Club des Saveurs d'Alsace

DOSSIER DE PRESSE

Septembre 2026

ALÉLOR - ALSACE LAIT - ARTHUR METZ - BOEHLI - BURGARD - CAROLA - FEYEL
FORTWENGER - GRAND'MÈRE - METEOR - MEYER'S - PIERRE SCHMIDT - SATI

Le Club des Saveurs d'Alsace **célèbre ses 30 ans**

En 2026, **le Club des Saveurs d'Alsace fête ses 30 ans**. Trois décennies durant lesquelles des entreprises emblématiques de l'agroalimentaire régional ont choisi d'avancer ensemble pour défendre leurs savoir-faire, leurs produits et une certaine idée de l'Alsace : authentique, exigeante, entreprenante et résolument vivante.

Le Club des Saveurs d'Alsace rassemble aujourd'hui des marques qui font partie du quotidien des Alsaciens : Meteor, Feyel, Meyer's, Pierre Schmidt, Grand'Mère, Fortwenger, Sati, Arthur Metz, Carola, Alélor, Burgard, Alsace Lait et Boehli : derrière des univers très différents, un même territoire et la volonté de le faire rayonner.

Alain Trautmann et Philippe Heimburger

Le Club des Saveurs d'Alsace ... **En bref**

Le Club des Saveurs d'Alsace rassemble 13 entreprises agroalimentaires alsaciennes indépendantes qui ont fait le choix de conjuguer leurs forces (sous la forme d'un GIE) pour valoriser leurs marques et leurs expertises. Cette dynamique collective leur permet de mener des actions communes, mais aussi de développer régulièrement des collaborations entre membres, notamment autour de nouveaux produits. Grâce à ce fonctionnement, ces marques disposent d'une force de frappe commerciale et promotionnelle plus importante que si elles agissaient seules, tout en contribuant à promouvoir le patrimoine gastronomique alsacien. Pour le consommateur, c'est une façon de consommer local tout en profitant d'avantages commerciaux. Ensemble, elles respectent et s'engagent à :

- **Valoriser le patrimoine gastronomique alsacien** et pérenniser les traditions régionales
- **Capitaliser sur des valeurs communes :** excellence, tradition, dynamisme
- **Garantir une exigence constante** sur la qualité des produits
- **Encourager l'innovation et les collaboration**s entre membres
- **Privilégier la proximité et le respect du consommateur** (circuits courts, qualité pérenne, filières locales...)
- **Entretenir une relation de confiance** avec les distributeurs et les consommateurs
- **Soutenir l'économie et l'emploi dans la région** tout en défendant fièrement la gastronomie alsacienne.

30 ans de fidélité entre les alsaciens et leurs marques

En Alsace, les marques régionales occupent une place à part. On les reconnaît, on connaît leur histoire et on en est fiers ! Cette proximité construite au fil des générations constitue aujourd'hui l'un des grands atouts du Club. 30 ans après sa création, son ambition reste la même : faire vivre le patrimoine gastronomique alsacien, soutenir l'économie régionale et contribuer à rendre les produits régionaux attractifs et accessibles aux consommateurs.

30 ans... et l'envie de parler à une nouvelle génération

Le Club ouvre aujourd'hui un nouveau chapitre de son histoire. Il souhaite renouveler sa manière de communiquer et aller davantage à la rencontre des nouvelles générations de consommateurs. Parce que consommer alsacien ne doit pas être uniquement une affaire d'héritage culturel ou de nostalgie. C'est aussi un choix très actuel : celui de connaître l'origine des produits, de soutenir des entreprises implantées sur son territoire, de préserver des emplois et des savoir-faire et de privilégier la proximité.

L'enjeu des prochaines années : transmettre cet attachement à l'Alsace aux consommateurs de demain, avec leurs codes, leurs usages et leurs attentes. Une évolution qui se fera sans renier ce qui constitue depuis 1996 l'ADN du Club : la qualité, la proximité, la convivialité, la solidarité entre ses membres et l'attachement au territoire.

Un changement de présidence pour accompagner cette évolution

À l'occasion des 30 ans du Club des Saveurs d'Alsace, Alain Trautmann, PDG d'Alélor, devient officiellement président du Club. Il succède à Philippe Heimburger et aura pour mission d'accompagner cette nouvelle étape de son développement. Un passage de relais particulièrement symbolique à l'heure où le Club ambitionne d'assurer la continuité de ses actions en innovant mais aussi en préservant ce qui fait sa force depuis 30 ans, la puissance du collectif.

« Nous devons continuer à faire rayonner la richesse de notre terroir et de notre authenticité, tout en ouvrant davantage nos portes à une nouvelle génération. L'un de nos défis sera de conquérir un public plus jeune, de lui donner envie de découvrir nos produits, de s'approprier notre patrimoine gastronomique et de devenir à son tour ambassadeur des Saveurs d'Alsace. Pour cela, nous devons savoir nous renouveler, innover dans notre manière de communiquer et créer de nouvelles passerelles avec les jeunes consommateurs, sans jamais perdre l'authenticité qui fait notre identité. C'est avec cette ambition que je souhaite inscrire le Club dans une dynamique tournée vers l'avenir, plus moderne, plus audacieuse et toujours profondément alsacienne. » explique Alain Trautmann.

13 entreprises membres
qui incarnent les valeurs de l'alsace

ALÉLOR

Alélor est fabricant de moutardes, raiforts, mayonnaises, sauces et condiments depuis 1873. Entreprise familiale installée à Mietesheim, Alélor est la dernière fabrique de moutarde en Alsace et l'unique usine de transformation de racines de raifort en France. Alélor soutient ses filières agricoles locales et ses agriculteurs partenaires pour conserver la culture des graines de moutarde et des racines de raifort en France.

Dirigeant : Alain Trautmann

CA 2025 : 8 M€

Effectif : 25 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : Moutarde : 1 000 Tonnes - Raifort : 100 Tonnes - Sauces : 100 Tonnes - Pickles : 500 Tonnes.

Volume produit en Alsace : 80 %

Répartition des ventes : Alsace : 75 %, France : 22 % Export : 3 %

L'actualité : L'extension d'une unité de production et conditionnement de 1 600 m² pour décembre 2026.

Les nouveautés : Une nouvelle gamme de sauces piquantes et un ketchup d'Alsace.

Ce que le Club nous apporte : « Un groupement collectif au service des marques dans le but de ravir les consommateurs et une mutualisation des moyens pour communiquer plus fort ».

ALSACE LAIT

Alsace Lait est une coopérative laitière indépendante basée à Hoerdt (67). Née en 1979 de l'union de la Laiterie centrale de Strasbourg avec 4 autres coopératives de notre belle région, elle compte aujourd'hui 250 producteurs laitiers. Alsace Lait perpétue la tradition culinaire alsacienne : lait frais, Bibeleskaes, crème fraîche fluide d'Alsace Label Rouge ou encore du beurre extra-fin.

Dirigeant : Hervé Massot

CA 2025 : 245 M€

Effectif : 450 collaborateurs

Les volumes commercialisés en 2025 : 127 000 tonnes de produits laitiers.

Volume produit en Alsace : 100 %

Répartition des ventes : France et export.

L'actualité : Des investissements liés à la modernisation de lignes de production.

Les nouveautés : Le lancement de gammes de Skyrs, de yaourts à la grecque et de yaourts 100 % fruit d'Alsace.

Ce que le Club nous apporte : « Le Club des Saveurs d'Alsace nous offre l'opportunité de participer à des animations en magasin et la force d'un réseau ».

MAISON ARTHUR METZ

Productrice de vins et élaboratrice de Crémants d'Alsace fondée en 1904, la Maison Arthur Metz à Marlenheim rayonne dans tout le vignoble alsacien à travers ses propriétés viticoles & installations : Epfig, Scharrachbergheim, Barr avec la Maison Klipfel, Ribeauvillé et Colmar. La Maison incarne l'héritage de la famille Helfrich profondément enracinée dans le terroir alsacien. Elle s'impose comme le 1er metteur en marché du vignoble alsacien *(Source : CIVA Mars 2026)* et 1er exportateur français de vins et Crémants d'Alsace. La Maison Arthur Metz sélectionne ses raisins sur plus de 1 200 hectares de vignoble, parmi les plus beaux terroirs alsaciens grâce à ses 350 vignerons partenaires.

Dirigeant : Timothée Boltz

CA 2025 : 55,1 M€

Effectif : 138 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 8 M de bouteilles de 75 cl de Crémant d'Alsace - 5,5 M de bouteilles de 75 cl de Vin tranquille.

Volume produit en Alsace : 96 %

Répartition des ventes : France 65 % - Export 35 %

L'actualité : Des investissements sur le site de production à Marlenheim et des travaux de modernisation de l'outil de production ainsi que du bâtiment dans l'objectif d'améliorer la qualité des produits et des services.

Les nouveautés : Le lancement d'une gamme de vins désalcoolisés 0 % effervescent Chardonnay et Pinot Noir et vins tranquilles en cépage Riesling, Muscat, Gewürztraminer. Le lancement en 2026 d'une gamme de canettes 20 cl Arthur Metz Ice Fizzy blanc et rosé.

Ce que le Club nous apporte : « Le Club des Saveurs d'Alsace renforce notre rôle d'acteur engagé auprès de notre communauté avec la volonté de faire rayonner l'identité alsacienne.

Nous partageons la même exigence de qualité et la même passion pour les femmes et les hommes qui font battre le cœur de l'Alsace. Le CSA nous apporte de la visibilité et des moyens pour communiquer sur notre Maison afin de proposer aux consommateurs une expérience de dégustation complète, mettant en avant la gastronomie et l'art de vivre alsacien. »

BOEHLI

Boehli est une entreprise alsacienne qui perpétue depuis 1935 un véritable savoir-faire autour des bretzels et de l'apéritif. Sur ses sites de Gundershoffen et de Geudertheim, elle fabrique chaque jour plus de 40 tonnes de biscuits. Attachée à ses racines, Boehli aime aussi sortir des sentiers battus en imaginant des Bretzels aux saveurs originales et surprenantes. Avec La Fabrique à Bretzels, Boehli fait découvrir son univers, son histoire et son savoir-faire aux visiteurs.

Dirigeant : Nicolas Meckert

CA 2025 : 30,5 M€

Effectif : 118 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 8700 tonnes bretzels et biscuits apéritifs.

Volume produit en Alsace : 98 %

Répartition des ventes : France : 62 % - Export : 38 %

L'actualité : La reprise de l'activité d'Alsace Biscuits Tradition en 2026.

Les nouveautés : Le lancement d'un sachet de crackers de 120 gr ainsi que des bretzels aux nouvelles saveurs.

Ce que le Club nous apporte : « Le CSA nous apporte une force collective pour faire rayonner les marques plus fort et plus efficacement, avec une ambition commune : créer de l'impact et séduire durablement les consommateurs. »

BRETZEL BURGARD

Bretzel Burgard est un fabricant de produits boulangers frais, de snacking et d'apéritif traiteur surgelé depuis 1935 et actuellement installé à Hoerdt en Alsace.

Dirigeant : Justine Erhard

CA 2025 : 32 M€

Effectif : 270 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 1 747 tonnes

Volume produit en Alsace : 100 %

Répartition des ventes : GMS 35 %, Home freezer 24 %, Boutique 22 %, Restauration hors foyer et export 19 %

L'actualité : Embauche de 73 CDI depuis le premier janvier 2025 avec 27 contrats de professionnalisation.

Les nouveautés : Le lancement d'une nouvelle gamme de pains surprises cocktail 50 toasts, de cadeau surprise 32 toasts, de bretzel surprise 32 toasts, de 15 mini brioches, de 20 mini bagels saumon, de 20 mini bagels comté truffe et de 32 canapés terroir.

Ce que le Club nous apporte : « Un ancrage régional et un CA supplémentaire. »

CAROLA

Carola est une marque d'eau de source alsacienne née à Ribeauvillé il y a plus de 135 ans. Puisée au cœur du Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges, son eau est naturellement pure et préservée. Marque emblématique du Grand Est et leader de sa catégorie sur les eaux gazeuses, Carola accompagne depuis des générations les moments du quotidien grâce à ses eaux natures et aromatisées au goût unique. Engagée sur son territoire, Carola est une marque de proximité qui célèbre « le goût d'être ici ».

Dirigeant : Julian Schmitt, Directeur Marketing

CA 2025 : 21,4 M€

Effectif : 66 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 62 M de litres

Volume produit en Alsace : 100 %

Répartition des ventes : Majoritairement dans le Grand Est

L'actualité : Fort de son succès sur le marché des eaux gazeuses aromatisées (40 % de part de marché volume en Alsace, +18 % de ventes volume), Carola a lancé en 2025 une nouvelle gamme « Carola Création » : les bulles intenses de Carola Rouge, déclinées en trois saveurs inspirées de mocktails incontournables (Mojito, Passion Fizz et Piña Colada). Des recettes sans sucres et sans alcool, pour un plaisir sain à base d'arômes 100% naturels.

Source : Données Circana, Cumul Courant P08 2026 - Alsace

Les nouveautés : En 2026, la gamme Carola Création s'élargit avec une nouvelle référence : Hugo Spritz, aux notes de fleur de sureau et citron vert.

Ce que le Club nous apporte : de belles occasions d'être mis en avant et d'aller chercher de nouveaux consommateurs, tout en marquant notre ancrage territorial.

FEYEL

La Maison FEYEL, forte de ses 215 ans d'histoire, est aujourd'hui une entreprise bien dans son époque, et bien ancrée dans son territoire.

Elle est née au début du 19ème siècle à Strasbourg où a été élaborée la 1ère recette de Foie Gras cuisinée. C'est toujours à Strasbourg que s'est développé ce savoir-faire qui fait aujourd'hui encore la réputation des produits de l'entreprise. Et c'est toujours par ses Chefs cuisiniers que se transmettent les recettes, tours de main et astuces, et ce de génération en génération.

Aujourd'hui implantée à Schiltigheim, en proximité de Strasbourg, FEYEL fait vivre 72 familles.

Dirigeant : Claudine Roposte

CA 2025 : 15 M€

Effectif : 72 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : Foies Gras = 100 Tonnes - Viandes = 100 Tonnes - Pâtés = 90 Tonnes - Plats cuisinés = 100 Tonnes – autres produits : 100 tonnes

Volume produit en Alsace : 100%

Répartition des ventes : Grand Est et Ile de France

Actualité de l'entreprise : recrutement sur des postes clé en production et maintenance pour assurer la pérennité de nos Savoir Faire Maison, en prévision de prochains départs en retraite.

Les nouveautés : Le lancement de la gamme « Côté Bistrot ».

Ce que le Club nous apporte : « Le Club offre une dynamique collective pour valoriser nos produits et les faire se rencontrer avec nos consommateurs alsaciens. Tout en bénéficiant de la mutualisation des moyens humains et financiers pour une présence et une communication optimisée. »

FORTWENGER

Depuis 1768, Fortwenger cultive l'art du pain d'épices à Gertwiller, capitale alsacienne de cette spécialité emblématique. Fondée par Charles Fortwenger, la maison perpétue un savoir-faire artisanal unique, transmis de génération en génération. Reprise par la famille Risch en 1977, l'entreprise est devenue le 1er producteur de pain d'épices en France, tout en restant fidèle à ses racines alsaciennes. Aujourd'hui, l'innovation est au cœur des préoccupations de Fortwenger. Chaque année des nouveautés voient le jour : pains d'épices, biscuits, chocolats... autant de créations qui sont animées par l'envie de ravir petits et grands.

Dirigeant : Steve Risch

CA 2025 : 32 M€

Effectif : 200 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 10 tonnes de pains d'épices et biscuits produits / jour - 150 tonnes de chocolat.

Volume produit en Alsace : 100 %

Répartition des ventes : principalement France - avec une surconsommation dans l'Est.

Un peu d'export (1 % du CA) : USA, Japon, Europe de l'Est, Allemagne, Belgique, etc.

L'actualité : Un investissement de 3 M€ pour transformer le site de Molsheim et insuffler un nouvel élan économique par la création d'une expérience unique en Alsace.

Ce futur projet inclut :

- Un parcours immersif permettant aux visiteurs de découvrir les secrets de fabrication du chocolat depuis la production jusqu'aux techniques artisanales comme la peinture à la main des moulages. Des espaces interactifs tels qu'une école du chocolat pour des ateliers pratiques de confection et de peinture sur chocolat, un salon de thé convivial et une boutique.

Les nouveautés : Le lancement de : Mini-Stollen framboise choco, pain d'épices framboise-choco, biscuits bretzels 4 saveurs (framboise, mirabelle, cacao et pistache).

Ce que le Club nous apporte : « Le Club des Saveurs d'Alsace nous permet de mutualiser nos moyens pour renforcer notre visibilité, développer notre communication et accéder à des opérations de mise en avant d'envergure dans les enseignes de la grande distribution. »

13 entreprises membres qui incarnent les valeurs de l'alsace

GRAND'MÈRE

Grand'Mère, spécialiste des pâtes IGP aux 7 oeufs frais par kilo de semoule de blé dur, incarne le fleuron du savoir-faire pastier alsacien. Forte d'un héritage centenaire, la marque perpétue des méthodes de fabrication traditionnelles alsaciennes, fondées sur la sélection d'ingrédients de qualité 100 % français.

Dirigeant : Nicolas Guize

CA 2025 : 16 M€

Effectif : 80 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 6 000 tonnes de pâtes

Volume produit en Alsace : 100 %

Répartition des ventes : Grand Est : 70 % - France Hors Grand Est 30 %

L'actualité : Gain continu de parts de marché pour la marque de pâtes d'Alsace préférée des Alsaciens.

Les nouveautés : Le lancement d'une nouvelle gamme de pâtes complètes aux œufs (unique sur le marché) : spaghetti, torsade, coquillette, nids.

Ce que le Club nous apporte : « Le Club des Saveurs d'Alsace nous offre une mutualisation avec un collectif de marques fortes ancrées localement, un réel impact positif pour apporter de la visibilité en magasins ».

METEOR

METEOR est une brasserie familiale et indépendante installée à Hochfelden, en Alsace, depuis 1640. Plus ancienne brasserie de France en activité, elle est portée par la famille Haag depuis 8 générations. Elle brasse des bières de caractère sur son site historique, avec une forte culture PME, un ancrage local revendiqué et une distribution nationale en GMS comme en CHR. La marque défend un modèle indépendant, attaché à ses salariés, à son territoire et à la réduction de son impact environnemental.

Dirigeant : Édouard Haag

CA 2025 : 59,9 M€

Effectif : 500 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : Environ 500 000 hl brassés par an.

Répartition CA Brasserie Meteor par canal : CHD 66,9 %, Grande Distribution 22,6 %, Marchés spéciaux et Export 7,9 %.

Volume produit en Alsace : 100 % des bières brassées à Hochfelden et plus de 70 % des volumes produits en consigné (fûts et bouteilles) en Alsace.

Répartition des ventes : Distribution nationale en France, en GMS et CHR.

4 500 clients CHR dans toute la France.

L'actualité : Le démarrage des travaux, en fin d'année, d'une nouvelle salle de brassage et le récent déploiement de « Le Meteor Vieux-Port à Marseille »

Les nouveautés : Le lancement de METEOR IPA 0,0 % et le développement de la gamme IPA ainsi qu'une gamme de « bières de spécialité » et l'extension des boissons sans alcool.

Ce que le Club nous apporte : « Le Club des Saveurs d'Alsace nous permet de faire rayonner collectivement l'excellence gourmande alsacienne, de créer des passerelles entre marques du territoire et de parler plus fort au nom d'un patrimoine commun tout en créant des opérations en magasin ».

MEYER'S

La distillerie Meyer (depuis 1958) située au cœur du Val de Villé est réputée pour la qualité de ses eaux-de-vie de fruits et ses whiskys alsaciens. Elle produit depuis peu une gamme d'apéritifs, pastis, spritz et gins. Distillerie la plus primée de France avec à ce jour au concours général agricole de Paris un palmarès de plus de 200 médailles.

Dirigeant : Arnaud Meyer

CA 2025 : 3,6 M€

Effectif : 20 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 280 000 litres

Volume produit en Alsace : 95 %

Répartition des ventes : Grand Est

L'actualité : L'ouverture d'une boutique à Obernai au printemps.

Les nouveautés : Le lancement « Noces royales » : liqueur de poire et cognac

Ce que le Club nous apporte : « Le Club des Saveurs d'Alsace nous permet de gagner en visibilité et de nous appuyer sur un réseau de professionnels avec lesquels nous partageons des valeurs et des problématiques communes. »

PIERRE SCHMIDT

Pierre Schmidt est une entreprise familiale qui fabrique et commercialise des produits de charcuterie et de traiteur alsaciens depuis 1911. 1ère ETI en agroalimentaire d'Alsace, la fabrication de ses produits se répartit aujourd'hui sur 3 sites de production (Weyersheim/Reichstett/Obernai). Le groupe Pierre Schmidt, leader en Flammekueche fraîches, choucroutes garnies, charcuterie alsacienne et aspics en France ne dénombre pas moins de 800 salariés.

Dirigeant : Laurence Cahen

CA 2025 : 95 M€

Effectif : 400 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 5 400 tonnes de charcuterie et 9 900 tonnes de produits traiteur.

Volume produit en Alsace : 100 %

Répartition des ventes : France et export

L'actualité : Les 115 ans de la marque

Une nouvelle gamme à poêler en collaboration avec Nicolas Rieffel (spaetzle, knepfle, fleischkiechle).

Ce que le Club nous apporte : « Le Club des Saveurs d'Alsace nous offre une mutualisation des moyens pour une communication à plus grande échelle avec un collectif de marques à l'ADN local ».

CAFÉ SATI

1er torréfacteur indépendant d'Alsace, Sati aborde son centenaire avec la même conviction : défendre le goût, la qualité et la proximité. Entreprise familiale à taille humaine, Café Sati conjugue ancrage territorial et capacité industrielle. Son activité est principalement réalisée en GMS, avec 15 % de PDM dans le Grand Est. Le tout s'accompagne d'un esprit d'innovation (procédés, produits, packagings) et d'une démarche RSE, au service de la qualité et de l'environnement.

Dirigeant : Nicolas Schulé

CA 2025 : 100 M€

Effectif : 140 collaborateurs

Les volumes commercialisés par an : 7 600 tonnes de café torréfiées

Volume produit en Alsace : 90 %

Répartition des ventes : France et export

L'actualité : 2026 : année du centenaire Sati

Les nouveautés : Lancements de : Latte Macchiato Caramel (capsules), Chocolat chaud noir intense (capsules), Café du centenaire (grains), kombucha au café

Ce que le Club nous apporte : « Nous sommes fiers de porter avec nos collègues du Club les couleurs de l'Alsace et de ses entreprises. Continuons à avancer ensemble avec un engagement renforcé… ».

Club des Saveurs d'Alsace

Le Club des Saveurs d'Alsace en quelques mots :

Créé en 1996, le Club des Saveurs d'Alsace fédère des entreprises agroalimentaires profondément implantées dans la région autour de valeurs communes : qualité, savoir-faire, proximité, respect du consommateur, engagement environnemental et dynamisme économique régional.

Depuis 30 ans, ses membres mutualisent leurs forces et mènent notamment des opérations communes auprès de la grande distribution et des consommateurs.

Une conviction demeure : ensemble, les marques alsaciennes sont plus fortes.

Et après 30 ans, l'histoire est loin d'être terminée.

...et en **chiffres**

13
entreprises membres

30 ans
d'histoire

714 M€
de CA cumulé

2 479
collaborateurs (effectifs cumulés)

15
sites de production en Alsace

65
animations commerciales par an

N.B Relations presse / publiques / influenceurs

www.clubsaveursalsace.com

wayaweb