

Sommaire

Avant-propos	9
Introduction	11
Chapitre 1 – La marque, ses définitions, relations et fonctions	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
Chapitre 2 – Se poser les bonnes questions	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
Chapitre 3 – Rechercher son nom de marque	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
Chapitre 4 – Protéger son nom de marque	95
Les critères de validité d'une marque	96
Les critères de protection de la marque	108
Chapitre 5 – Se doter d'un nom de domaine	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
Chapitre 6 – Comment choisir son prestataire ?	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
Conclusion	135

Annexes

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