COMMUNIQUE DE PRESSE

Les GMA renforcent leur visibilité avec une nouvelle stratégie digitale en 2025

Colmar, le 7 novembre 2024 — Les Grandes Maisons d'Alsace (GMA) amorcent une nouvelle dynamique, en renforçant leur présence numérique et en modernisant leurs outils de communication. Cette stratégie digitale accompagnée de la refonte du site web visent à mieux valoriser les 33 domaines membres et accroître la visibilité des GMA auprès des professionnels et du grand public.

Les Grandes Maisons d'Alsace (GMA) engagent une nouvelle dynamique en 2025 avec une **stratégie de communication digitale qui doit permettre d'accroître leur visibilité auprès des prescripteurs et du grand public sur LinkedIn, Instagram et Facebook. Le site web** sera quant à lui entièrement revu, afin de moderniser l'interface et enrichir l'expérience utilisateur. L'objectif sera de valoriser les missions du Groupement et de présenter les spécificités des quelque 33 domaines membres.

« Nous allons nous doter d'outils de communication qui seront le reflet de **l'excellence et des ambitions de nos maisons** » souligne Thomas Boeckel, président des Grandes Maisons d'Alsace.

Accompagner la dynamique collective

Cette évolution s'inscrit dans la continuité de la dynamique amorcée depuis plusieurs années, qui a permis non seulement de consolider la stratégie collective des Grandes Maisons d'Alsace, de rappeler la place qu'occupe le Groupement en tant qu'organisation représentative des Producteurs-Négociants mais aussi de réaffirmer son poids au sein de la filière viticole alsacienne. Le choix d'utiliser le seul nom de « Grandes Maisons d'Alsace » contribue à cette volonté d'une communication plus directe et lisible.

Cette année a été marquée par plusieurs temps forts :

- Sur **Wine Paris**, la participation de 18 Maisons sur la surface pilotée par l'espace interprofessionnel a conforté la visibilité des GMA.

- La **Dégustation du Nouveau Millésime** a permis un focus impactant sur le Gewurztraminer qui a retenu l'attention des acheteurs. Cette édition a inscrit définitivement l'événement dans l'agenda viticole professionnel.

- La **Foire aux Vins d'Alsace (FAV) de Colmar** a également rencontré un beau succès grâce à la participation record de 25 maisons.

Pour Thomas Boeckel, le rayonnement de l'excellence viticole alsacienne demeure un objectif fondamental. « **Notre priorité est d'avancer ensemble, en responsabilité, avec nos membres, avec les acteurs de la filière mais aussi avec l'ensemble du territoire**. Préserver nos paysages et nos villages viticoles est essentiel pour les Grandes Maisons d'Alsace. Je peux vous dire que l'engagement de nos membres dans les démarches environnementales notamment bio est très fort », rappelle T. Boeckel.

Cela s'inscrit dans une logique de valorisation des produits que défend le Groupement. « Pour garantir la pérennité des entreprises et un partage équitable de la valeur au sein de la filière, il est en effet crucial de **combiner un marketing fort et une stratégie de montée en gamme** » conclut le président.

Plusieurs membres des GMA président trois nouvelles commissions interprofessionnelles

Il y a quelques semaines, quatre membres du Groupement ont été nommés à la tête de trois commissions interprofessionnelles récemment créées. Il s'agit de :

- **Samuel Tottoli** (Domaine Kirrenbourg) pour la commission « **Valorisation** ».
- **Thomas Schutz** (Ruhlmann-Schutz) pour la commission « **RSE** ».
- **Nicolas Haeffelin** (Arthur Metz) et Gladys Wintermantel (Bott Frères) pour la commission « **Communication avec le vignoble** ».

À propos : Créé en 1913, les Grandes Maisons d'Alsace regroupe 34 entreprises dont la grande majorité sont familiales, souvent plus que centenaires. Elles valorisent cet ancrage historique aux quatre coins de la planète puisque 97% commercialisent à l'international et pèsent 35% de la commercialisation des vins AOC à l'export.