

**PRESSEMITTEILUNG von "DESTINATION NANCY"(bzw. "Reiseziel Nancy")-
Tourismusbüro**

Freitag, den 7. Juni 2019

GRÜNDUNG DES GÜTESIEGELS "NANCY MACHT SICH SÜß"

EINE FESTSTELLUNG

Heutzutage gilt der kulinarische Tourismus, der sich wie die Entdeckung des kulturellen und intimen Reichtums eines Territoriums erleben lässt, als eine wichtige Hebelkraft der touristischen Entwicklungsstrategien.

In der Tat stützt sich die ausgeprägte kulinarische Vielfalt der Süßigkeiten von Nancy auf eine echte historische Legitimität, womit Nancy sich von den anderen touristischen Städten deutlich unterscheiden kann.

Die Metropole des Grand Nancy(bzw. Nancy und der Großraum) bietet zahlreiche süße Spezialitäten: Makronen, Bergamotten und ihre Nebenprodukte, den sogenannten "Saint-Epvre" Kuchen, den sogenannten "Baba au Rhum",(entweder mit Tokajer oder mit Mirabellenlikör) die sogenannten "Craquelines" (Bonbons mit Schokoladefüllung), die sogenannten "Duchesses"(Bonbons mit Pralinenfüllung) und "Marquises"(Schokoladen), zahlreiche Bonbons, Nachtische und Mirabellengetränke, Makronen, Bergamotten-Bonbons, Lothringer Kuchen, Kuchen von Nancy, Schokoladen, Lebkuchen...

Manche Leuchtturmprodukte besitzen schon die sogenannte "IGP"(bzw. geschützte geografische Bezeichnung) und sind schon international bekannt.

Außerdem stützt sich diese Tradition auf ein großes und kompetentes Berufsfeld: nämlich arbeiten etwa 50 Konditoren, Zuckerbäcker oder Chocolatiers, 150 Bäcker-Konditoren, und so viele Gastronomen daran auf dem ganzen Gebiet der Metropole des Grand Nancy.

Diese "genussvolle" Tradition(nämlich die Handwerker und ihre süßen Produkte zusammen) sollte als eine der größten touristischen Stärken der Metropole des Grand Nancy anerkannt werden.

GRÜNDUNG DES GÜTESIEGELS "NANCY MACHT SICH SÜß"

Im Rahmen einer Förderungsstrategie des Ortes durch die süßen Spezialitäten und das Know-How der Bäcker, der Zuckerbäcker, der Chocolatiers und der Gastronomen von Nancy und dem Großraum haben sich vor einem Jahr:

- DESTINATION NANCY-Tourismusbüro
- DIE Metropole des Grand Nancy
- Die Industrie-und Handelskammer "Grand Nancy Metropole-Meurthe-et-Moselle"
- Die Handwerkskammer von Meurthe-et-Moselle.

zusammengesetzt, um eine Überlegung über die Gründung eines für die Empfänger kostenlosen Gütesiegels einzuführen, die darauf zielen sollte, diese süßen Spezialitäten, ihre Hersteller und ihr Know-How zu fördern. Dieses Verfahren hat zu der Gründung von "NANCY MACHT SICH SÜß" geführt(eingetragenes Warenzeichen Europa).

Dieses Gütesiegel bietet den betroffenen Fachkräften eine großartige Gelegenheit von Sichtbarkeit und Anerkennung an.

Es gewährleistet den Kunden(und vor allem den Touristen), dass die unter dem eingetragenen Warenzeichen angebotenen Produkte den Anforderungen von Traditionstreue, lokaler Herstellung und Servicequalität gerecht werden.

Dieses Gütesiegel betrifft vor allem das Berufsfeld der Konditorware und der Patisserie, es betrifft aber auch die Restauration.

DER VORGANG UND DIE VERTEILUNGSKRITERIEN

Das Siegel zu bekommen und die Produkte damit anzuzeigen verpflichtet den Hersteller dazu, Qualitätskriterien in der Herstellung, in den verwendeten Produkten und ihrer Herkunft in der territorialen Zugehörigkeit einzuhalten.

Diese Kriterien stehen im sogenannten Dokument "Charte et règlement d'usage"(bzw. Charta und geltende Gesetzgebung) geschrieben, das das Verteilungsverfahren(immer dem Hersteller und seinem Produkt zugeteilt) und das Funktionsprinzip des Siegels bestimmt.

Das Verteilungsverfahren beruht auf der Erfüllung von Kriterien, die durch ein in drei Phasen Verfahren geprüft werden:

- Bewerbung mit einem technischen Dossier.
- Fertigungskontrolle vor Ort.
- Darstellung und Verkostung des Produktes bei einem Verteilungsausschuss, der aus Vertretern von Partnerinstitutionen besteht.



TOURISTISCHES NUTZEN UND SICHTBARKEIT FÜR DIE INHABER DES SIEGELS ZUM VORTEIL DES GANZEN GEBIETES.

Die institutionellen Partner dieses Vorgangs haben sich dazu verpflichtet, das Siegel durch eine Förderungsstrategie in ihren jeweiligen Kommunikationspolitiken mit konkreten Aktionen zu unterstützen.

Zum Beispiel hat sich das Tourismusbüro von Nancy "DESTINATION NANCY" im Rahmen seiner Förderung-und Kommunikationsstrategie dafür entschieden, dieses Siegel- in Ergänzung der schon berühmten Vorteile(Architektonisches Ensemble aus dem 18. Jahrhundert, das zum UNESCO-Weltkulturerbe gehört, "Jugendstil"-Erbe)- auf alle mehrsprachigen Dokumente in den Vordergrund zu stellen und dabei Produkte und Fachkräfte bei manchen Förderungsvorgängen in Frankreich und im Ausland immer weiter einzubeziehen.

Entdeckungswege von süßen Spezialitäten von Nancy(in der Metropole) sind in den kommenden Monaten geplant: zum Beispiel Stadtrundfahrten (markierte oder freie Strecken, Schlemmereirallye für jeden geöffnet), Workshops, Produkte, Verpackung, Events und Veranstaltungen, Kommunikationsinstrumente(darunter Videoanleitungen, Berichte, Interviews...)

Heute haben die Partner ein Dossier an 320 Fachkräfte-Konditormeister, Zuckerbäcker, Chocolatiers, Gastronomen- der Metropole des Grand Nancy adressiert, das das Siegel darstellt. Dabei wird ihnen vorgeschlagen, wenn sie die Auswahlkriterien beachten, ins Verteilungsverfahren zu kommen. Dies sollte Anfang September mit den ersten Fachkräften/Produkten "NANCY MACHT SICH SÜß" abgeschlossen sein.