

entreprises ou de produits. *Le nom peut ainsi relever de aginaire comme Axens, filiale de l'Institut français pétrolier, qui renvoie à l'idée dynamisme et de direction. eut aussi être descriptif me Créanoms pour un net de nommage ou, pour i pas, patronymique pour entreprises individuelles cipalement.*

### Les trois questions à se poser

Jean-Pierre Gauthier ajoute : *l'entrepreneur doit se poser s questions : quelle est ma nesse ? Quel est mon vers ? Quel est mon ier ?* En appliquant ce icipe, Olivier Hamel a amé son agence de umunication ADN : *"Je rchais quelque chose de rt et facilement mémori- le. Au même titre que le e génétique d'un individu, N rappelle la capacité à l'ensemble du marke- d'une entreprise."* "Aucun i n'est à exclure tant qu'il e symbolique forte", con- e Catherine Veillé, direc- e d'Ipsos Insight Marque, e société de nommage qui it d'inventer le nom npagnie 1818 pour rebap- la filiale Véga Banque du ape Caisse d'Epargne. La on ? 1818 est la date de tion des premières Caisses argne.

er Marcel Botton, de la été de nommage Nomen, om imprononçable n'est un obstacle. Et de citer la e Hoegarden et le maga- : Men's Health. Dans ce e, Anne Olivary, directrice réation chez Demoniak ation de nom), estime *"il faut être décalé pour se e remarquer"*. Alors, peut- encore utiliser des sigles r baptiser son entreprise ?

*"Les sociétés les utilisent de moins en moins. Elles n'ont pas envie d'être identifiées sur trois ou quatre lettres"*, répond Jean-Pierre Gauthier. Le nom devra aussi correspondre au secteur d'activité de l'entreprise : dans la finance, il est bon de porter une signature patronymique anglo-saxonne alors que dans le luxe ou la mode, une consonance française est un gage de créativité. Dans l'Internet, beaucoup d'entreprises renvoient à un univers enfantin comme Kelkoo ou Monster pour exprimer la facilité d'utilisation dans un système complexe.

### La mode des racines gréco-latines

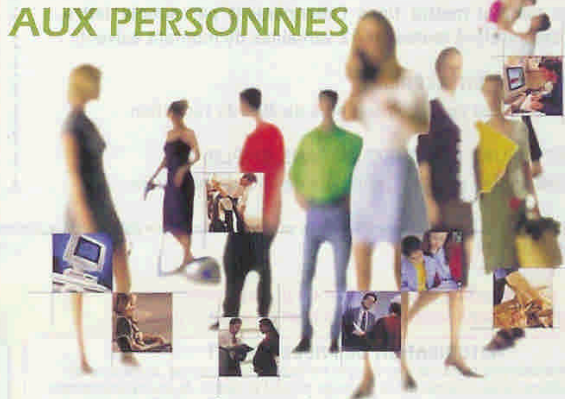
Car le nommage a ses modes. Aujourd'hui, les créateurs utilisent très souvent la symbolique des lettres et les racines gréco-latines. Les noms latins ou grecs renvoient à l'idée d'assise dans le passé : Ariane, Hermès, Noos. La lettre "a" dite féminine est utilisée pour adoucir l'image que peut véhiculer l'activité de l'entreprise (exemple : Areva, société de traitement des déchets nucléaires). Le "o" est, au contraire, une voyelle masculine qui renvoie souvent à un univers masculin (Valeo, équipementier automobile). Les diphtongues "eo" interpellent. Martine Story a créé son entreprise Althéo (société d'accompagnement en reprise d'entreprise) : *"Ma première idée de nom était Esprit d'Entreprise mais mon entourage m'en a dissuadé. J'ai fait alors appel à une agence de communication qui a créé un nom non signifiant mais qui me plaisait pour ses évocations : Althéo. Alt renvoie à altitude et au verbe aller. Théo à dieu en grec."*

### Vérifier que le nom n'est pas déjà pris

Une fois choisi le nom de votre entreprise, il faut vérifier qu'il n'est pas déjà utilisé par une autre société qui a la même activité dans la même zone géographique. Il ne doit pas non plus ressembler à une marque déposée antérieurement pour un produit ou service proche de votre activité. Il sera plus prudent de s'abstenir de choisir un nom proche d'une marque notoire. Première démarche, vous devez effectuer une recherche d'antériorité à l'identique (même orthographe) en passant par des sites spécialisés comme [www.euridile.com](http://www.euridile.com) ou bien [www.icimarkes.com](http://www.icimarkes.com) (consultation gratuite). Si la voie vous semble libre après cette première vérification, il est recommandé de

passer par les services de l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi) pour la vérification cette fois d'antériorité en similitude, qui porte sur les noms homonymes prêtant à confusion de l'esprit du public. Si les résultats de la recherche ne démontrent aucune équivoque, vous pouvez sans inquiétude attribuer le nom auquel vous aviez pensé. Dans le cas contraire, vous devrez renoncer à votre idée ou consulter un avocat ou un conseil en propriété industrielle. Ses démarches peuvent vous éviter les ennuis par la suite (retrait du nom, condamnation pénale). Un retrait du nom exigé par les tribunaux entraîne des frais importants quand les supports de communication (catalogue, brochure, papier en tête) ont

## CRÉEZ VOTRE ENTREPRISE DE SERVICES AUX PERSONNES



... sur l'un des métiers suivants :

- aide à domicile
- livraisons à domicile
- garde d'enfants
- services informatiques

**Réseau+**  
[www.reseau-plus.net](http://www.reseau-plus.net)

22 boulevard Edgar Quinet, 75014 Paris  
01 70 71 24 05 01 70 71 24 11  
[contact@reseau-plus.net](mailto:contact@reseau-plus.net)

Les Initiatives de l'Economie 2005 ~ PRIX SPÉCIAL DU JURY