



# La grande saga des marques

LEUR HISTOIRE, LEURS STRATÉGIES,  
LEUR INFLUENCE SUR LA SOCIÉTÉ



# Comment on invente un

Trouver un nom sympa et porteur de sens dans toutes les langues, c'est le premier souci quand on lance ou qu'on rebaptise une marque. Rencontre avec le leader mondial de la spécialité.

**A**ttendez un instant... Ineo, Ineo... Damned, pas moyen de me souvenir de ce que c'est!» Marcel Botton a beau noircir sa feuille de hiéroglyphes, impossible de se rappeler le métier de cette fichue boîte. Fâcheux: c'est le patron de Nomen lui-même qui en a trouvé le nom. Son regard se perd par la fenêtre de la salle de réunion du siège, qui offre une vue sur la cour de l'Élysée. Et soudain, l'illumination: «Ça y est, j'y suis. C'est une filiale de Suez.» Sourire gêné: «Désolé, mais parmi 1 200 noms qu'on a créés, je m'y perds un peu...»

Bienvenue chez Nomen, premier fabricant mondial de noms de marques. Créateur des Vivendi, Vinci, Arcelor, Thales, Safran. Inventeur des Tereos, Vivarte, Clio, Wanadoo. Géniteur des Altadis, Yaris, PriceMinister, Skyteam. Marcel Botton et son équipe sortent de leur chapeau des noms d'entreprises – et de produits – comme d'autres des lapins et des foulards. «Une centaine par an», précise le fondateur de Nomen, 63 ans. Parmi ses récentes trouvailles: Belambra, le nouveau nom des villages VVF, Bleu Ciel, la marque grand public d'EDF, et BPCE, le groupe issu de la fusion des Banques populaires et de la Caisse d'épargne.

Maître des mots, Nomen? C'est peu dire. Mais pas malhabile avec les chiffres. L'entreprise affiche 6 millions d'euros de chiffre d'affaires pour une cinquantaine de salariés et gère onze filiales, dont une consacrée aux problèmes juridiques, une dessinant des logos et neuf bureaux à l'étran-

ger (Etats-Unis, Japon, Suède, Grande-Bretagne, Allemagne et même Croatie...). Nomen est le leader d'un marché aussi minuscule que stratégique, où les clients n'hésitent pas à investir de 10 000 à 500 000 euros pour changer de patronyme (la modification de leurs enseignes et supports graphiques leur coûtant ensuite entre 200 000 et 15 millions d'euros). «Marcel Botton, c'est la référence du secteur, confirme Olivier Colcombet, patron de Belambra. Trois mois après l'avoir rencontré, on avait notre nouveau nom...»

## A ses débuts, Nomen utilisait un logiciel surnommé Radoteur

Plutôt que le profil attendu de l'helléno-latiniste agrégé, le fondateur de Nomen affiche le parcours erratique de ceux qui ont longtemps navigué à vue. Une enfance entre Le Caire et Londres, des études en économie à la fac d'Assas et une collection de jobs improbables: spécialiste de la transmission de photos par bélinographe – l'ancêtre du fax – chez Associated Press, journaliste à la revue «Butane-Propane», ingénieur en organisation à la Caisse des dépôts. Jusqu'à cette petite annonce: Synapse, un cabinet de consultants, cherche un animateur en créativité.

Formateur en entreprise, le petit bonhomme à l'humour contagieux constate alors que ses clients accrochent au cours de ses séminaires de création de noms de marques. Il décide de se spécialiser dans ce secteur naissant du «naming». Heureux hasard, son cousin, l'inventeur de la carte à puce Roland Moreno, vient de met-

tre au point un logiciel qui crée des noms en fusionnant des mots existants. Il l'a baptisé Radoteur. Botton obtient ainsi des listings de noms dont il se sert comme base de travail.

Un vieil Apple II équipé du Radoteur et une imprimante thermique en bandoulière, il fait alors le siège des grands groupes pour vendre ses prestations. Le premier client sera le laboratoire pharmaceutique Derol. Mission pas très sexy: trouver le nom du nouvel anti-hémorroïdaire du groupe. Les

Suite page 16 ▶

**Ce consultant a créé 1 200 signatures dans le monde entier**

Marcel Botton dirige Nomen, un cabinet basé à Paris qui possède neuf bureaux à l'étranger.

# nom de marque

*Price Minister*  
*Dove*  
**Clio** *Ineo*

Un des premiers noms de marques inventé par Marcel Botton. En 1981, il avait rajouté à la main sur sa liste de propositions sorties de l'ordinateur cette muse de la mythologie grecque, la Clio visant en priorité le marché des femmes recherchant une voiture urbaine facile à vivre.

**wanadoo**

Au moment où France Télécom cherchait un nom de portail Internet, Botton tomba sur l'expression anglaise «wannabe» («qui voudrait être célèbre»). Il la détourna en «wanadoo» (contraction de «I want to do»). Ce sera la première des marques qu'il a créées à disparaître.

*Sky Team*

**Vivendi**

Compréhensible dans les 90 pays où opérait l'ex-Générale des eaux, Vivendi évoque la vie, l'eau vive, le mouvement. Ce géronde du mot latin «vivere» (vivre) apparaît dans l'expression «modus vivendi» (qui signifie mode de vie, mais aussi accord entre relations d'affaires).

**Altadis**

Pour baptiser le groupe né de la fusion de la Seita avec le fabricant de cigarettes espagnol Tabacalera, Nomen a dû présenter ses propositions à Paris et à Madrid. Altadis, compréhensible des deux côtés des Pyrénées, est l'abréviation d'alliance tabac distribution.

*Liad*  
*Imerys*  
**Vélib'**

En 2007, alors que Paris s'apprête à lancer son système de vélos en libre-service, il existe déjà des dispositifs similaires dans d'autres villes, dénommés Cyclo-city, Bicing ou Vélo'v. Après avoir envisagé Vivélo, Nomen opte pour Vélib', contraction de vélo et liberté.

**Chérie fm**

En 1987, lorsque Jean-Paul Baudecroux, P-DG de NRJ, a voulu lancer une nouvelle radio, Marcel Botton lui a proposé de la nommer Sherry. «Alors que nous discutons dans son bureau, c'est Baudecroux qui a soudain eu le déclic, en francisant la prononciation», avoue Botton.

*Sequana*

*Vivarte*

*Jouran*

*Sky Team*

# Règle numéro 1 : ne jamais respecter le brief du client

**Belambra**

Sky Team

Nexity

**Logan**

En 2007, après sa privatisation, Villages Vacances Familles (VVF) se rénove et s'internationalise. Nomen propose de rebaptiser l'enseigne Baobab ou Belambra. Ce dernier nom est choisi parce qu'il n'y a aucun autre Belambra sur les moteurs de recherche Internet.

**Yaris**

Nomen a créé plusieurs noms de modèles pour Toyota. Après Yaris, simple, international, «et qui évoque un véhicule conjuguant modernité, esthétique et tempérament affirmé», la firme a inventé Avensis et Auris (pour créer un effet de gamme), mais aussi Aygo et Verso.

«Preuve de succès, des parents m'ont écrit pour me dire qu'ils avaient appelé leur enfant Logan», raconte Marcel Botton. Ce nom a été choisi pour la Dacia low-cost parce qu'il fonctionne en France, en Inde, au Brésil... Le mont Logan est le point culminant du Canada.

**Thales**

Pour un groupe d'électronique, quoi de mieux que le nom du scientifique, mathématicien et philosophe grec qui fit les premières expériences sur l'électricité. Les premières lettres du mot Thales rappellent en outre le nom précédent du groupe, Thomson-CSF.

**Arcelor**

Choisi en 2001, le nom du groupe sidérurgique aujourd'hui absorbé par Mittal contient des syllabes des noms des trois sociétés qu'il intégrait : ARbed, ACERaLia et UsinOR. La finale «or» évoque un métal de très haute qualité et le mot anglais «ore», qui signifie minerai.

**Vinci**

Pour rebaptiser le leader du BTP (ex-Société générale d'entreprise), Nomen a proposé Vinci, le patronyme du célèbre artiste et inventeur. Mais cette appellation était déjà prise. «Je ne vous demande pas si ce nom est libre, je veux qu'il soit libéré, a alors crié le P-DG à ses juristes.

Ineo

Nexter

Jereos

une société. «Pour en revenir à l'exemple de Vinci, le nom était pris. Alors que ses juristes le mettaient en garde, le P-DG leur a alors crié : "Je ne vous demande pas si ce nom est libre, je veux qu'il soit libéré." Ce fut pour moi une leçon», raconte-t-il. Depuis, il s'est aperçu qu'on peut souvent négocier à l'amiable, ou pour une somme très inférieure à celle proposée par le client, avec le propriétaire du nom de marque convoité. Les problèmes juridiques occupent d'ailleurs six salariés au siège, en plus des correspondants de chaque pays. «Marcel a eu très tôt l'intuition d'intégrer une filiale juridique, Leximark, ce qui nous fait aller plus vite que les concurrents», assure Laurence Evrard, DG France.

## Le choix de "Vivendi" avait pour nom de code "Gédéon"

Enfin, Nomen met un point d'honneur à être discret. Les réunions ne regroupent que le P-DG de l'entreprise cliente, ses lieutenants, le responsable de son agence de communication et les consultants de Nomen. «Pour Vivendi, le projet de Messier avait pour nom de code "Gédéon", se souvient Botton. Et quand nous choisissons le nom d'un grand groupe, nous en déposons souvent dix, afin que les journalistes aient peu de chances de découvrir le bon.»

En général, le choix final se fait avec le client entre sept mots prononçables dans toutes les langues. Au gré des débats, des favoris passent à la trappe : Vélib' coiffe Vivélo sur le poteau, Belambra remplace au dernier moment Baobab, Wanadoo s'impose au finish face à Hublot.

Le rêve du boss : créer un nom de pays. «Si la Flandre se sépare de la Belgique, pourquoi pas ?», sourit-il. Une dernière mission pour le Radoteur... Vincent Lamigeon et Patrice Piquard ♦

► Suite de la page 14 dirigeants flashent sur l'abscons «Sédoproctyl». «Le seul nom rajouté à la main dans le listing du Radoteur», s'amuse encore Moreno.

La machine est lancée. Botton quitte Synapse, ouvre son cabinet de consultants et décroche son premier gros contrat. Publicis, l'agence de pub de Renault, le sollicite pour baptiser sa nouvelle citadine. Cahier des charges : le nom doit rompre avec la série des R5, R11, etc. Ce sera Clio, la muse de l'Histoire.

La suite, c'est une ascension irrésistible. Botton devient l'homme de confiance des gros

bonnets du CAC. Progressivement, il raffine sa méthode en adoptant certains principes. D'abord, ne jamais respecter le brief du client. «Pour libérer la créativité, il faut dépasser les consignes. Nous n'aurions jamais trouvé Vinci, cette star des arts et des sciences de la Renaissance, si nous nous en étions tenus aux intentions de ce qui était alors la Société générale d'entreprise.»

Ensuite, ne pas se reposer entièrement sur l'informatique. Certes, le Radoteur a laissé place à des banques de données sophistiquées. Nomen a par exemple listé les 6 800 mots qui ont à la fois un sens pour les Français et les Anglo-

Saxons. Mais, quel que soit le contrat, Botton multiplie aussi les séances de brainstorming avec ses créatifs. Parmi eux, il y a une physicienne, un philosophe, des linguistes et des connaisseurs de langues rares, comme le chinois ou le hongrois. Tous embauchés non au vu de leur CV, mais pour leur ouverture d'esprit lorsque Botton les interroge sur le poids d'un cachalot ou le nombre de peignes vendus chaque année. Les marques Vélib', Skyteam ou Thales ont jailli de leurs intuitions, et non d'un listing informatique. Autre règle apprise par Botton : il ne faut jamais éliminer a priori des noms qui sont déjà utilisés par