Pour une Entreprise, avoir une bonne image et une réputation prend du temps.Il faut beaucoup d'énergie et de temps pour que son nom, créé de toutes pièces ou basé sur le patronyme des fondateurs, soit reconnu dans son secteur d'action ou devienne une référence mondiale comme CHANEL ou DIOR.

Avantages d'un nom connu

Il est donc tentant, même pour des Entreprises ayant déjà un nom (ex. sur VINCI), d'utiliser un nom déjà connu du public pour pouvoir capitaliser sur la bonne image de ce même nom. Avoir un nom avec une image positive est un accélérateur de confiance et donc d'affaires. En utilisant un nom connu et vu comme positif par ses clients ou prospects, l'Entreprise se donne, à bon compte, l'image positive et les vertus attachées à ce nom.
Il suffit d'aller sur la base de données des marques de l'INPI et de taper un nom célèbre, comme Napoléon par exemple, pour voir le nombre d'Entreprises ou d'entités économiques, plus ou moins légitimes, à utiliser ce nom dans leurs marques ou leur propre nom d'entreprise.

Encadrement de l'utilisation légitime des noms connus

Certes, dans certains cas, une Entreprise peut porter ou utiliser légitimement le nom d'une personne historique. C'est le cas si bien sûr elle porte le nom de son fondateur comme actuellement DASSAULT Système. Ou un nom célèbre de sa propre famille repris par un descendant. On est là dans l'utilisation tout à fait loyale et admissible d'un nom connu.
Autre cas possible, la personne célèbre portant le nom donne l'autorisation, de son vivant ou dans un testament, à telle ou telle personne, de pouvoir utiliser la patronyme connu.

Les utilisations non fondées des Noms connus

Mais lorsqu'il n'y a pas de lien, en l'absence d'une légitimité, réelle, sur l'utilisation du nom célèbre, nous sommes bien dans le cadre d'une exploitation, dans tous les sens du terme de la renommée du nom.
L'Entreprise capitalise sur le nom, sur l'image de la personne et aussi sur ses travaux, ses actions, ses dons, pour en quelque sorte s'approprier les mérites de la personne.
Ce n'est ni approprié ni légitime.

La Proposition

Or plutôt que d'interdire la pratique, il vaut mieux l'encadrer, l'orienter et en faire bénéficier l'ensemble de la Communauté sous la forme d'un BIEN. COOPÉRACTIF.
Ainsi ce que nous défendons et proposons ici est le fait que les Noms Historiques et Culturels d'un pays appartiennent à ce pays et à sa Communauté. Utiliser un nom Historique est un emprunt à ce patrimoine. Et qui dit emprunt dit remboursement .
La proposition est donc

- Collecter une taxe sur l'utilisation des noms connus par les Entreprises pour leurs propres noms ou dans leurs marques.
- Une taxe raisonnée et modeste [0,001% du CA par nom utilisé ?) pour ne pas décourager l'utilisation des noms connus.
- Mais permettant, sur le principe des petites rivières faisant les grands fleuves d'alimenter un fonds spécial.
- Ce fonds sera, uniquement, destiné à la formation et promotion d'auteur(e)s) œuvrant dans le domaine Culturel [nul ne peut prétendre connaître à l'avance les futures personnes historiquement célèbres].
- Ce fonds sera prélevé à la source des Entreprises sur la base de leur Chiffre d'Affaires. L'absence de bénéfices de la structure ne sera pas une excuse pour ne pas prélever la taxe due.
- Comme la démarche des BIENS COOPÉRACTIFS est Universelle, cette proposition de reversement à la collectivité de l'usage des noms fameux et connus de son histoire est bien sûr valable pour chaque pays.

Synthèse

Car comme il y a un avantage concurrentiel à utiliser un nom connu d’une Communauté ayant une résonance, une image positive auprès des clients et prospects, il convient pour les Entreprises utilisant cette possibilité de rétribuer en retour cette même Communauté.
Les taux, modalités et méthodes de prélèvement et de redistribution pouvant tout à fait être différents suivant les pays et également évoluer dans le Temps.
