

# Sommaire

<b>Avant-propos</b> .....	9
<b>Introduction</b> .....	11
<b>Chapitre 1 – La marque, ses définitions, relations et fonctions</b> .....	13
Qu'est-ce qu'une marque et un nom de marque ? .....	13
La notion de marque selon différents points de vue .....	16
Les fonctions de la marque .....	27
<b>Chapitre 2 – Se poser les bonnes questions</b> .....	29
À quoi va servir votre nom de marque ? .....	29
Quelle est votre ambition pour cette marque ?	
Quelle est sa position stratégique ? .....	33
Dans quel contexte s'inscrit votre marque ? .....	34
À quel univers socioculturel s'adresse votre marque ? .....	35
Quel style de marque souhaitez-vous ? .....	37
Votre nom s'inscrit-il dans une famille de marques ? .....	39
Restructuration de sociétés ou accord entre sociétés : quels sont les nouveaux objectifs ? .....	42
Votre nom de marque est-il destiné à être décliné ou étendu ? .....	46
Dans quel registre allez-vous communiquer ? .....	47

Quels seront les outils de communication ? .....	48
Interrogez l'équipe ! .....	49
<b>Chapitre 3 – Rechercher son nom de marque</b> .....	53
Les étapes principales .....	53
Les sources de création .....	76
Les méthodes de construction .....	85
Une alternative à la création : acquérir une marque non exploitée .....	91
<b>Chapitre 4 – Protéger son nom de marque</b> .....	95
Les critères de validité d'une marque .....	96
Les critères de protection de la marque .....	108
<b>Chapitre 5 – Se doter d'un nom de domaine</b> .....	113
Qu'est-ce qu'un nom de domaine ? .....	113
Comment réserver un nom de domaine ? .....	115
La règle du « premier arrivé, premier servi » .....	116
Adosser le nom de domaine à une marque .....	116
Que faire si votre nom est déjà pris comme nom de domaine ? .....	117
Nom de domaine et marque notoire .....	119
<b>Chapitre 6 – Comment choisir son prestataire ?</b> .....	121
À chaque entreprise son prestataire .....	121
Les questions à poser à un prestataire .....	122
Les acteurs de la création de noms de marques .....	133
Les qualités d'un bon prestataire de création de noms .....	133
<b>Conclusion</b> .....	135

## Annexes

<b>Quelques références</b> .....	138
Ouvrages et magazines .....	138
Bibliographie .....	138
Des sites intéressants .....	139
Des organismes .....	139
 <b>Classification internationale des produits et services aux fins d'enregistrement des marques, 9<sup>e</sup> édition de Nice</b> .....	 140
 <b>Modèle de contrat de commande</b> .....	 146
 <b>Modèle d'engagement de confidentialité d'un créatif</b> .....	 149
 <b>Modèle de grille d'évaluation des noms</b> .....	 152
Exemple pour une banque .....	152
Taxes de dépôt d'une marque communautaire et d'une marque française .....	152
 <b>Remerciements</b> .....	 154
 <b>Index général</b> .....	 155
 <b>Index des marques et des noms propres</b> .....	 157