11,5%</i>
Enregistrements désignant la France	8 587	7 495	6 115	5 769	4 510	-21,8%
<b>Renouvellements</b>	<b>7 496</b>	<b>15 205</b>	<b>17 478</b>	<b>19 472</b>	<b>19 234</b>	<b>-1,2%</b>
<i>dont par des Français</i>	<i>1 734</i>	<i>3 342</i>	<i>4 003</i>	<i>4 517</i>	<i>4 198</i>	<i>-7,1%</i>
Renouvellements désignant la France	4 522	8 389	9 115	9 965	9 618	-3,5%

- **Principales origines**

### Principales origines des enregistrements de marques internationales désignant la France en 2009 - source OMPI, 2010

Pays d'origine du déposant	Nombre d'enregistrements
Allemagne	751
Suisse	632
Chine	548
Benelux	440
Italie	357
Etats-Unis	278
Turquie	253
Fédération de Russie	211
Autriche	151
Japon	141
Espagne	126
République tchèque	99
Australie	84

- **Répartitions par groupes de classes**

### Répartition des désignations de la France par groupes de classe source OMPI, traitement INPI/OPI 2010

	2006	2007	2008	2009	Evol. 08/09
<b>Produits chimiques</b>	603	573	478	381	-20,3%
<b>Pharmacie - Santé -Cosmétiques</b>	1 887	1 856	1 680	1 306	-22,3%
<b>BTP - Infrastructure</b>	1 504	1 293	1 239	1 023	-17,4%
<b>Loisirs - Education - Formation</b>	1 893	1 625	1 413	1 152	-18,5%
<b>Recherche scientifique - Technologies de l'information et de la communication</b>	2 742	2 354	2 284	1 822	-20,2%
<b>Transport - Logistique</b>	1 181	1 076	963	814	-15,5%
<b>Equipement de la maison</b>	1 397	1 230	1 050	916	-12,8%
<b>Textiles - Habillement et accessoires</b>	2 645	2 416	2 041	1 583	-22,4%
<b>Produits et services agroalimentaires</b>	2 346	2 150	2 003	1 468	-26,7%
<b>Services de gestion, communication, immobiliers et finances</b>	1 403	1 374	1 338	1 018	-23,9%

## Annexe 1 – répartition par classes

Répartition par classes des marques déposées et publiées en 2009 par la <b>voie nationale</b> source Questel		Répartition par classes des marques déposées en 2009 par la <b>voie communautaire</b> - source OHMI		Répartition par classes des <b>enregistrements de marques internationales</b> désignant la France en 2009 - source OMPI	
	<b>1ers dépôts publiés</b>		<b>dépôts</b>		<b>désignations inscrites de la France</b>
CL01	1 761	CL01	3 935	CL01	229
CL02	1 025	CL02	1 306	CL02	83
CL03	6 545	CL03	7 635	CL03	443
CL04	1 062	CL04	1 549	CL04	69
CL05	4 681	CL05	8 625	CL05	507
CL06	2 590	CL06	4 345	CL06	240
CL07	1 924	CL07	5 740	CL07	340
CL08	945	CL08	2 048	CL08	99
CL09	13 015	CL09	22 187	CL09	861
CL10	1 826	CL10	4 606	CL10	183
CL11	3 667	CL11	5 946	CL11	339
CL12	2 359	CL12	4 126	CL12	256
CL13	196	CL13	315	CL13	11
CL14	4 523	CL14	3 610	CL14	204
CL15	383	CL15	328	CL15	18
CL16	14 491	CL16	11 442	CL16	429
CL17	1 265	CL17	2 340	CL17	138
CL18	5 524	CL18	6 346	CL18	304
CL19	2 941	CL19	3 440	CL19	224
CL20	3 988	CL20	4 779	CL20	288
CL21	2 746	CL21	4 047	CL21	190
CL22	729	CL22	821	CL22	54
CL23	259	CL23	294	CL23	25
CL24	3 583	CL24	3 101	CL24	177
CL25	11 722	CL25	11 695	CL25	669
CL26	1 145	CL26	868	CL26	51
CL27	882	CL27	1 043	CL27	49
CL28	4 650	CL28	5 972	CL28	227
CL29	5 012	CL29	5 522	CL29	288
CL30	6 008	CL30	6 519	CL30	380
CL31	3 024	CL31	2 979	CL31	157
CL32	3 668	CL32	4 422	CL32	238
CL33	4 708	CL33	4 195	CL33	201
CL34	463	CL34	784	CL34	50
CL35	27 996	CL35	21 463	CL35	791
CL36	8 312	CL36	6 329	CL36	227
CL37	6 965	CL37	6 325	CL37	298
CL38	14 651	CL38	7 739	CL38	253
CL39	6 015	CL39	5 442	CL39	218
CL40	2 971	CL40	2 982	CL40	123
CL41	26 698	CL41	14 589	CL41	467
CL42	16 575	CL42	15 234	CL42	580
CL43	6 502	CL43	4 224	CL43	204
CL44	5 344	CL44	4 088	CL44	173
CL45	3 624	CL45	3 214	CL45	128

## Annexe 2 - regroupements de classes

LE REGROUPEMENT DES CLASSES	Classes correspondantes
Produits chimiques	1;2;4
Pharmacie- Santé - Cosmétiques	3;5;10;44
BTP- Infrastructure	6;17;19;37;40
Loisirs - Education - Formation	13;15;16;28;41
Recherche scientifique - Technologies de l'information et de la communication	9;38;42;45
Transport - Logistique	7;12;39
Equipement de la maison	8;11;20;21
Textiles- Habillement et accessoires	14;18;22;23;24;25;26;27;34
Produits et services agroalimentaires	29;30;31;32;33;43
Services de gestion, communication, immobiliers et finances	35;36

## Annexe 3 – aperçu du contenu de la 9<sup>ème</sup> édition de la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques - source [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

### Liste des classes

**Classe 1** Produits chimiques destinés à l'industrie, aux sciences, à la photographie, ainsi qu'à l'agriculture, l'horticulture et la sylviculture; résines artificielles à l'état brut, matières plastiques à l'état brut; engrais pour les terres; compositions extinctrices; préparations pour la trempe et la soudure des métaux; produits chimiques destinés à conserver les aliments; matières tannantes; adhésifs (matières collantes) destinés à l'industrie.

**Classe 2** Couleurs, vernis, laques; préservatifs contre la rouille et contre la détérioration du bois; matières tinctoriales; mordants; résines naturelles à l'état brut; métaux en feuilles et en poudre pour peintres, décorateurs, imprimeurs et artistes.

**Classe 3** Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; dentifrices.

**Classe 4** Huiles et graisses industrielles; lubrifiants; produits pour absorber, arroser et lier la poussière; combustibles (y compris les essences pour moteurs) et matières éclairantes; bougies et mèches pour l'éclairage.

**Classe 5** Produits pharmaceutiques et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; substances diététiques à usage médical, aliments pour bébés; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; produits pour la destruction des animaux nuisibles; fongicides, herbicides.

**Classe 6** Métaux communs et leurs alliages; matériaux de construction métalliques; constructions transportables métalliques; matériaux métalliques pour les voies ferrées; câbles et fils métalliques non électriques; serrurerie et quincaillerie métalliques; tuyaux métalliques; coffres-forts; produits métalliques non compris dans d'autres classes; minerais.

**Classe 7** Machines et machines-outils; moteurs (à l'exception des moteurs pour véhicules terrestres); accouplements et organes de transmission (à l'exception de ceux pour véhicules terrestres); instruments agricoles autres que ceux actionnés manuellement; couveuses pour les oeufs.

**Classe 8** Outils et instruments à main entraînés manuellement; coutellerie, fourchettes et cuillers; armes blanches; rasoirs.

**Classe 9** Appareils et instruments scientifiques, nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de contrôle (inspection), de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande du courant électrique; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques; distributeurs automatiques et mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, machines à calculer, équipement pour le traitement de l'information et les ordinateurs; extincteurs.

**Classe 10** Appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires, membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture.

**Classe 11** Appareils d'éclairage, de chauffage, de production de vapeur, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau et installations sanitaires.

**Classe 12** Véhicules; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau.

**Classe 13** Armes à feu; munitions et projectiles; explosifs; feux d'artifice.

**Classe 14** Métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué non compris dans d'autres classes; joaillerie, bijouterie, pierres précieuses; horlogerie et instruments chronométriques.

**Classe 15** Instruments de musique.

**Classe 16** Papier, carton et produits en ces matières, non compris dans d'autres classes; produits de l'imprimerie; articles pour reliures; photographies; papeterie; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage; matériel pour les artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes); caractères d'imprimerie; clichés.

**Classe 17** Caoutchouc, gutta-percha, gomme, amiante, mica et produits en ces matières non compris dans d'autres classes; produits en matières plastiques mi-ouvrées; matières à calfeutrer, à étouper et à isoler; tuyaux flexibles non métalliques.

**Classe 18** Cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes; peaux d'animaux; malles et valises; parapluies, parasols et cannes; fouets et sellerie.

**Classe 19** Matériaux de construction non métalliques; tuyaux rigides non métalliques pour la construction; asphalte, poix et bitume; constructions transportables non métalliques; monuments non métalliques.

**Classe 20** Meubles, glaces (miroirs), cadres; produits, non compris dans d'autres classes, en bois, liège, roseau, jonc, osier, corne, os, ivoire, baleine, écaille, ambre, nacre, écume de mer, succédanés de toutes ces matières ou en matières plastiques.

**Classe 21** Ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine; peignes et éponges; brosses (à l'exception des pinceaux); matériaux pour la brosse; matériel de nettoyage; paille de fer; verre brut ou mi-ouvré (à l'exception du verre de construction); verrerie, porcelaine et faïence non comprises dans d'autres classes.

**Classe 22** Cordes, ficelles, filets, tentes, bâches, voiles, sacs (non compris dans d'autres classes); matières de rembourrage (à l'exception du caoutchouc ou des matières plastiques); matières textiles fibreuses brutes.

**Classe 23** Fils à usage textile.

**Classe 24** Tissus et produits textiles non compris dans d'autres classes; couvertures de lit et de table.

**Classe 25** Vêtements, chaussures, chapellerie.

**Classe 26** Dentelles et broderies, rubans et lacets; boutons, crochets et oeillets, épingles et aiguilles; fleurs artificielles.

**Classe 27** Tapis, paillasons, nattes, linoléum et autres revêtements de sols; tentures murales non en matières textiles.

**Classe 28** Jeux, jouets; articles de gymnastique et de sport non compris dans d'autres classes; décorations pour arbres de Noël.

**Classe 29** Viande, poisson, volaille et gibier; extraits de viande; fruits et légumes conservés, congelés, séchés et cuits; gelées, confitures, compotes; oeufs, lait et produits laitiers; huiles et graisses comestibles.

**Classe 30** Café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles; miel, sirop de mélasse; levure, poudre pour faire lever; sel, moutarde; vinaigre, sauces (condiments); épices; glace à rafraîchir.

**Classe 31** Produits agricoles, horticoles, forestiers et graines, non compris dans d'autres classes; animaux vivants; fruits et légumes frais; semences, plantes et fleurs naturelles; aliments pour les animaux; malt.

**Classe 32** Bières; eaux minérales et gazeuses et autres boissons non alcooliques; boissons de fruits et jus de fruits; sirops et autres préparations pour faire des boissons.

**Classe 33** Boissons alcooliques (à l'exception des bières).

**Classe 34** Tabac; articles pour fumeurs; allumettes.

**Classe 35** Publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau.

**Classe 36** Assurances; affaires financières; affaires monétaires; affaires immobilières.

**Classe 37** Construction; réparation; services d'installation.

**Classe 38** Télécommunications.

**Classe 39** Transport; emballage et entreposage de marchandises; organisation de voyages.

**Classe 40** Traitement de matériaux.

**Classe 41** Éducation; formation; divertissement; activités sportives et culturelles.

**Classe 42** Services scientifiques et technologiques ainsi que services de recherches et de conception y relatifs; services d'analyses et de recherches industrielles; conception et développement d'ordinateurs et de logiciels.

**Classe 43** Services de restauration (alimentation); hébergement temporaire.

**Classe 44** Services médicaux; services vétérinaires; soins d'hygiène et de beauté pour êtres humains ou pour animaux; services d'agriculture, d'horticulture et de sylviculture.

**Classe 45** Services juridiques; services de sécurité pour la protection des biens et des individus; services personnels et sociaux rendus par des tiers destinés à satisfaire les besoins des individus.