

## Communication d'entreprise, Fiche n°3

---

### Fonder son entreprise : mettre en place les éléments essentiels de l'identité

Revenons aujourd'hui sur les deux dernières étapes (n°5 et 6) du choix du nom de votre future entreprise. Ce sera l'occasion pour nous de découvrir le site de l'INPI, très important pour un créateur d'entreprise ou pour... un inventeur.

### Comment choisir un nom en 6 étapes ?

- 1) **Définir l'univers** : définissez l'univers dans lequel votre entreprise va évoluer.

Ex. : Que pensez-vous du nom *Caisse d'Épargne* pour un établissement financier ? L'univers est-il bien défini ?

... même exercice avec : *AlterNath'if* (salon de coiffure)

*Buro +* (matériel de bureau)

*Ô deux Folles* (parfumerie)

*Père Dodu* (alimentation, viandes)

*Petit Navire* (alimentation, pêche)

*Go Sport* (matériel et équipement sportif)

- 2) **Brainstormez !** À partir de l'univers identifié, notez sans limite ni contrainte tous les mots qui vous viennent à l'esprit (existants ou... imaginaires !), expressions, locutions, lieux, etc. Cette phase doit s'effectuer avec votre équipe.

Plusieurs sites Internet peuvent vous aider, si jamais vous étiez bloqué, par ex. :

<http://www.trouver-nom-entreprise.com/>

- 3) **Affinez votre recherche** à l'aide de votre USP (*Unique Selling Point*) = vos qualités distinctives singulières et vos avantages concurrentiels forts.

Attention, il ne s'agit pas forcément d'être seulement le moins cher ou de proposer un meilleur service, mais d'offrir un avantage par rapport à la concurrence. Par exemple proposer quelque chose qui n'existe pas encore sur le marché, mal connu ou trop peu valorisé. Sans perdre de vue qu'il faut répondre à un besoin / désir de votre cible-clientèle.

Votre liste initiale devrait rapidement se réduire à 2, 3 ou 4 mots au maximum.

- 4) **Construire le nom en tant que tel.** À partir des mots restants. Ce nom doit être évocateur et inclure, si possible, le concept de votre activité. Par ex. : Dressing Tendance, Bio Algues, Monde Chrono, Informatique Conseil...

Le nom peut être un sigle (= un ensemble de lettres), mais ce n'est pas facile car il faudra éduquer votre cible à sa compréhension ! Ex. : *SNCF* est très connu. *LCL* (pour Le Crédit Lyonnais) l'est moins... mais qui sait ce que veut dire *BMW*<sup>1</sup> ?

---

<sup>1</sup> *Bayerische Motoren Werke* en allemand (Manufacture bavaroise de moteurs).

Attention aussi au patronyme : Ricard, Michelin, Rotschild, Ferrari, Gillette, etc. – dans l’optique du type d’entreprise que vous devez fonder, votre nom ne dira sans pas grand-chose à vos clients.

Enfin attention à l’emploi de mots étrangers. Vérifiez bien leur sens et leur prononciation possible en langue française. Par ex. *Linked-in* est difficilement prononçable en français. De même un francophone ne perçoit pas le jeu de mots (qui n’est perceptible qu’en anglais) dans *Google* ou dans *Amazon*.

## 5) Vérifiez la disponibilité du nom et testez.

Vous ne pouvez pas vous approprier le nom d’une entreprise existant déjà. Vous risqueriez un procès vous contraignant à changer de nom... ou le versement d’indemnités à l’entreprise lésée. Il faut donc s’adresser à l’organisme gérant la propriété des noms d’entreprise en France : l’INPI (Institut National de la Propriété Intellectuelle), qui au moyen de sa base de données vérifiera si le nom n’est pas déjà attribué.

Avant d’interroger l’INPI <https://bases-marques.inpi.fr/>

...quelques recherches sur Internet peuvent s’avérer utiles. Faites des recherches par similarités : ressemblances orthographiques, phonétiques... pour éviter de devenir des contrefacteurs malgré vous et d’être attaqué pour concurrence déloyale.

Une fois ces recherches faites, testez le nom retenu auprès de votre entourage (vos camarades des autres groupes de travail !), notez et analysez leurs réactions. Si celles-ci sont négatives ou mitigées, n’hésitez pas à ce stade à remanier votre nom d’entreprise. Ne lésinez pas sur le temps accordé à ce type de recherche : le nom de votre entreprise est un élément pérenne de son identité, vous n’en changerez sans doute plus avant longtemps.

## 6) Protégez votre nom d’entreprise.

Bravo, vous avez trouvé le nom de votre entreprise et il est disponible ! Il faut maintenant le protéger en le déposant à l’INPI.

Exercice pratique. Vous allez vous rendre sur le site web de l’INPI pour tenter de comprendre **les principes de protection d’un nom d’entreprise** :

<http://commentprotegerquoi.inpi.fr/#panel/entreprise/>

Répondez aux questions suivantes, en vous aidant du site (toutes les réponses y figurent) :

- A. Quelle est la différence entre la *dénomination sociale* (ou *raison sociale*) et le *nom commercial* de l’entreprise ? Donnez un exemple d’entreprise connue ayant une dénomination sociale et nom commercial différent.
- B. Qu’est-ce qu’une *enseigne* (commerciale) ?
- C. Qu’est-ce que le BOPI ?
- D. Qu’est-ce qu’un nom de *marque* ? Comment le protéger et dans quelles conditions ?
- E. Pendant combien de temps une marque déposée à l’INPI est-elle protégée ?
- F. Qu’est-ce que la contrefaçon de vos identifiants commerciaux ? voir :

<https://www.inpi.fr/fr/valoriser-vos-actifs/faire-face-la-contrefaçon>

- G. Pourquoi se protéger de la contrefaçon ? Résumez les éléments que vous trouverez à partir du lien précédent.