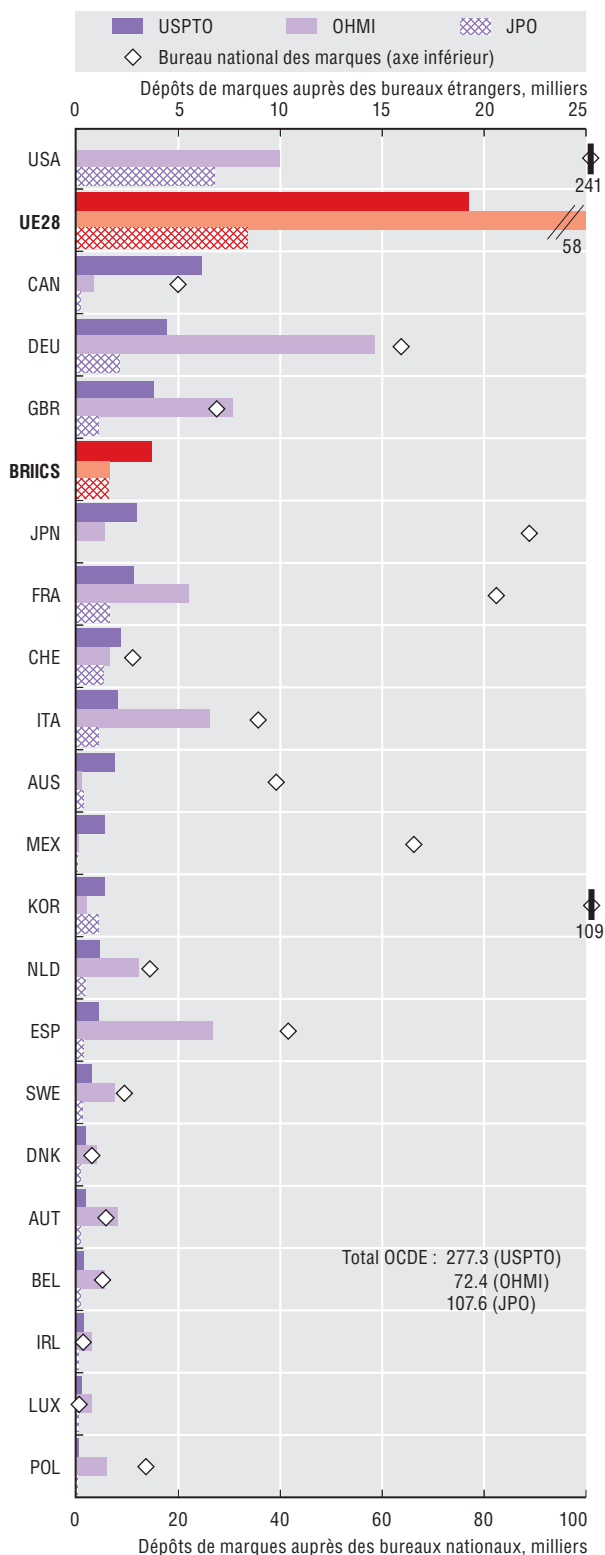


5. Dépôts de marques

Les 20 principaux déposants de marques, moyenne 2009-11

Dépôts de marques à l'USPTO, l'OHMI, au JPO et dans les bureaux nationaux des marques, en milliers



Source : US Patent and Trademark Office Bulk Downloads; Trademark Application Text hébergé par Google ; OHMI, Base de données des marques communautaires, CTM Download, mai 2013 ; rapports annuels du JPO 2001-12; OMPI, Base de données statistiques, mars 2013. Davantage de données via StatLink. Voir notes de chapitre.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932933881>

Les marques correspondent à des signes distinctifs d'identification de biens ou services qu'utilisent les entreprises pour différencier leur offre de celles des concurrents. En dotant les produits de caractéristiques uniques associées à leur nom, les marques rendent leurs détenteurs plus compétitifs et assurent des flux de revenus pour l'avenir. Les dépôts de marque étant souvent liés au lancement de nouveaux produits ou services, ils peuvent constituer un indicateur des activités d'innovation – notamment non technologique et dans les services – et de commercialisation. Les marques enregistrées par des firmes étrangères éclairent sur la pénétration du marché par l'étranger et peuvent aider à identifier les stratégies des firmes sur différents marchés.

La propension des firmes à utiliser les marques et à s'engager sur des marchés étrangers varie, comme le montrent les dépôts auprès de l'Office des brevets et des marques des États-Unis (USPTO), de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (OHMI) et de l'Office de brevets du Japon (JPO). Cette variation peut tenir à des facteurs tels que la taille du marché visé, la présence de filiales étrangères, la spécialisation industrielle des économies, les accords commerciaux et la participation aux chaînes de valeur mondiales. Si les BRIICS pratiquent moins le dépôt de marques que les pays de l'OCDE, leur présence – celle de la Chine notamment – a sensiblement augmenté aux États-Unis, au Japon et en Europe sur la dernière décennie. Leurs entreprises visent d'abord le marché américain, devant l'Europe. À l'exclusion de la Fédération de Russie, la pénétration des marchés étrangers par les BRIICS s'accompagne d'une progression sensible des dépôts de marque domestiques.

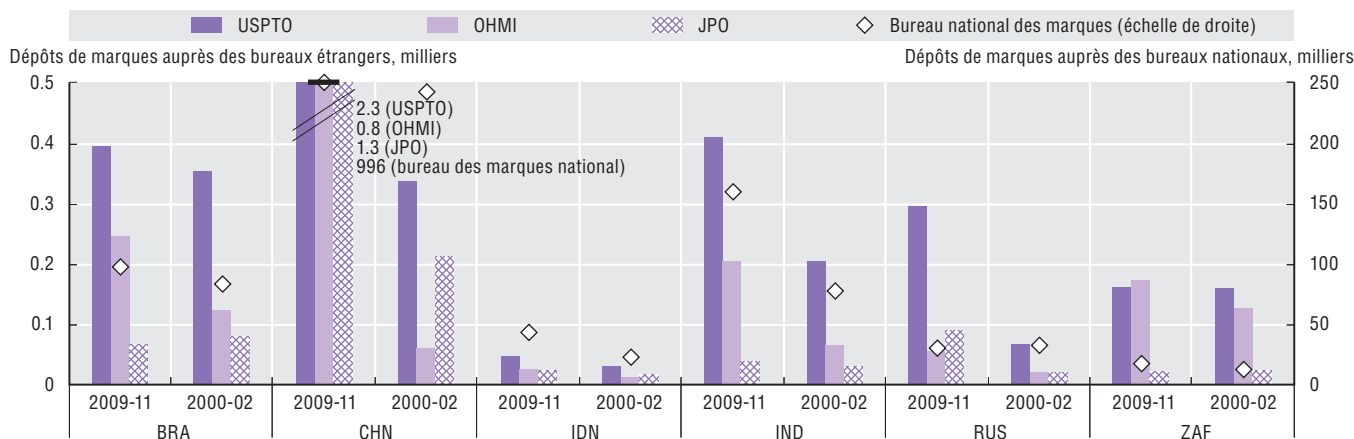
Sur tous les marchés considérés les demandes de marque visent en majorité des biens, mais la proportion varie selon le bureau de dépôt. La part des marques de service est en général la plus grande sur le marché intérieur, à savoir à l'USPTO pour les entreprises américaines, au JPO pour les japonaises et à l'OHMI pour les européennes. Une proportion variable de marques (jusqu'à 47 % au Royaume-Uni) couvrent à la fois des biens et des services – en général davantage en Europe qu'aux États-Unis et au Japon –, ce qui peut traduire une sophistication croissante des offres des entreprises vers des offres groupées de biens et de services.

Définitions

Les marques enregistrées sont une forme de protection de la propriété intellectuelle pour les biens et services qui confère des droits exclusifs aux détenteurs et aident les consommateurs à opter pour des produits répondant à leurs attentes quant à leur nature, leur qualité et leur prix. La protection est garantie par les tribunaux, qui dans la plupart des systèmes peuvent faire cesser les violations. Le pays d'origine de la marque est défini en fonction de l'adresse du déposant.

Dépôts de marques par les BRIICS, moyennes 2000-02 et 2009-11

Dépôts de marques à l'USPTO, l'OHMI, au JPO et dans les bureaux nationaux des marques, en milliers

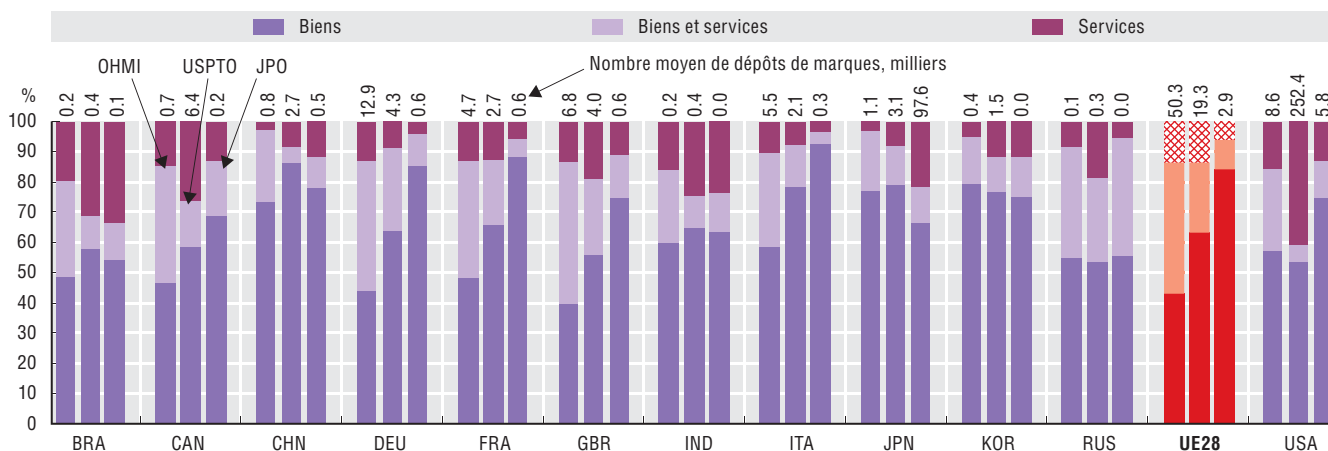


Source : US Patent and Trademark Office Bulk Downloads: Trademark Application Text hébergé par Google ; OHMI, Base de données des marques communautaires, CTM Download, mai 2013 ; rapports annuels du JPO 2001-12; OMPI, Base de données statistiques, mars 2013. Voir notes de chapitre.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932933900>

Part des marques de biens et de services déposées auprès de l'USPTO, de l'OHMI et du JPO, 2010-12

En pourcentage du total des dépôts de marques, pour une sélection d'économies membres et non membres de l'OCDE



Source : Calculs de l'OCDE, d'après US Patent and Trademark Office Bulk Downloads: Trademark Application Text hébergé par Google ; OHMI, Base de données des marques communautaires, CTM Download, mai 2013 ; JPO, données de marques, septembre 2012. Davantage de données via StatLink. Voir notes de chapitre.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932933919>

Mesurabilité

Les demandes d'enregistrement de marques sont effectuées auprès des bureaux nationaux ou régionaux compétents et contiennent la liste des biens et/ou services auxquels la marque s'applique. L'édition en vigueur de la *Classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques*, connue sous le nom de « Classification de Nice » (dixième édition appliquée depuis le 1^{er} janvier 2013), comprend 34 classes de biens (numérotées de 1 à 34), et 11 classes de services (numérotées de 35 à 45). La plupart des pays autorisent les demandes multi-classes ; quelques-uns (comme la Chine) n'autorisent que les demandes mono-classes. La période de protection de la marque est variable – quoique décennale en général – et les enregistrements sont renouvelables sans limite temporelle moyennant une taxe. Les frais d'enregistrement et de renouvellement sont très variables. Ils sont en général proportionnels au nombre de classes désignées, sauf par exemple à l'OHMI qui autorise jusqu'à trois classes pour une même taxe initiale, ce qui peut affecter les statistiques globales et les proportions observées de marques de biens et de services.



Extrait de :
**OECD Science, Technology and Industry
Scoreboard 2013**
Innovation for Growth

Accéder à cette publication :

https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2013-en

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2013), « Dépôts de marques », dans *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2013 : Innovation for Growth*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2013-43-fr

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.