

Le contexte de l'innovation

La municipalité de Saint-Louis a rencontré en 2013 la majorité des acteurs économiques de la ville pour réfléchir à ce qu'elle pourrait mettre en œuvre afin de les aider à se développer. C'est dans ce contexte que le maire, Jean-Marie Zoellé, s'est concerté avec les artisans ludoviciens des métiers de bouche. Conscientes du potentiel et des atouts culinaires de la région de Saint-Louis et des Trois frontières, la Ville et son association de commerçants Les vitrines de Saint-Louis ont réfléchi ensemble à une initiative pour promouvoir l'image de la Ville, tout en développant l'activité de ses artisans.

L'idée innovante

La Ville de Saint-Louis et son association de commerçants ont engagé une démarche originale de labellisation de produits réalisés par les artisans locaux des métiers de bouche. « Les trésors de Saint-Louis – Alsace » est le premier label gastronomique créé par une ville et ses commerçants.

L'objectif recherché

Le but de cette démarche est de valoriser et promouvoir le savoir-faire haut de gamme des artisans ludoviciens, à travers un ensemble de produits, allant de la charcuterie à la pâtisserie, en passant par le café, la bière ou le fromage. La création de ce label accroît le rayonnement de la ville, ce qui profite à ses artisans et commerçants.

La démarche mise en œuvre

Une fois l'idée de la labellisation actée, la Ville de Saint-Louis et ses Vitrines se sont réunies à différentes reprises pour lancer la démarche.

Les réunions ont débuté en juillet 2013. Un cahier des charges a été établi pour déterminer quels produits peuvent profiter du label et à quelles conditions.

La marque « Les trésors de Saint-Louis » a été déposée le 12 septembre 2013 sous le numéro 13/4031746 à l'Inpi.

Les produits arborent un logo à l'effigie du roi Saint-Louis.

Il a fallu ensuite sélectionner les membres du jury pour décerner les labels, et organiser la diffusion ainsi que la promotion des produits labellisés.

Les 10 artisans des métiers de bouche de Saint-Louis se sont engagés à concevoir un ou des produits spécifiques dans le respect du cahier des charges, à créer une synergie et à tisser des liens privilégiés entre les membres, à mettre en commun un circuit de distribution, y compris hors des limites du territoire de Saint-Louis, ainsi que des outils et des actions de promotion à l'échelle trinationale.

La Ville de Saint-Louis s'est engagée à participer à l'élaboration d'un plan de communication au moyen du journal municipal *Saint-Louis magazine*, de l'affichage électronique et du site internet de la Ville.

Le contenu de la réalisation

Le jury, présidé par Marc Haeberlin, chef triplement étoilé de l'Auberge de l'Ill à Illhaeusern et composé de Jean-Marie Zoellé, maire de Saint-Louis, Fabrice Renner, président des Vitrines de Saint-Louis, Patrick Forster, président des hôteliers-restaurateurs des Trois frontières et Eric Lefebvre, président de l'Office de tourisme de Saint-Louis/Huningue, a

goûté les produits, afin de leur attribuer le label, le mercredi 23 octobre 2013 à l'Hôtel de Ville de Saint-Louis.

10 artisans ont obtenu le label, valable trois ans, pour un total de 18 produits. À partir de cette date, la commercialisation des produits pouvait commencer.

Les qualités mises en avant sont le goût, la tradition, mais aussi l'originalité et l'innovation. Le choix des filières courtes et l'apport d'une valeur ajoutée dans le secteur de Saint-Louis et des Trois frontières sont des critères essentiels du label « Les trésors de Saint-Louis / Alsace ».

Depuis octobre dernier, des paniers d'assortiments de différentes tailles et prix sont disponibles dans les commerces de Saint-Louis.

Les moyens humains et financiers

Les moyens humains internes

La Ville de Saint-Louis à travers la direction générale, le service juridique et le service communication

Le maire de la Ville de Saint-Louis, Jean-Marie Zoellé et son adjoint, Éric Wissler délégué à l'économie et au tourisme

Les moyens humains externes

Le président des Vitrines de Saint-Louis, Fabrice Renner

Les 10 artisans des métiers de bouche de Saint-Louis qui ont participé au concours

Les moyens financiers

La Ville a engagé 3 541 € TTC pour déposer la marque à l'Inpi

Les Vitrines de Saint-Louis ont participé pour un total de 5 357,82 € TTC

stickers et visuels : 1 487,82 € TTC

publicité dans le magazine de Noël 2014 : 540 € TTC

achat paniers et rubans : 380 € TTC

photos produits : 950 € TTC

création page internet et vente à distance : 2 000 € TTC

Le bilan de la réalisation

À ce jour, plus de 150 paniers ont été vendus. Les artisans visent à présent un développement plus important en fin d'année, pour la période de Noël, avec notamment le lancement d'une page internet spéciale sur le site des Vitrines de Saint-Louis, qui comprendra un système de vente à distance où chaque client pourra sélectionner lui-même les produits qu'il souhaitera faire figurer dans son panier. Elle sera en ligne en septembre 2014.

Les 11 points de vente seront développés et les comités d'entreprises ainsi que les entreprises locales seront démarchés pour la fin d'année.

D'autres actions de communication seront mises en œuvre pour valoriser et promouvoir l'élan solidaire des membres adhérant à la charte, comme la création d'une plaquette de présentation des produits labellisés.

Contact

Marie Gschwindenmann, chargée de communication

Tél. : 03 89 69 52 16

courriel : marie.gschwindenmann@ville-saint-louis.fr