



## INSPIRE METZ

POINT PRESSE DU 17 OCTOBRE 2017

### Feuille de route

\*\*\*

#### L'AGENCE INSPIRE METZ

- Structure associative issue de la fusion entre Metz Métropole Développement dont le Bureau des Congrès, et l'Office de Tourisme de Metz Cathédrale dont la Maison du Pays Messin, née le 1<sup>er</sup> septembre 2017 ;
- Pilotée par un Bureau et un Conseil d'Administration renouvelés, offrant une plus grande représentation des acteurs privés ;
- Comportant 39 salariés - 30 ETP, basés au corps de garde, place d'Armes ;
- Chargée du déploiement de la marque Inspire Metz, bannière condensant en un signe et une signature l'énergie créatrice du territoire.
- Active dans le champ du tourisme, du tourisme d'affaires et du développement économique :
  - L'Office de Tourisme de Metz Cathédrale propose une ouverture et un accueil personnalisé multilingue 7j/7, une information complète multisupports, et une équipe d'experts de la destination.
  - À la veille de l'ouverture du centre Metz Congrès Robert Schuman, la Direction du Tourisme d'Affaires est le partenaire privilégié pour accueillir et organiser tout projet de congrès, conventions, séminaires, *incentive*.
  - Le pôle économique de l'agence Inspire Metz propose des solutions d'implantation et de développement sur Metz et son agglomération. L'agence participe à la structuration des filières clés du territoire (matériaux, procédés et énergie, logistique, industries créatives et culturelles...) en France, au sein de l'espace transfrontalier et à l'international.

\*\*\*



## MISSION

- Dans le cadre de la stratégie métropolitaine fixée par Metz Métropole et ses partenaires, l'agence tient un rôle **offensif**.

L'agence Inspire Metz est chargée **d'accélérer la « commercialisation »** de la destination : ses produits de séjour et ses nuitées, ses équipements réceptifs, ses opportunités foncières et commerciales.

L'agence mobilise à cette fin une force de promotion (la Marque et ses déclinaisons), de prospection (investissement des salons et rencontres d'affaires majeures), et d'accueil des investisseurs, touristes et touristes d'affaires. Elle accompagne les acteurs locaux et identifie, avec eux, toutes les opportunités de développement dans leur intérêt et celui du territoire.

- Elle se tient aux côtés de la Métropole dans la mise en œuvre de sa politique de développement économique et touristique (investissements dans les infrastructures et grands équipements, subventionnements et aides aux entreprises, prospective et planification).

## AMBITION

Son objectif central et constant est de toujours mieux connecter le territoire de Metz Métropole aux échanges mondiaux créateurs de richesses et d'**emplois**.

## STRATÉGIE

- **Positionnement** : la littérature économique des vingt dernières années a largement mis en évidence le rôle moteur et central des métropoles dans la croissance mondiale. Dans l'économie de la connaissance, les grandes agglomérations concentrent la ressource la plus précieuse : la production de l'innovation.

Le positionnement « Art and Tech » de Metz Métropole répond à cette urgence : faire valoir et fructifier la puissance du territoire dans les domaines culturels (Centre Pompidou-Metz, Cité Musicale de Metz, saison Constellations, etc.) et technologiques (campus technologique européen, écosystème French Tech, Vallée européenne des Matériaux et de l'Énergie, etc.).

- **Discours** : confrontée aux métropoles « installées », l'agence entend faire valoir, dans l'ensemble de ses domaines d'activité, Metz Métropole comme métropole « ouverte », riche de potentiels, territoire à créer et réinventer.



## OBJECTIFS

### Sur 3 ans

Être identifiée comme

- Destination alternative de premier rang
- Hotspot créatif et innovant
- Porte ouverte sur le marché européen

### Sur 18 mois

- Intensifier le ciblage du marché allemand (première clientèle touristique, premier investisseur étranger) : faire d'un point fort un point d'excellence incontesté.
- Identifier et activer des « phares » : installations / développements / manifestations, à fort impact économique et médiatique, en lien avec les filières stratégiques du territoire : Matériaux et procédés, Numérique, Industries créatives et culturelles, centres d'appels, agriculture périurbaine.
- Mettre en tourisme l'ensemble de la destination de manière à ne négliger aucune manière de capter et retenir les touristes et touristes d'affaires.

### Sur 6 mois.

- Installer les réflexes « d'attractivité », soit mêler les métiers, produits et discours du développement économique et du tourisme.
- Gagner en lisibilité, au sein du dispositif métropolitain.
- Terminer la fusion.

\*\*\*

## ACTIONS ENGAGEES

1. Terminer la fusion : accords internes
2. Gagner en lisibilité :
  - communication de l'agence
  - convention avec Moselle Attractivité
3. Installer les réflexes d'attractivité :
  - Lancement du produit de séjour « Temple Neuf »
4. Diversifier l'offre touristique
  - Tourisme spirituel
  - Tourisme industriel et technique
  - Tourisme du goût et tourisme œnologique



5. Intensifier le ciblage du marché allemand et transfrontalier
  - o Actions spécifiques de prospection sur le marché allemand
  - o Accueil distinctif
6. Activer des « phares »
  - o Séquence inaugurale du centre de congrès : eSport et Numérique

**Indicateurs de succès :**

- progression des nuitées
- progression des emplois métropolitains supérieurs dans l'emploi total



## FOCUS : SEQUENCE INAUGURALE DU CENTRE DE CONGRES : UN VOLET e-SPORT

En 2016, l'industrie du jeu vidéo a généré un chiffre d'affaires de 100 milliards de dollars dans le monde, soit plus que le cinéma (90 milliards), par une vaste gamme d'offres (matériels et accessoires, software, droits de retransmission, médias, etc.) et d'écosystèmes : console, PC, ou mobile (chiffres du SELL). Au sein de ce marché en forte expansion (+14% au premier semestre 2017), l'eSport se distingue par une croissance extrêmement rapide, dont témoignent les événements de grande ampleur observés récemment (Finale de League of Legends: 20 000 spectateurs) et retransmis sur les grandes chaînes (Canal+, TF1, beIN SPORTS, etc.).

Soucieuse de prendre position nettement et sans tarder sur un marché nouveau et à très forte croissance, la Métropole de Metz a choisi d'inaugurer le Centre de Congrès Robert-Schuman (septembre 2018) par deux jours de rencontres et de compétitions eSport de grande envergure. Cette manifestation a vocation à s'installer durablement à Metz.

Il s'agit ici de stimuler une scène messine particulièrement dynamique dans les industries créatives et culturelles, au travers du cluster « East Games » rassemblant des producteurs indépendants de l'ensemble de la Région Grand Est et basé au tiers-lieu TCRM-Blida (25 000 m<sup>2</sup> en cœur de ville); du premier laboratoire universitaire de France consacré au Jeu Vidéo, l'*Expressive GameLab* de l'Université de Lorraine; ou encore de sociétés telles que Mamytwink, du youtubeur éponyme, passée de 1 à 5 salariés en quelques mois pour l'animation d'une communauté de 700 000 abonnés dédiée aux jeux Blizzard.

Le positionnement rapide de la Métropole sur le eSport vise à investir un secteur générateur d'emplois et de retombées financières, autant qu'à traduire spectaculairement la dimension "Art & Tech" d'une métropole ambitieuse, déjà dotée du premier Centre d'Art Moderne et Contemporain de région (le Centre Pompidou Metz), d'un campus technologique européen, labellisée « Métropole French Tech » avec le Sillon Lorrain, et dont la saison culturelle estivale consacrée aux arts numériques, « Constellations », aura attiré 600 000 spectateurs dès sa première saison en 2017. La dimension européenne d'un tel événement eSport prendra également tout son sens à Metz, au cœur de la Grande Région transfrontalière entre Allemagne, France, Luxembourg et Belgique, extrêmement dense démographiquement et économiquement.

Le nom de l'événement et les premiers éléments du programme seront révélés mardi 31 octobre à l'occasion lors de la Paris Games Week (1<sup>er</sup> – 5 novembre 2017), à Paris, Porte de Versailles.