

NANCY le 25 mai 2019

Mesdames, Messieurs,

Afin de valoriser notre destination touristique et notre savoir-faire, DESTINATION NANCY - Office de tourisme, la Métropole du Grand Nancy, la Chambre de Commerce et d'Industrie Grand Nancy Métropole Meurthe-et-Moselle et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Meurthe-et-Moselle ont engagé conjointement une démarche de création de marque visant à la mise en valeur des produits sucrés de notre territoire, de leurs fabricants et de leur savoir-faire.

Cette marque, intitulée « Nancy Passions Sucrées » concerne prioritairement les métiers de la confiserie et de la pâtisserie mais s'adresse également à la restauration.

Dans un souci d'exigence et de respect de nos visiteurs et de nos valeurs, la marque Nancy Passions Sucrées impose des critères de qualité dans la fabrication, dans les produits utilisés et leur provenance, et d'appartenance au territoire et à ses traditions. L'attribution de la marque est régie par le respect de critères, qui seront examinés lors d'un processus clair : dépôt de candidature accompagné d'un dossier technique, contrôle de la fabrication sur site, puis présentation et dégustation du produit lors d'un comité d'attribution, composé de représentants des institutions partenaires.

Afin de réunir sous la marque « Nancy Passions Sucrées » des produits d'excellence représentant la tradition culinaire sucrée locale, la nouvelle étape d'installation de la démarche est aujourd'hui de vous proposer d'adhérer à cette marque.

En pièces jointes, vous trouverez la méthodologie appliquée dans la mise en œuvre et le développement de « Nancy Passions Sucrées » et les documents utiles à votre candidature : charte et règlement d'usage, processus d'attribution de la marque, fiches de renseignements.

Vous y trouverez également les coordonnées des techniciens en charge du dossier qui sont à votre disposition pour vous apporter toute précision utile.

.../...

Les partenaires de cette opération soutiendront la marque par la promotion de celle-ci dans leurs communications respectives, au travers d'actions concrètes.

Par exemple, dans le cadre de sa stratégie de communication et de promotion, DESTINATION NANCY-Office de tourisme a décidé de mettre cette marque en valeur - en complément des atouts que sont l'ensemble XVIIIe classé à l'UNESCO et le patrimoine Art nouveau- sur l'ensemble de ses supports multilingues et d'associer produits et professionnels à certaines opérations de promotion en France et l'étranger.

Nous vous prions de croire, Mesdames, Messieurs, à l'assurance de notre considération.

Pierre BOILEAU
Président de
DESTINATION NANCY

Jean-Paul DAUL
Président de la
Chambre des Métiers et de l'Artisanat
de Meurthe-et-Moselle

André ROSSINOT
Président de la
Métropole du GRAND NANCY

François PELISSIER
Président de la
Chambre de Commerce et d'Industrie
Grand Nancy Métropole
Meurthe-et-Moselle

*Bon courage et
bravo.*