



# Chiffres clés 2006

## Marques

### Sommaire

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

Juin 2007

## 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 publications. Dans les comptages et les répartitions présentés, seules sont donc prises en compte les marques déposées pendant l'année et publiées. On estime à environ 2 à 3% le nombre de marques irrecevables à la publication.

Ces informations statistiques sont recueillies à partir de la base FMARK de Jouve. Il est à noter qu'étant donné les mises à jour hebdomadaires de cette base, les résultats publiés dans le présent document sont susceptibles d'évoluer en cours d'année et d'une année sur l'autre. Le cas échéant, les données des années antérieures sont donc mises à jour.

Les données présentées ci-après correspondent à une extraction de FMARK effectuée en mai 2007.

### Les données de marques communautaires

Le dépôt d'une marque par la voie 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

Le dépôt d'une marque par la voie internationale se fait auprès de l'Office national des pays contractants 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 des 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 31.12.2006 revient à estimer :

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

Les estimations présentées dans le tableau ci-dessous sont effectuées à partir des bases FMARK (marques nationales publiées), CTMARK (marques communautaires publiées) et TMINT (marques internationales enregistrées).

### Estimations du nombre de marques en vigueur en France au 31.12.2005 et au 31.12.2006 – source Jouve, traitement INPI/OPI mai 2007

	estimation pour 2005	estimation pour 2006
<b>Marques nationales</b>	827 000	850 000
<b>Marques communautaires</b>	391 000	436 000
<b>Marques internationales désignant la France</b>	233 000	228 000

## 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 FMARK datant du mois de mai 2007. 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. Le cas échéant, les données des années précédentes sont mises à jour.

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.

Le nombre de premiers dépôts publiés de marques françaises a progressé de plus de 45 % entre 1992 et 2006. Cette croissance est constante, seulement rompue par un pic de dépôts autour de l'an 2000. Ce pic a également été observé dans tous les grands pays et pour la marque communautaire. La reprise est avérée depuis l'année 2004.

La croissance du nombre de marques déposées à l'INPI est essentiellement portée par les déposants français : entre 1992 et 2006, le nombre de marques publiées par des Français a progressé de plus de 64 %. Avec l'arrivée de la marque communautaire en 1996, le nombre de déposants étrangers a fortement baissé, passant de 15 % du total en 1992 à seulement 4,4 % en 2006. Cette évolution s'explique par le fait que les déposants étrangers recourent davantage aux autres voies de dépôt pour protéger leurs marques sur le territoire français.

### Evolution des premiers dépôts de marques par la voie nationale (dépôts publiés, hors renouvellements)- source Jouve/FMARK, mai 2007, INPI/DMA pour les dépôts

Année de dépôt	2002	2003	2004	2005	2006	Evol 05/06
Dépôts	62 658	63 405	66 979	68 484	71 125	+ 3,9%
Dépôts publiés	61 664	61 602	65 571	66 962	69 679	+ 4,1%
dont par des Français	58 524	58 381	62 320	63 710	66 614	+ 4,6%
dont par des Français en %	94,9%	94,8%	95,0%	95,1%	95,6%	

## ▪ 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 2006, l'INPI a reçu 3 918 oppositions aux marques nationales, ce qui représente une nouvelle hausse après les diminutions enregistrées en 2003 et 2004. Le taux d'opposition, c'est-à-dire le rapport entre le nombre d'oppositions et le nombre de marques publiées, atteint de nouveau, avec 5,6%, le niveau de 2002.

### Le taux d'opposition aux marques nationales publiées - source : INPI/DMA, 2007

	2002	2003	2004	2005	2006
Oppositions	3 425	3 267	3 141	3 419	3 918
<b>Taux d'opposition</b>	<b>5,6%</b>	<b>5,3%</b>	<b>4,8%</b>	<b>5,1%</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 JOUVE/FMARK, mai 2007

	2002	2003	2004	2005	2006	Evol. 05/06
<b>Déclarations de renouvellements</b>	<b>20 537</b>	<b>21 266</b>	<b>22 355</b>	<b>25 346</b>	<b>25 588</b>	<b>+1,0%</b>
dont par des Français	15 073	15 651	16 582	19 122	19 991	+4,5%
dont par des Français en %	73,4%	73,6%	74,2%	75,4%	78,1%	

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

Dans sa demande 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 2006, 58,1% des désignations concernent des services. Les classes les plus demandées sont toutes des classes de services.

**Les classes les plus demandées en 2006 (hors renouvellements)**

Classe 35	22 761 désignations
Classe 41	22 035 désignations
Classe 42	21 838 désignations
Classe 43	18 572 désignations
Classe 44	17 457 désignations

**Les classes les moins demandées en 2006 (hors renouvellements)**

Classe 13	132 désignations
Classe 23	238 désignations
Classe 15	356 désignations
Classe 34	451 désignations
Classe 27	694 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 premiers dépôts publiés par groupes de classes (hors renouvellements) - source Jouve/FMARK mai 2007, traitement INPI/OPI

Groupe de classes désignées	2003	2004	2005	2006	Evol. 05/06
<b>Produits chimiques</b>	3 089	3 359	3 507	3 483	-0,7%
<b>Pharmacie - Santé - Cosmétiques</b>	14 608	28 136	28 403	29 845	+5,1%
<b>BTP - Infrastructure</b>	10 371	12 284	12 639	13 164	+4,2%
<b>Loisirs - Education - Formation</b>	35 160	38 906	39 860	40 245	+1,0%
<b>Recherche scientifique - Technologies de l'information et de la communication</b>	36 186	58 888	60 259	63 103	+4,7%
<b>Transports - logistique</b>	7 101	8 104	8 257	8 758	+6,1%
<b>Equipement de la maison</b>	8 034	9 799	9 537	9 458	-0,8%
<b>Textiles - Habillement et accessoires</b>	19 071	23 698	23 570	24 250	+2,9%
<b>Produits et services agroalimentaires</b>	23 441	37 181	37 446	38 473	+2,7%
<b>Services de gestion, communication, immobiliers et finances</b>	22 433	25 349	27 718	29 724	+7,2%

Ce tableau ne permet pas d'expliquer des évolutions sectorielles puisqu'il s'appuie sur les désignations de produits et services effectués par les déposants qui peuvent désigner plusieurs classes. Toutefois, il reflète l'évolution de certains marchés. On notera qu'en 2006, les groupes « Transports / Logistique » et « Pharmacie/ Santé/ Cosmétiques » connaissent les plus fortes hausses. On notera l'intérêt moins marqué des déposants pour les classes du groupe « Equipement de la maison » et « Produits chimiques », ce dernier groupe ayant connu une forte hausse l'année dernière. 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 2006 et publiées. Les 45 premiers déposants représentent 3,8% du total des dépôts publiés. Cette année, ce sont des entreprises pharmaceutiques qui sont à la tête du classement.

## Principaux déposants de marques déposées en 2006 et publiées par la voie nationale (1ers dépôts) - source INPI/OPI 2007

Rang 2005	Rang 2006	Nom du déposant	Nationalité	Nombre
4	1	SANOFI AVENTIS	FR	138
12	2	BIOFARMA	FR	128
2	3	COMMUNICATION ET PROGRAMME INTERNATIONAL	FR	117
5	4	L OREAL	FR	112
48	5	SOCIETE FRANCAISE DU RADIOTELEPHONE SFR	FR	105
9	6	FRANCE TELECOM	FR	83
6	7	ENDEMOL DEVELOPPEMENT	FR	77
	8	CAISSE NATIONALE DES CAISSES D EPARGNE ET DE PREVOYANCE	FR	76
7	9	PARFUMS CHRISTIAN DIOR	FR	73
23	10	GARBARZ DANI	FR	65
13	10	LA POSTE	FR	65
44	12	JUVA	FR	57
	13	SOCIETE GENERALE	FR	56
18	14	VIACOM INTERNATIONAL	US	55
3	15	BOUYGUES TELECOM	FR	51
	16	MOBIBASE	FR	49
	16	WAGRAM MUSIC	FR	49
53	18	CAISSE INTERFEDERALE DE CREDIT MUTUEL	FR	47
18	19	BNP PARIBAS	FR	46
16	20	CREDIT AGRICOLE	FR	45
	20	UN MONDE A DEUX	FR	45
26	22	BRISTOL MYERS SQUIBB COMPANY	US	44
	22	GROUPE SEB	FR	44
	24	AUCHAN	FR	43
	24	CLARINS	FR	43
8	26	BONGRAIN	FR	41
	26	GEPARLYS	FR	41
	26	GUERLAIN	FR	41
	26	HOLYMARK	FR	41
	26	PRODUCTEURS PLAIMONT UNION DE COOPERATIVES AGRICOLES	FR	41
	31	APICIUS COM	FR	40
33	31	LABORATOIRES DE BIOLOGIE VEGETALE YVES ROCHER	FR	40
	31	LANCOME PARFUMS ET BEAUTE & CIE	FR	40
	34	EURX LTD	GB	39
	35	CAISSE FEDERALE DU CREDIT MUTUEL CENTRE EST EUROPE	FR	38
	35	SAADA PATRICK	FR	38
	37	BIOGARAN	FR	37
53	38	ACCOR	FR	36
18	38	CASINO GUICHARD PERRACHON	FR	36
28	38	PARFUMS GIVENCHY	FR	36
	41	OSEO	FR	35
	41	THE COCA COLA COMPANY	US	35
	43	CADBURY FRANCE	FR	34
	43	JCDECAUX	FR	34
	43	RMC FRANCE	FR	34
	46	DIGITECHNIC	FR	33
	46	FLEURY MICHON	FR	33
	46	GAMELOFT	FR	33
11	46	ITM ENTREPRISES	FR	33
	46	NEUF TELECOM	FR	33
28	46	ORANGE FRANCE	FR	33
	46	PRISMA PRESSE	FR	33
	46	SOCIETE POUR L'EDITION RADIOPHONIQUE EDIRADIO	FR	33

## 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.

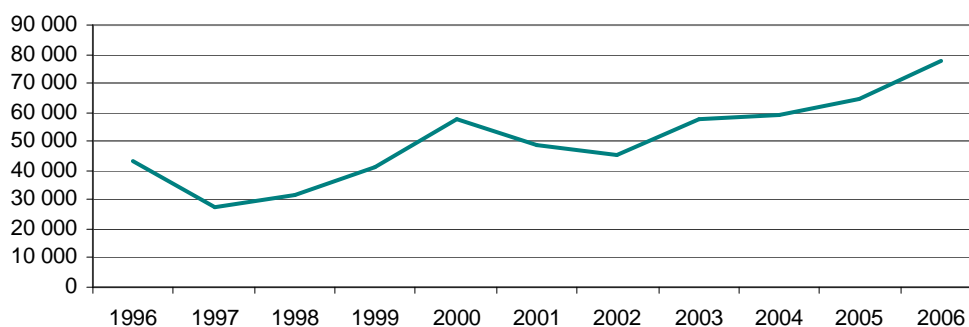
### ▪ Evolution des dépôts communautaires

La croissance forte observée en 2006 (+19,6 % par rapport à 2005) s'explique en grande partie par l'adhésion de la Communauté européenne au Protocole de Madrid : il est possible depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2004 de faire un dépôt communautaire sur la base d'un dépôt international. Cette « voie internationale » représente déjà 13,7 % des dépôts communautaires en 2006.

### Evolution des dépôts de marques communautaires - source OHMI (SC009) 04/02/07

	2002	2003	2004	2005	2006	Evol. 05/06
<b>Dépôts</b>	<b>45 228</b>	<b>57 694</b>	<b>58 975</b>	<b>64 791</b>	<b>77 460</b>	+19,6%
Dont par des Français	3 424	4 139	4 483	4 403	5 296	+20,3%
Dont par des Français en %	7,6%	7,2%	7,6%	6,8%	6,8%	

### Evolution des dépôts de marques communautaires depuis 1996 - source OHMI 2007



Le nombre plus élevé des dépôts de marques communautaires en 1996 s'explique par le fait qu'au moment de la mise en place de la procédure, certains déposants (notamment américains) ont déposé des demandes d'enregistrement en marques communautaires pour l'ensemble de leur portefeuille.

## ■ Origine des dépôts de marques communautaires

En ce qui concerne la marque communautaire, le nombre de dépôt par des Français progresse de manière quasi proportionnelle au nombre total de marques communautaires. En effet, malgré une forte augmentation des dépôts (+185% entre 1997 et 2006), la proportion de dépôt par des Français reste à peu près stable, autour de 6,8% du total des dépôts de marques communautaires. En 2006, plus de 28% des marques communautaires déposées par des Français sont des extensions d'une marque nationale.

Depuis la mise en place de la marque communautaire, la plus grande part des dépôts sont d'origine américaine : les Etats-Unis représentent 27% des dépôts en 1997, 21% en 2002 et 17,5% en 2004 et 2005. Ils sont, en effet, de grands utilisateurs de la voie communautaire dans la mesure où, n'étant, jusqu'en 2004, pas membres de l'Union de Madrid, ils ne pouvaient pas recourir à la voie internationale pour protéger leurs marques dans les pays européens. Les Etats-Unis ont adhéré au Protocole de Madrid le 2 novembre 2003. Ils semblent, cependant, avoir maintenu cette pratique en 2005 et 2006.

### Origine des dépôts communautaires - source OHMI 2002 à 2007

	2002	2003	2004	2005	2006
France*	3 424	4 139	4 483	4 403	5 291
Allemagne	7 113	9 370	9 627	9 938	13 584
Royaume-Uni	5 860	6 301	6 466	6 661	8 405
Espagne	3 759	5 690	5 435	5 758	6 300
Italie	3 719	4 855	4 816	4 697	6 203
Pays-Bas	1 055	2 191	2 074	1 836	2 828
Autres pays UE (25)			6 976	7 194	10 806
<b>Total UE</b>	<b>29 435</b>	<b>32 546</b>	<b>39 877</b>	<b>40 487</b>	<b>53 417</b>

Etats-Unis	9 602	11 083	10 164	10 253	12 699
Japon	1 098	1 530	1 147	1 330	1 735
Autres hors UE (25)			6 941	6 581	9 609
<b>Total Hors-UE</b>			<b>18 252</b>	<b>18 164</b>	<b>24 043</b>
<b>Total**</b>	<b>45 228</b>	<b>57 694</b>	<b>58 975</b>	<b>64 791</b>	<b>77 460</b>

\*La ligne « France » est complétée par des données transmises par l'OHMI (SSC018) avec mise à jour des années antérieures, alors que les autres lignes sont extraites tableaux annuels extraites du document SSC009...

\*\*... de ce fait, le total des lignes ne correspond pas au total car l'OHMI ne publie pas de mise à jour de ses répartitions par origine

## ■ Renouvellements de marques communautaires

L'OHMI a comptabilisé 24 896 renouvellements de marques communautaires en 2006 qui est la première année de renouvellements.

- **Les oppositions à la marques communautaire**

La publication de la demande de marque communautaire ouvre droit à opposition par des tiers s'estimant atteints dans leurs droits. La période d'opposition est de trois mois. Elle peut être prolongée, sur accord des deux parties, par tranches de deux mois. Cette période est appelée la "cooling off period".

**Evolution des oppositions à la marque communautaire reçues à l'OHMI -**  
source OHMI 04/02/07

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>Nombre d'oppositions</b>	9 802	9 939	10 721	17 373	14 105

- **Répartition par classes**

**Les classes les plus demandées en 2006**

<b>Classe 09</b>	20 388 désignations
<b>Classe 35</b>	16 533 désignations
<b>Classe 42</b>	13 656 désignations
<b>Classe 41</b>	11 702 désignations

**Les classes les plus demandées depuis 1996**

<b>Classe 09</b>	138 928 désignations
<b>Classe 42</b>	100 008 désignations
<b>Classe 35</b>	82 531 désignations
<b>Classe 16</b>	78 144 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 par groupes de classe - source OHMI, traitement INPI/OPI 2007

	2003	2004	2005	2006	Evol. 05/06
<b>Produits chimiques</b>	5 173	4 884	4 615	5 959	+29,1%
<b>Pharmacie - Santé - Cosmétiques</b>	16 290	16 823	16 460	21 513	+30,7%
<b>BTP - Infrastructure</b>	10 952	11 407	12 238	16 556	+35,3%
<b>Loisirs - Education - Formation</b>	20 317	20 874	22 155	28 268	+27,6%
<b>Recherche scientifique - Technologies de la communication</b>	27 821	29 180	31 291	42 108	+34,6%
<b>Transports - Logistique</b>	10 166	10 535	10 334	13 437	+30,0%
<b>Equipement de la maison</b>	9 928	10 559	10 874	14 256	+31,1%
<b>Textiles - Habillement et accessoires</b>	18 316	18 058	19 146	24 522	+28,1%
<b>Produits et services agro- alimentaires</b>	19 114	18 047	18 704	23 174	+23,9%
<b>Services de gestion, communication, immobilier et finance</b>	13 382	14 254	16 301	22 943	+40,7%

## Les enregistrements de marques internationales

Le dépôt d'une marque par la voie internationale se fait auprès de l'office national des pays contractants 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 des oppositions en fonction de sa législation.

Les données présentées ci-dessous sont extraites du supplément statistique annuel de la Gazette Internationale des Marques.

### ▪ Evolution des enregistrements internationaux

**Evolution des enregistrements de marques internationales** - source OMPI/Supplément statistique de la Gazette internationale des Marques

	2002	2003	2004	2005	2006	Evol. 05/06
<b>Evolution du total des enregistrements</b>	<b>22 236</b>	<b>21 847</b>	<b>23 379</b>	<b>33 169</b>	<b>37 224</b>	<b>+12,2%</b>
<i>dont par des Français</i>	<i>3 406</i>	<i>3 281</i>	<i>2 959</i>	<i>3 706</i>	<i>3 916</i>	<i>+5,7%</i>
Enregistrements désignant la France	9 286	8 206	8 094	8 587	7 495	-12,7%
<b>Renouvellements</b>	<b>6 023</b>	<b>6 637</b>	<b>7 345</b>	<b>7 496</b>	<b>15 205</b>	<b>+102,8%</b>
<i>dont par des Français</i>	<i>1 600</i>	<i>1 671</i>	<i>1 818</i>	<i>1 734</i>	<i>3 342</i>	<i>+92,7%</i>
Renouvellements désignant la France	3 623	4 047	4 464	4 522	8 389	+85,5%

### ▪ Principales origines

**Principales origines des enregistrements de marques internationales désignant la France en 2006** - source OMPI/Gazette 2007

Pays d'origine du déposant	Nombre d'enregistrements
Allemagne	1 544
Suisse	897
Benelux	887
Italie	619
Chine	598
Etat-Unis	377
Turquie	345
Japon	212
Autriche	227
Espagne	206
Fédération de Russie	173
Royaume-Uni	123
Pologne	117
Australie	93

- Répartitions par groupes de classes

**Répartition des désignations de la France par groupes de classe - source**  
OMPI, traitement INPI/OPI 2007

	2003	2004	2005	2006	Evol. 05/06
<b>Produits chimiques</b>	782	823	773	603	-22,0%
<b>Pharmacie - Santé -Cosmétiques</b>	2 628	2 293	2 418	1 887	-22,0%
<b>BTP - Infrastructure</b>	1 726	1 664	1 601	1 504	-6,1%
<b>Loisirs - Education - Formation</b>	2 281	1 922	2 030	1 893	-6,7%
<b>Recherche scientifique - Technologies de la communication</b>	3 130	2 874	2 936	2 742	-6,6%
<b>Transports - Logistique</b>	1 385	1 239	1 278	1 181	-7,6%
<b>Equipement de la maison</b>	1 566	1 522	1 485	1 397	-5,9%
<b>Textiles - Habillement et accessoires</b>	2 915	2 737	2 872	2 645	-7,9%
<b>Produits et services agro-alimentaires</b>	3 222	2 435	2 700	2 346	-13,1%
<b>Services de gestion, communication, immobilier et finance</b>	1 489	1 185	1 407	1 403	-0,3%

## ANNEXE 1

Répartition par classes des marques déposées et publiées en 2006 par la <b>voie nationale</b> - source Plutarque mai 2007			Répartition par classes des marques déposées en 2006 par la <b>voie communautaire</b> - source OHMI 2007		Répartition par classes des <b>enregistrements de marques internationales</b> désignant la France en 2006 - source OMPI 2007	
	<b>1ers dépôts publiés</b>	<b>renouvellements</b>	<b>dépôts</b>		<b>enregistrements désignant la France</b>	
CL01	1 747	1 679	CL01	3 650	CL01	364
CL02	951	814	CL02	1 207	CL02	137
CL03	6 236	3 134	CL03	6 883	CL03	667
CL04	849	538	CL04	1 102	CL04	102
CL05	4 611	3 663	CL05	7 604	CL05	707
CL06	2 091	1 201	CL06	3 807	CL06	410
CL07	1 697	1 343	CL07	4 808	CL07	511
CL08	975	769	CL08	1 769	CL08	172
CL09	12 075	3 810	CL09	20 388	CL09	1 444
CL10	1 469	878	CL10	3 911	CL10	328
CL11	2 669	1 305	CL11	5 092	CL11	472
CL12	2 037	1 164	CL12	3 745	CL12	345
CL13	131	271	CL13	186	CL13	29
CL14	3 476	752	CL14	3 152	CL14	351
CL15	361	246	CL15	326	CL15	29
CL16	13 486	3 512	CL16	10 834	CL16	730
CL17	1 052	902	CL17	2 180	CL17	236
CL18	4 504	1 035	CL18	5 242	CL18	477
CL19	2 313	946	CL19	2 839	CL19	316
CL20	3 451	1 159	CL20	4 184	CL20	426
CL21	2 307	1 146	CL21	3 211	CL21	327
CL22	683	452	CL22	681	CL22	76
CL23	226	266	CL23	256	CL23	69
CL24	2 970	989	CL24	2 705	CL24	275
CL25	9 750	2 063	CL25	10 165	CL25	1 115
CL26	994	469	CL26	707	CL26	80
CL27	700	409	CL27	906	CL27	84
CL28	4 275	1 554	CL28	5 220	CL28	409
CL29	4 479	2 699	CL29	4 699	CL29	519
CL30	5 028	2 624	CL30	5 449	CL30	631
CL31	2 653	1 491	CL31	2 431	CL31	286
CL32	3 100	1 246	CL32	3 489	CL32	362
CL33	4 586	2 774	CL33	3 529	CL33	282
CL34	452	446	CL34	708	CL34	118
CL35	22 734	3 089	CL35	16 533	CL35	1 057
CL36	6 939	1 576	CL36	6 410	CL36	346
CL37	5 326	1 247	CL37	5 492	CL37	342
CL38	14 310	2 073	CL38	6 943	CL38	384
CL39	4 926	1 172	CL39	4 884	CL39	325
CL40	2 222	670	CL40	2 238	CL40	200
CL41	22 020	3 037	CL41	11 702	CL41	696
CL42	21 831	3 413	CL42	13 656	CL42	843
CL43	18 549	3 334	CL43	3 577	CL43	266
CL44	17 428	3 236	CL44	3 115	CL44	185
CL45	15 105	3 166	CL45	1 121	CL45	71

## Annexe 2- les regroupements de classes

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

## Annexe 3- APERÇU DU CONTENU DE LA 9ème EDITION DE LA CLASSIFICATION INTERNATIONALE DES PRODUITS ET DES SERVICES AUX FINS DE L'ENREGISTREMENT DES MARQUES – source [www.OMPI.org](http://www.OMPI.org)

### 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.