

# CHOISIR UN NOM DE MARQUE, UN ELEMENT PRIMORDIAL

Vous avez de plus en plus le réflexe de protéger votre nom en le déposant à titre de marque.  
Il faut toutefois choisir un nom adapté commercialement mais également légalement.



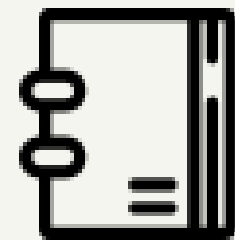
## Non au signe descriptif

Votre nom ne doit pas décrire les produits et services visés dans votre dépôt ou leurs caractéristiques.

La fonction première de la marque est de distinguer ses produits de ceux de ses concurrents.

« Venteprivée.com a fait cette erreur et sa marque a été annulée.

Un changement de nom après des investissements publicitaires est pourtant dommageable.



## Et si j'ajoutais un logo ?

Si vous vous entêtez sur un signe descriptif, nous vous conseillons vivement de le déposer avec le logo stylisé permettant ainsi de limiter les risques.

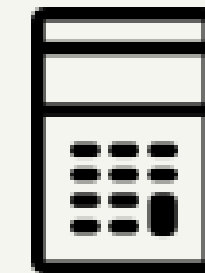


## La marque évocatrice, pourquoi pas

La marque évocatrice est un bon compromis. Elle ne décrit pas clairement les services mais le consommateur fait un lien certain avec les produits et services proposés.

Ce signe est souvent difficile à trouver compte tenu du nombre important de marques déposées auprès de l'INPI.

On se rend compte bien vite que les concurrents ont déposé des signes identiques ou similaires.



## Oui au signe arbitraire

Notre choix, la marque arbitraire. Votre marque aura une réelle valeur commerciale considérée comme une marque dite forte.

Elle ne décrit pas les produits et sera associée malgré tout à vos produits et services.

Il s'agit par exemple d'APPLE, de DPAM, de PETIT BATEAU, IMAGINE R.