

## VILLE DE VERSAILLES

### Marque Versailles

#### Appel à candidature pour établir une étude approfondie de la Marque Versailles

La Ville est régulièrement confrontée à l'utilisation de son nom par des entreprises privées exploitant différents produits et services sans que la commune ne soit consultée, ni même qu'elle ne puisse s'y opposer. Afin de répondre à cette difficulté et de retrouver la maîtrise de l'utilisation de son nom, la Ville a déposé à l'INPI en 2011 le nom de « Versailles » dans toutes les classes de produits et de services disponibles (1; 2; 4; 5; 6; 7; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 20; 21; 22; 23; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 37; 38; 39; 40; 41; 42; 43; 44; 45) afin d'être en mesure de pouvoir s'opposer à toute utilisation de son nom.

Pour maîtriser le développement de la marque, la Ville souhaite en assurer sa gestion et adopter une stratégie à proposer à toutes les sociétés susceptibles de développer la marque dans le cadre des licences de marque.

Les objectifs de la Ville sont les suivants :

- Maîtrise de l'identité de Versailles par la protection juridique de l'image qui en est faite au travers de produits divers ;
- Démontrer au public et aux utilisateurs potentiels qu'il existe un droit de propriété ;
- Maintenir les droits exclusifs liés à la marque le plus largement possible, y compris à l'international ;
- Renforcer l'attractivité du territoire ;
- Développer la fierté d'appartenance à Versailles de ses habitants et acteurs locaux ;
- Faire rayonner une identité propre à Versailles, dissociée de l'image du Château.

#### La mission : établir une étude approfondie du potentiel de la marque :

- Forces et faiblesses de la marque par rapport à des marques voisines, dont celle du Château. Points de différenciation ;
- Réalisation d'un benchmark de villes ayant une problématique similaire (villes et monuments emblématiques) ; cartographie de ces marques et étude de leur positionnement ;
- Analyse du dépôt INPI de la marque Versailles et de celle du Château ;
- Recherche du potentiel économique de la marque : évaluation du chiffre d'affaire et de la rentabilité, potentiels ;
- Référencement des types de concessionnaires existants ou des prospects pour des cessions de licence ;
- Recommandation de stratégies à adopter et proposition de scénarios ;
- Définition du positionnement de la marque :
  - Identification des valeurs et attributs de la marque ;
  - Piliers de la marque et éléments de différenciation, notamment avec la marque « Château de Versailles » ;
  - Segmentation des cibles et identification des attentes des cibles ;
  - Recommandation de positionnement de la marque « Versailles ».

Ce positionnement doit correspondre aux valeurs de Versailles :

- Un haut niveau de gamme ;
- L'idée d'élégance et de raffinement à la française, l'esprit des Lumières ;
- La renommée internationale ;
- La notion de patrimoine et d'innovation ;
- L'interaction ville-nature ;

- La notion de lieu des fondements de la démocratie.

A titre d'information, la Ville est accompagnée, sur des sujets contractuels, par un avocat spécialisé en droit de la propriété intellectuelle.

La sélection des candidats s'opèrera sur :

1. Une note de présentation, permettant d'évaluer les capacités professionnelles et techniques du candidat, incluant ses motivations ainsi que l'identité de ses éventuels partenaires.
2. Une liste de références pour des missions similaires ;
3. Une note méthodologique qui présentera le déroulement proposé pour cette mission.

Les candidatures doivent être remises avant le 6 juin à 12h.

Les questions relatives et les candidatures doivent être adressées au Service Commerce, Emploi, Tourisme de la Ville de Versailles – 4 avenue de Paris – 78000 Versailles – [baptiste.boin@versailles.fr](mailto:baptiste.boin@versailles.fr)