

Observatoire de la *redevance de marque* 2026

Les redevances de marque réellement inscrites aux contrats de licence signés : des montants fixes annuels, issus de la valorisation de chaque marque, agrégés et anonymisés. Des contrats, pas des projections.

DANS CETTE ÉTUDE

1. À retenir
2. La redevance selon le chiffre d'affaires
3. Les secteurs en tête et en queue
4. L'ancienneté des marques
5. Comprendre la redevance de marque
6. Un cas, parmi nos études publiées
7. Méthode et limites

RemUp

Publié le 22 octobre 2026 · Données arrêtées au 17 septembre 2026

remup.fr/observatoire-redevance-marque-2026/

© DB INVEST, reproduction des chiffres autorisée avec citation de la source.

À retenir

40 000 €

Redevance annuelle médiane inscrite aux contrats signés, pour une société d'au moins 500 000 € de chiffre d'affaires (arrondie au millier d'euros).

Commerce, BTP et industrie

Les secteurs en tête des redevances médianes ; restauration et hôtellerie en queue.

18 600 € · 39 300 € · 83 600 €

Redevance médiane par tranche de chiffre d'affaires : 500 000 € à 1 M€, puis 1 M€ à 3 M€, puis plus de 3 M€.

7 ans

Ancienneté médiane d'exploitation de la marque au jour de la signature.

La redevance selon le chiffre d'affaires

La redevance annuelle médiane inscrite au contrat de licence, par tranche de chiffre d'affaires de la société qui exploite la marque. Le montant suit la taille de l'entreprise.

Chiffre d'affaires	Redevance annuelle médiane
500 000 € à 1 M€	18 600 €
1 M€ à 3 M€	39 300 €
Plus de 3 M€	83 600 €

Au-delà de 3 M€ de chiffre d'affaires, la médiane dépasse le plafond que RemUp applique désormais, 80 000 € par an par société exploitant la marque : ces contrats ont tous été signés avant son entrée en vigueur. C'est une mesure des contrats signés, pas une promesse.

Les secteurs en tête et en queue

Les grands secteurs d'activité, classés selon leur redevance médiane. Le commerce comprend la vente en ligne, l'industrie l'agroalimentaire.

Commerce, BTP et industrie en tête ; restauration et hôtellerie en queue.

L'ancienneté des marques

Au jour de la signature, la marque est exploitée depuis 7 ans en médiane, selon la date déclarée au contrat de licence.

Comprendre la redevance de marque

Ce que recouvrent les chiffres de l'Observatoire, en quatre questions. Chaque texte cité renvoie à sa source officielle.

Qu'est-ce qu'une redevance de marque ?

Le dirigeant dépose la marque à l'INPI **en son nom personnel** : la propriété d'une marque s'acquiert par l'enregistrement ([article L.712-1 du Code de la propriété intellectuelle](#)). Il en concède ensuite l'exploitation à sa société par un **contrat de licence**, comme le permet l'[article L.714-1 du même code](#).

En contrepartie du droit d'exploiter la marque, la société lui verse une **redevance fixe annuelle**, déterminée par la valorisation de la marque : jamais un pourcentage de son chiffre d'affaires. La redevance s'ajoute à la rémunération du dirigeant, elle ne la remplace pas.

Qui peut la mettre en place ?

Le dirigeant d'une société soumise à l'impôt sur les sociétés qui exploite une marque (un nom commercial, une enseigne, un nom de produit), à condition d'en être le titulaire en son nom propre, ou de le devenir par un dépôt à son nom.

Une marque déjà déposée au nom de la société, ou d'une holding, appartient à celle-ci : il n'y a alors ni licence ni redevance possibles, mais sa valeur peut se mesurer ([valorisation de marque](#)). Le contrat conclu entre la société et son dirigeant est une convention réglementée, que les associés approuvent.

Qu'est-ce qui la rend opposable ?

Trois pièces, qui se tiennent l'une l'autre :

- **Une valorisation indépendante** de la marque, conduite selon la méthodologie [ISO 10668](#) : elle justifie le montant, dont la déduction suppose qu'il soit normal ([BOFiP, BOI-BIC-CHG-40-20-10](#)).
- **Un contrat de licence écrit et daté**, antérieur aux premières redevances, et approuvé par les associés.
- **Une exploitation effective** de la marque par la société : la redevance rémunère un droit réel, et non un prix de cession déguisé.

Le montant est fixe par prudence au regard de la doctrine administrative ([BOFiP, BOI-IF-CFE-10-20-20-30, § 230](#)) : une redevance qui dépendrait de l'exploitation de la société pourrait faire du dirigeant un loueur professionnel.

Quel cadre fiscal ?

Pour la société, la redevance est une charge déductible de son résultat imposable, dans les conditions de l'[article 39 du Code général des impôts](#) : un droit réellement exploité, un montant normal, des pièces qui le justifient.

Pour le dirigeant, c'est un revenu de la catégorie des bénéfices industriels et commerciaux non professionnels, sans cotisations sociales de travailleur non salarié. Tant que ses recettes ne dépassent pas le seuil de recettes du régime micro-BIC, 83 600 € ([article 50-0 du Code général des impôts](#)), un abattement forfaitaire s'applique avant l'impôt sur le revenu et les prélèvements sociaux. La redevance se déclare sur la [déclaration 2042 C PRO](#) ; les taux en vigueur sont dans nos [chiffres clés 2026](#).

Redevance plafonnée à 80 000 €/an par société, sous le seuil micro-BIC de 83 600 €.

Un cas, parmi nos études publiées

Agence de communication · Chiffre d'affaires entre 1 et 2 M€.

Une agence de communication de 3 à 5 salariés, créée il y a plus de cinq ans, qui a dépassé le million d'euros de chiffre d'affaires.

Elle construit la marque de ses clients ; la sienne n'avait jamais été déposée.

Son président voulait mieux se rémunérer qu'en salaire, sans alourdir les charges.

Redevance fixe annuelle retenue au contrat : 35 000 €, arrondie à 5 000 € près, vers le bas.

L'étude complète, avec ce que le dirigeant perçoit net : [agence de communication, étude de cas RemUp](#).

Méthode et limites

Ce qui est mesuré

La redevance annuelle inscrite au contrat de licence de marque : un montant fixe annuel, déterminé par la valorisation indépendante de la marque selon la méthodologie ISO 10668. Des montants contractuels, ni des projections ni des estimations.

Le périmètre et la période

Les dossiers accompagnés par RemUp dont le contrat de licence est signé, pour une société d'au moins 500 000 € de chiffre d'affaires : les contrats signés de décembre 2025 au 17 septembre 2026. Les dossiers de valorisation seule, sans redevance, n'y figurent pas.

Les chiffres

Des médianes : la moitié des contrats est au-dessus, la moitié en dessous. La médiane globale est arrondie au millier d'euros, les médianes par tranche à la centaine. L'ancienneté d'exploitation de la marque est celle déclarée au contrat, quand elle y est renseignée.

L'anonymat

Aucune donnée individuelle n'est publiée, ni le nombre de dossiers. Un secteur n'est classé que s'il réunit assez de dossiers pour qu'aucun ne puisse être isolé.

Les limites

Ces dossiers sont ceux de dirigeants qui ont choisi de mettre en place une redevance de marque après un audit : ils ne décrivent pas toutes les sociétés françaises. Une médiane décrit des contrats déjà signés : elle ne vaut pas estimation pour une autre société. RemUp plafonne désormais la redevance à 80 000 € par an par société exploitant la marque.

Citer l'Observatoire

RemUp, Observatoire de la redevance de marque 2026, remup.fr/observatoire-redevance-marque-2026/, données arrêtées au 17 septembre 2026.

© DB INVEST, reproduction des chiffres autorisée avec citation de la source.

Une médiane ne vaut pas estimation : le montant d'une redevance se détermine par la valorisation de sa propre marque. L'audit dure une heure, il est gratuit et sans engagement. remup.fr/rendez-vous/