

Avant-propos

La création d'un nom de marque ou d'enseigne, si simple en apparence, n'est pas chose facile. Elle est devenue une affaire de spécialistes. Pourquoi créer un nom de marque ? À qui s'adresse-t-il ? Comment plaire à sa cible ? Quels sont les écueils créatifs et juridiques ? Comment faire pour qu'il donne de la valeur à votre entreprise ? Comment en faire un événement de communication ? Comment le protéger juridiquement ? Quelle est la méthode de travail pour conduire un tel projet ?

Catherine Lalanne-Gobet a travaillé sur de nombreuses recherches et créations de noms. Au-delà de la création de nom, elle aborde ici les aspects juridiques et internationaux : trouver un nom est inutile s'il n'est pas déposable juridiquement. Cet ouvrage explique également comment créer et déposer des noms de domaine Internet.

Ensemble, nous avons voulu rendre cet ouvrage accessible au travers d'exemples de noms de marques connus ou moins connus.

Si vous voulez trouver une marque efficace et vous épargner des déconvenues juridiques ou linguistiques, alors cet ouvrage s'impose et répond à toutes vos questions !

Jean-Jacques Urvoy
Directeur de la collection « Design & Marques »