

PERSBERICHT VAN DESTINATION NANCY - Toerisme
Vrijdag 7 juni 2019

ONTSTAAN VAN HET MERK NANCY PASSIONS SUCRÉES

ANALYSE

Culinair toerisme, ofwel het ontdekken van de 'intieme' culturele diversiteit van een streek, is een belangrijke drijfveer in de toeristische werving.

De opmerkelijke variatie in zoete lekkernijen en suikerwaren heeft in Nancy een gelegitimeerde historische betekenis, waardoor Nancy zich duidelijk onderscheidt van andere stedelijke toeristische bestemmingen:

Groot Nancy bezit een zeer groot aantal zoete specialiteiten: makarons, bergamotsnoepjes en varianten, Saint-Epvre-taart, rumbaba (bereid met tokayerwijn of met mirabellenbrandewijn), craquelines, Duchesses de Lorraine, marquises, talloze snoepjes, toetjes en taarten, (fris)dranken op basis van mirabellen, makarons of bergamot, de taarten gâteau Lorrain en gâteau de Nancy, bonbons, taaitaai, enz.

De meest beroemde producten zijn beschermd met een IGP en genieten inmiddels een reputatie op wereldniveau.

Bovendien is deze traditie gebaseerd op een beroepssector die belangrijk is in kwaliteit en aantal: zo'n 50 banketbakers, snoepmakers en chocolademakers, 150 bakers en evenveel 'traditionele' restauranthouders maken of werken met deze producten in Groot Nancy.

Deze 'smakelijke' traditie (ambachtelijke makers en hun suikerwaren) verdient erkend te worden als een van de emblematische toeristische attracties van de stad.

OPRICHTING VAN HET MERK NANCY PASSIONS SUCRÉES

In het kader van een ontwikkelingsbeleid van de bestemming ten gunste van de zoete specialiteiten uit de omgeving en het vakmanschap van de (banket)bakers, snoep- en/of chocolademakers en chefs in Groot Nancy, zijn

- DESTINATION NANCY - Toerisme,
- Groot Nancy,
- Kamer van Koophandel Groot Nancy Meurthe-et-Moselle
- Kamer van Beroepen en Ambachten van Meurthe-et-Moselle

een jaar geleden samen rond de tafel gaan zitten om een merk in het leven te roepen - gratis voor de leden - met als doel deze zoete specialiteiten, hun makers en hun vakmanschap onder de aandacht te brengen. Dit liep uit op het in Europa gedeponeerde handelsmerk NANCY PASSIONS SUCRÉES.

Dit merk biedt mensen uit het vak een ware gelegenheid om gezien en erkend te worden.

Klanten, en in het bijzonder toeristen, hebben de garantie dat de producten van het merk voldoen aan criteria die de traditie, de vervaardiging ter plekke en de kwaliteit van de producten respecteren.

Het merk betreft hoofdzakelijk de beroepen in de suikerwaren- en banketbranche, maar doelt ook op restaurants.

SELECTIE: PROCEDURE EN CRITERIA

Om dit merk te kunnen vertegenwoordigen, dienen de makers de kwaliteitscriteria te respecteren in de vervaardiging, de gebruikte producten en hun herkomst. Ze dienen ook te behoren tot het grondgebied en de tradities aanhangen.

Deze criteria zijn gebundeld in een gebruiksreglement dat de selectieprocedure (altijd gebonden aan het 'koppel maker en zijn product') en het functioneren van het merk vastlegt.

De selectie voor het merk wordt bepaald door het respect voor de criteria, getoetst tijdens een duidelijke procedure in drie fases:

- indiening van de kandidaatstelling en een technisch dossier,
- controle van de fabricatie in situ,
- presentatie en proeven van het product door een selectiescomité dat bestaat uit vertegenwoordigers van partnerinstellingen.



OPENSTELLING VOOR TOERISME EN ZICHTBAARHEID VOOR DE HOUDERS VAN HET MERK TEN GUNSTE VAN HEEL GROOT NANCY.

De institutionele partners van dit programma verplichten zich tot het ondersteunen van het merk door het merk te promoten in hun respectievelijke communicatie via concrete acties.

Om een voorbeeld te noemen: in het kader van zijn communicatie- en promotiebeleid heeft DESTINATION NANCY - Toerisme besloten het merk extra aandacht te geven - ter aanvulling op speerpunten zoals de 18e-eeuwse UNESCO-wijk en het art nouveau-erfgoed - in alle meertalige communicatiemiddelen, en producten en vakmensen te betrekken bij een aantal promotiecampagnes in Frankrijk en buitenland.

In de komende maanden zijn er ontdekkingsroutes gepland over zoete specialiteiten in Nancy: bijvoorbeeld toeristische circuits (gemarkeerde of vrije parcoursen, smulrally's voor elk publiek), workshops, producten en verpakking, evenementen en activiteiten in Groot Nancy, communicatiemiddelen (waaronder tutorials, reportages, interviews, enz.).

De partners hebben het (bijgevoegde) dossier gestuurd naar 320 vakmensen (banketbakers, snoepmakers, chocolademakers, restauranthouders) in Groot Nancy om het merk te presenteren. Indien zij voldoen aan de vereiste criteria, zijn ze uitgenodigd om deel te nemen aan de eerste selectiefase. Deze eerste fase loopt ten einde begin september met de benoeming van de eerste vakmensen/producten van het merk NANCY PASSIONS SUCRÉES.

PERSCONTACT:

Florence DOSSMANN

COMMUNICATIE - PUBLICATIES

Mob. +33 667 19 08 46

Tel. +33 (0)3 83 35 90 06

DESTINATION NANCY - TOERISME

1 place de la République, CS 60663, F-54063 Nancy Cedex

www.destination-nancy.com