

RAPPORT D'ACTIVITÉ

20
20

- > Développement touristique
- > Développement économique
- > Développement du tourisme d'affaires

Inspire Metz, agence d'attractivité au service de Metz Métropole.

1 AGENCE, 3 MÉTIERS

Laissez-vous surprendre par la métropole de Metz (visites, séjours, City-Pass...) et préparez votre venue.

VISIT **ME
TZ**

TOURISME

S'implanter et se développer à Metz Métropole (votre entreprise, filiale ou enseigne).

INVEST IN **ME
TZ**

ÉCONOMIE

Organisez vos congrès, conventions d'affaires, séminaires à Metz Métropole.

MEETING YOU
TZ

CONGRÈS

SOMMAIRE

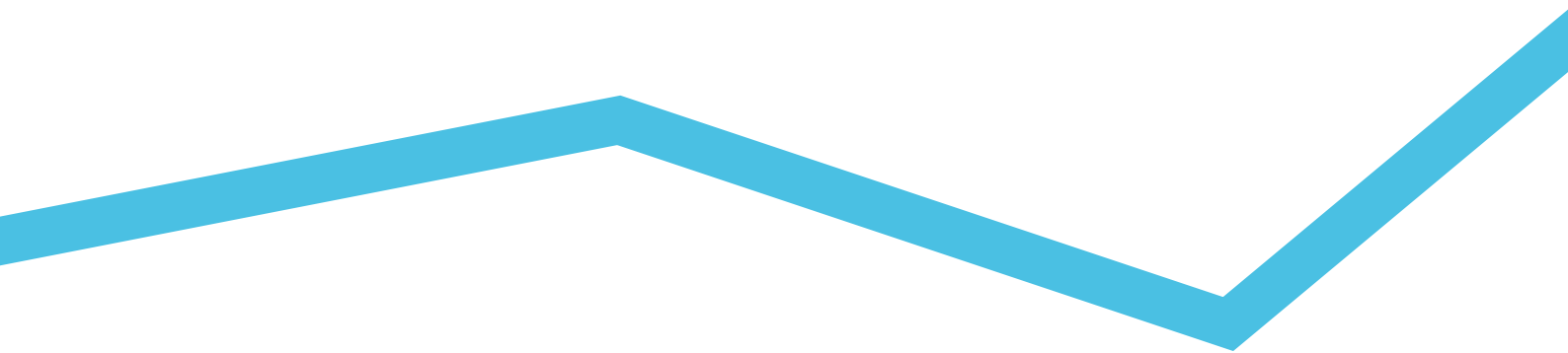
Exercice 2020 : points marquants	5
1. Développement du Tourisme	7
Fréquentation	7
Évolution du Chiffre d’Affaires	9
Éditions	11
Promotion / Relations publiques	11
Évolution de l’offre et perspectives	12
2. Attractivité Économique	17
Maintenir et développer le tissu économique endogène et accompagner les entreprises	17
Développer et animer les zones d’activité - Offre économique de Metz Métropole	19
Attirer et développer le commerce	20
Attirer : soutien et développement à la filière Industries Culturelles et Créatives	21
Attirer : participation et soutien à des événements et dispositifs professionnels	22
International	22
Covid- 19 : synthèse du suivi des entreprises	24
Covid- 19 : suivi Fonds Résistance	25
Covid-19 : opération « appeler/cliquer et emporter »	27
3. Développement du Tourisme d’Affaires	29
Salons et autres opérations de promotion-communication	29
Autres actions / initiatives	30
Destination Internationale Responsable	31
Les principaux congrès accueillis	31
4. Communication et marketing territorial	33
Nouveaux supports 2020	33
Autres actions	33
Campagnes de communication	35
Conséquences de la crise sanitaire	44
Retombées presse	46
Partenaires et financeurs	48

Points marquants

EXERCICE 2020

Tous les Pôles de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme se sont mobilisés et ont œuvré en transversalité pour soutenir au mieux les acteurs locaux touchés par la crise sanitaire du Covid-19.

En raison de la crise sanitaire de la Covid-19, tous les grands événements et salons professionnels (SIMI, SITL, BE 4.0, ...) auxquels devait participer l'agence Inspire Metz ont été annulés ou reportés. En cette année si particulière, l'agence s'est adaptée et a mis en place des solutions pour accompagner les acteurs économiques de Metz Métropole et pour soutenir une relance de l'activité en toute sécurité.



Les temps forts de l'année 2020 : grands événements, classements, actions et solutions mises en place par l'agence, ...

JANVIER	<ul style="list-style-type: none">• 2^{ème} édition de la Saint-Vincent de Metz Métropole.
FÉVRIER	<ul style="list-style-type: none">• 27^{ème} Victoires de la Musique Classique (Arsenal, Cité-Musicale Metz).• Congrès scientifique REIACTIS du 4 au 6.02.20 à Metz Congrès Robert Schuman.• Réunion de la commission de suivi du Conseil de l'Europe les 10 et 11.02.20 à l'hôtel de région de Metz.
MARS	<ul style="list-style-type: none">• Début du 1^{er} confinement en raison de la crise sanitaire de la Covid-19 : mise en place de la cellule de crise à l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme.
AVRIL MAI	<ul style="list-style-type: none">• Lancement des visites guidées virtuelles, en partenariat avec HD Média.• Campagne «Metz Métropole soutient ses entreprises» pour informer, soutenir, conseiller et orienter face à la crise.• Réouverture de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme dès le 18.05.20, soit 7 jours après le déconfinement.• Instructions des demandes du Fonds Résistance.
JUIN	<ul style="list-style-type: none">• Conférence franco-allemande «impact du Covid-19 sur les transports et nouvelles mobilités».
JUILLET AOÛT	<ul style="list-style-type: none">• Campagnes de communication de relance de l'activité économique en quatre volets : Volet 1 : «Metz Métropole, destination shopping». Volet 2 : «Metz Métropole, shopping et détente / tourisme et art de vivre», Volet 3 : campagne d'image d'envergure «Metz Métropole, destination vacances». Volet 4 : «un été artistique, musical, gourmand, inspirant à Metz Métropole».• Semaine du cinéma du 08 au 11 juillet.• Metz classée à la 4^{ème} place, dans le top 5 des villes à visiter par le célèbre magazine américain Forbes (retombée concours European Best Destination 2019).
SEPTEMBRE OCTOBRE	<ul style="list-style-type: none">• Rencontre du Plateau de Frescaty.• 8^{ème} édition de #GEN (Grand Est Numérique). Soirée partenariale sur la thématique commerce et accueil d'une délégation luxembourgeoise.• Foire Internationale de Metz du 25.09 au 04.10.20 (stand commun avec Metz Métropole) sur le thème du tourisme de proximité et lancement de la démarche des Greeters.
NOVEMBRE	<ul style="list-style-type: none">• 2^{ème} confinement en raison de la crise sanitaire de la Covid-19.• Opération «Appeler/cliquer et emporter» : référencement de plus de 650 commerçants/artisans, cartographie et campagne de communication.
DÉCEMBRE	<ul style="list-style-type: none">• Campagne de communication «Shopping de Noël» pour rappeler l'ouverture des commerces le dimanche et donner envie aux consommateurs de faire leur achats de Noël en magasin + jeu concours «Selfie de Noël».



Tourisme

L'ANNÉE 2020 a été une année particulièrement difficile pour le secteur du tourisme, l'un des secteurs les plus impactés par la crise sanitaire actuelle. Metz Métropole ne fait pas exception à la règle. Le tourisme urbain est essentiellement touché, avec une hôtellerie en berne, un tourisme de groupes quasi-inexistant, et une fréquentation étrangère fortement réduite. Les résidents se sont tournés vers du tourisme intrarégional, mais aussi vers de l'hébergement non marchand (résidence secondaire, famille, amis).

L'agence Inspire Metz s'est mobilisée pour convaincre les visiteurs de venir, malgré tout, découvrir notre territoire, et actionner des leviers communs pour une efficacité accrue.

L'agence Inspire Metz – Office de Tourisme a été l'un des premiers à rouvrir ses portes au public, en Région Grand Est et sur le plan national, à l'issue du premier confinement dès le 18.05.20 et a innové en proposant d'autres produits, notamment des visites virtuelles commentées par un guide.

Les retombées des campagnes de communication et les demandes d'informations que nous recevons en témoignent : l'intérêt pour la destination n'a pas faibli. Il y a de nombreuses cartes à jouer : patrimoine historique exceptionnel, situation géographique transfrontalière, au cœur de la Grande Région, et à 1h20 de Paris en TGV, paysages verdoyants et respirations urbaines, itinérances douces, tourisme fluvial et sportif, dimension oenotouristique et gastronomique...

L'agence Inspire Metz se tient aux côtés des élus et socio-professionnels du territoire et travaille à relever les défis d'un tourisme sécurisant, durable, expérientiel, digital et pour la pleine satisfaction du client.

Développement du Tourisme

Fréquentation

de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme

● Fréquentation en vis-à-vis (Pôle des Accueils)

La fréquentation en vis-à-vis en janvier-février 2020 était en hausse (+18,31% par rapport à 2019 / +34,40% par rapport à 2018).

Les deux périodes de confinement, avec un accueil fermé au public du 15.03 au 17.05.20, puis du 30.10 au 30.11.20, ainsi que les horaires adaptés (notamment la fermeture les dimanches et jours fériés de mai et décembre), ont hélas fait chuter la fréquentation.

+18%

de fréquentation en vis-à-vis en janvier et février 2020*

*Par rapport à la même période en 2019.



Écocompteur

-63,11%



Comptoir

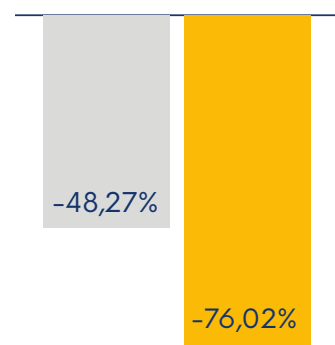
-61,27%

Sur l'année 2020 par rapport à 2019.

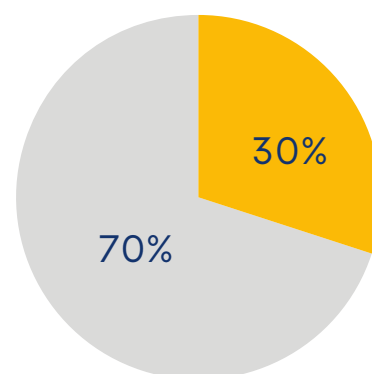
Du fait du contexte sanitaire (confinements au niveau européen, fermeture des frontières jusqu'au 14.06.20 inclus...) les clientèles étrangères ont connu une chute plus prononcée que les clientèles françaises. Le trafic aérien réduit à néant explique la défection des clientèles étrangères hors Europe depuis mars.

On a connu beaucoup d'inégalités au sein de la fréquentation étrangère avec une absence quasi totale des clientèles hors Europe. Au sein de l'Union Européenne, la baisse est plus importante pour la clientèle allemande en raison de l'absence de groupes, en particulier en juin et septembre, et les pays méditerranéens plus touchés par la Covid-19.

La clientèle allemande est une clientèle plus frontalière (Länder de Sarre et Rhénanie Palatinat), la clientèle issue d'autres bassins de population importants (Frankfurt, Cologne), a fait défaut. **Les visiteurs issus du Benelux sont néanmoins revenus sur le territoire durant la saison estivale pour en découvrir les richesses.**



Sur l'année 2020 par rapport à 2019.



Fréquentation du Pôle Accueil

- clientèle française
- clientèles étrangères

Les clientèles françaises, y compris franciliennes, et européennes de proximité (Allemagne, Belgique, Luxembourg, Pays-Bas) sont revenues durant la saison estivale, et ce malgré l'annulation ou le report de nombreux événements (Constellations, Hop Hop Hop, Fêtes de la Mirabelle allégées...).

Il est intéressant de noter **l'augmentation importante des franciliens de près de 28% sur le mois de juillet** par rapport à l'année dernière même si l'effet retombe dès le mois d'août avec une baisse de 11%. Cette augmentation s'explique notamment par les très bons retours de la campagne de communication « Metz Métropole, destination vacances ».



96%
clientèle individuelle*

+28%
clientèle francilienne**

*Les groupes font défaut / **Sur le mois de juillet 2020 par rapport au mois de juillet 2019.



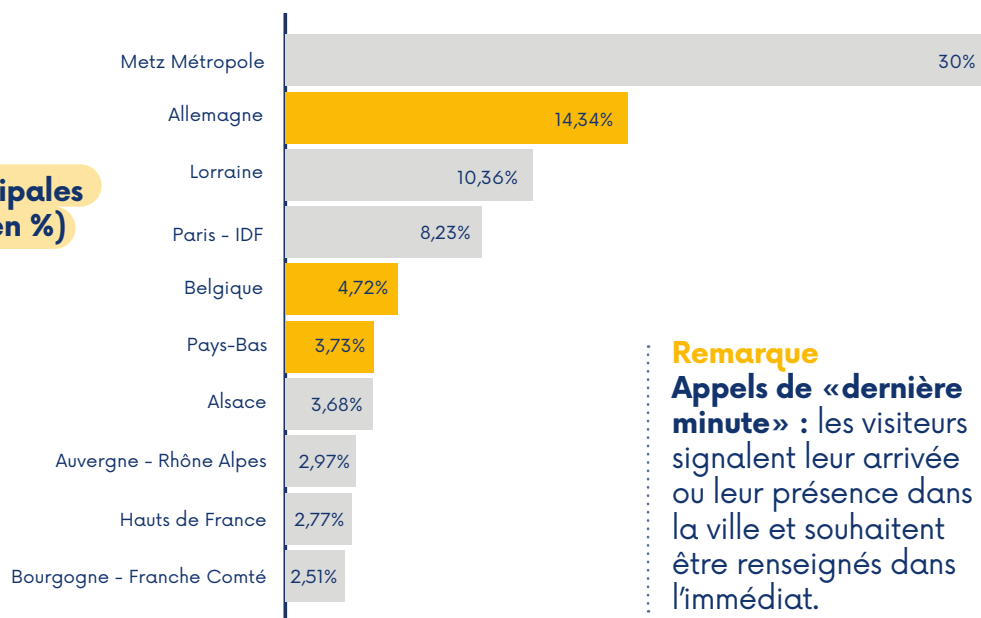
Chaque fois que cela est possible, et de manière évolutive, un programme de visites guidées est établi, avec un protocole sanitaire adapté (5 pers. max + guide, etc.).

On note une appétence particulière des visiteurs pour les thèmes suivants depuis le déconfinement :

- Randonnées et balades nature.
- Cyclotourisme.
- Promenades en bateaux.
- Découverte du patrimoine de la métropole et du Pays Messin (autour de Metz).

Répartition des 10 principales clientèles en vis-à-vis (en %)

- clientèles françaises
- clientèles étrangères



Remarque
Appels de « dernière minute » : les visiteurs signalent leur arrivée ou leur présence dans la ville et souhaitent être renseignés dans l'immédiat.

Évolution du Chiffre d'Affaires

du pôle Tourisme

● Réceptif

Comme toutes les entreprises du secteur, le Service Réceptif mais aussi la Boutique de l'agence ont été très durement impactés par la crise sanitaire. L'année avait bien commencé et semblait prometteuse au vu des nombreux dossiers engagés ou optionnés en janvier - février.

Perte de CA : 447 227 €
(annulations de dossiers entre le
01.01 et le 31.12.20) - 342 groupes
annulés sur 2020, 23 dossiers
groupes reportés en 2021

CA pôle réceptif
51 427,80€
incluant visites guidées,
forfaits séjours et petit train

-86,66% par
rapport à 2019



Le nombre de visites groupes diminue de plus de 86% par rapport à 2019, alors que **la fréquentation des visites individuelles reste importante** dès que l'on peut en programmer – on a même noté une légère augmentation de la fréquentation sur le mois de juillet.

Par ailleurs, les rallyes en petits groupes sont plébiscités : «En Quête de Metz» et «Sur les Traces du Graouilly» (produits de la boutique de l'agence Inspire Metz-Office de Tourisme, élaborés en interne).

● Boutique : une année en dents de scie

Le CA de la boutique a chuté de 38,19%.

La boutique a performé en janvier-février avec une augmentation du CA de +42 % grâce notamment à la commercialisation des objets liés aux 800 ans de la Cathédrale Saint-Etienne (Metz la grâce d'une cathédrale, BD, Vin...).

Elle a été stoppée net avec le premier confinement, avant une reprise en juillet, mais surtout en décembre grâce aux ventes de la seconde série de photophores (3 fois plus d'objets qu'en 2019), et à la vente des boules de Noël Magma (Centre International d'Art Verrier - CIAV - Meisenthal) durant la seconde quinzaine de décembre. Cela explique également l'augmentation du prix moyen du produit vendu (+53,88%).



Photophores des 800 ans de la Cathédrale Saint-Etienne de Metz

Parmi les principales nouveautés 2020 :

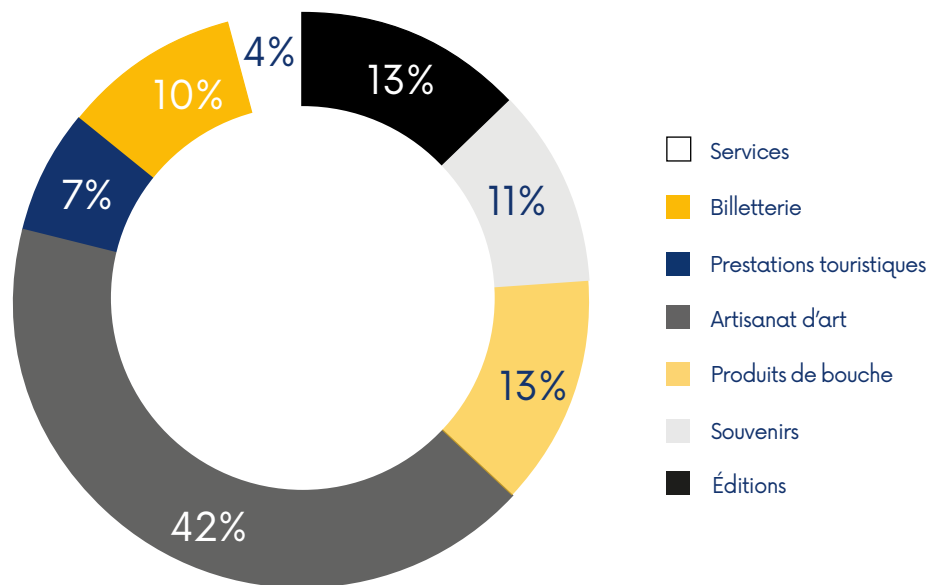
- Produits d'exception 800 ans : Cuvée Saint-Etienne - Magnet Emaux .
- 1^{ère} collaboration avec la Faïencerie Saint-Jean l'Aigle - Emaux de Longwy (boules de Noël en émaux).

Répartition du CA 2020 boutique par catégories

Remarque

Durant le second confinement, des ventes ont eu lieu à distance sur la boutique en ligne, notamment les nouvelles pièces de la Monnaie de Paris, des magnets ou jeux de piste.

La nouvelle boutique en ligne est opérationnelle depuis le vendredi 18 décembre 2020.



	2020**	2019
Total boutique (€)*	97 982	158 515
Éditions (€)	12 889	33 325
Souvenirs (€)	11 335	27 140
Produits de bouche (€)	12 874	20 620
Artisanat d'art (€)	40 868	37 330
Prestations touristiques (€)	6 643	18 630
Billetterie (€)	9 535	16 400
Prix moyen (€)	6,74	4,38

*Tableau ne détaillant pas le CA boutique de façon exhaustive mais seulement les sources principales.

**Chiffres à mettre en perspective avec la chute des ventes de produits touristiques, livres, souvenirs, billets... due à la crise sanitaire de la Covid-19.

+42%
sur le CA de janvier
et février 2020*

+53%
augmentation du prix
moyen du produit vendu**



*Par rapport à la même période en 2019 / ** Par rapport à 2019.

Éditions

Édition d'un nouveau plan touristique de Metz Métropole

à 170 000 exemplaires, en français, anglais et allemand.

Réalisation en interne de cartes virtuelles et de marque-pages

par un conseiller en séjour, à distribuer aux clients de l'agence Inspire Metz – Office de Tourisme sous forme de dessins d'après photo, pour promotion des visites virtuelles ou in situ.

Rééditions

- **Retirage de la brochure d'appel «Découvrez Metz Métropole»** en langue française à 40 000 exemplaires.
- **City pass.**
- **Édition de la brochure groupes 2021** (2 300 exemplaires en français, anglais et allemand), avec des produits d'excursion et de séjours réétudiés pour des groupes plus petits (bases 10 personnes et 15 personnes), pour s'adapter au contexte sanitaire.
- **Édition de la brochure hébergement gastronomie produits du terroir** (4 000 exemplaires en français, anglais et allemand).



Promotion / Relations publiques

Participation à la soirée Talents lorrains à Paris

Mercredi 22.01.2020.

En partenariat avec l'ART Lorraine et la Ville de Metz.

Participation à l'IMM (International Media Marketplace)

100% digital, action presse et blogueurs sur le marché allemand : 12 rendez-vous en visio ont permis de communiquer sur la destination Metz les 29 et 30.09.2020.

Accueils presse individuels avec des journalistes allemands et français

(dont un tournage sur un projet transfrontalier), pour certains en collaboration avec l'ART et le groupe la Citadelle.

Partenariat hebdomadaire avec France Bleu Lorraine Nord et mensuel avec France Bleu Lorraine Sud

(chronique hebdomadaire des coups de cœur de l'agence).

Participation à «La Lorraine est Formidable»

le samedi 24.09.2020 au Château de Lunéville.

Évolution de l'offre et perspectives

● Partenariats et événementiels

- **Saint-Vincent de Metz Métropole les 25 et 26.01.20 dans les salons de l'Hôtel de Ville de Metz : 1 570 entrées** (avec la Ville de Metz, le Syndicat des Viticulteurs, les Tables de Rabelais, la Confrérie de l'Ordre des Vignerons de Plappeville).
- 800 ans de la Cathédrale Saint-Etienne, temps forts du Centre Pompidou-Metz, Noël... : **élaboration d'un programme de visites associé au calendrier des événements majeurs de la métropole** (visites in situ ou virtuelles) – animation du COTEC 800 ans «Tourisme-culture-animations».
- **Foire Internationale de Metz** : travail sur le cahier des charges du stand avec le Pôle Communication et Metz Métropole, et présence sur le stand les vendredis, samedis et dimanches (25 au 27.09 et 02 au 04.10.20) pour présenter les richesses touristiques du territoire de Metz Métropole. Mise à disposition de documentations, et organisation de visites virtuelles comme animations sur le stand du mercredi au samedi.
- Moselle Attractivité : **programmation de visites dans le cadre de «Bêtes et Sorcières», propositions d'offres produits dans le cadre des itinérances douces en Moselle**, mise à jour d'offres sur le Guide des sorties pédagogiques Mosl 2021, aide technique à l'élaboration du site Internet de la Voie Bleue & actions développement durable.



● Produits touristiques

- Covid-19 : **création des visites virtuelles** (3 parcours, dont un 800 ans de la Cathédrale + circuit «Lumières de Noël» avec intégration de la vidéo sur les illuminations et celle du Sentier des Lanternes).

“**Concept disruptif très apprécié (visites avec un guide en live qui permet l'échange avec les participants).**”

Les visites sont disponibles en français et allemand, elles seront également disponibles en anglais début 2021, et sont **proposées à la vente pour des séminaires en distanciel, ou comme outil de promotion du territoire pour les professionnels du tourisme.**

Création de nouveaux forfaits packagés groupes et individuels et de circuits de visite

L'agence Inspire Metz – Office de Tourisme adapte sa stratégie-produits au contexte sanitaire et aux attentes des clientèles :

- **Création de produits d'excursion ou de séjours** en direction de différentes cibles (famille, couples, petits groupes), axés sur les filières courtes, la nature, l'identité du territoire.
- Extension du produit individuel d'appel «Metz Extra» sur suggestion de la commission tourisme (notamment composée d'acteurs socio-professionnels).
- Assouplissement des conditions de vente visites guidées et forfaits pour favoriser la **réassurance des clientèles et la relance touristique.**
- **Nouvelles visites guidées**, commercialisées dès juin 2020 (cf. «Développement durable»).
- Travail avec le Pôle Communication sur la campagne partenariale «Metz Métropole, destination vacances» : **création et adaptation de produits d'excursion et séjours en résonance avec les visuels de campagne** (Budametz, Yokoametz, ...).

Zoom digital

En transversalité avec le Pôle Communication :

Refonte site tourisme-metz.com (mise en ligne juin 2020).

Refonte boutique en ligne (mise en ligne décembre 2020).



● Développement durable

- **Renouvellement des conventions** visites guidées LSF (langue des signes) / Joëlettes APF France Handicap / Vélo Le Met' / CPN Coquelicots en compagnie d'ânes.
- Création de visites guidées sur **le Mont Saint-Quentin**, sur le thème de la biodiversité.
- Création de visites **Plateau de Frescaty**.
- **Mise en valeur des producteurs locaux :**
 - ◇ 2^{ème} édition de la Saint-Vincent de Metz Métropole (janvier 2020).
 - ◇ Partenariat avec la Distillerie de Mélanie (membre des Tables de Rabelais) pour les visites dans les vergers.
- **Partenariats avec la Ville de Metz et Metz Métropole :**
 - ◇ Agenda des séniors (été 2020).
 - ◇ La semaine de la Mobilité (septembre 2020).
 - ◇ Les 3 semaines du développement durable (septembre-octobre 2020).
 - ◇ La semaine Bleue (octobre 2020).
 - ◇ Formation interne sur le thème de **la biodiversité** en partenariat avec Metz Métropole (juillet 2020).
- Partenariat avec Moselle Attractivité pour **la création de parcours de randonnées alliant un itinéraire et des prestations de nature** (juin 2020) & création de la carte MOSL «Territoire Metz – Amnéville» pour un public famille (décembre 2020).
- Partenariat QuattroPole : **création de la carte «L'Europe à vélo»** (septembre 2020), en français, allemand, anglais et néerlandais, distribuée gratuitement dans les 4 Offices de Tourisme et par les villes (Luxembourg, Metz, Sarrebruck, Trèves).
- Participation au groupe de travail Vin et Architecture de Terroir Moselle :
 - ◇ Création d'un site web et de **nouveaux circuits transfrontaliers sur l'œnotourisme**.

● Destination d'excellence : qualification de l'offre et management par la Qualité

Renouvellement du droit d'usage de **la marque Tourisme & Handicap** pour une durée de 5 ans comme suite à l'audit du 11.08.20.

Participation au **Trophée National Tourisme et Handicap** et obtention du **Trophée d'Or du Tourisme accessible** (octobre 2020)

Renouvellement du droit d'usage de **la marque Qualité Tourisme** comme suite à l'audit du 31.08.20, avec un taux de conformité de 99,09%.

Renouvellement de **la certification NF Service** (audit partiel du 30.11.20 sur l'ensemble des champs de certification), aucun écart constaté par rapport à la norme.





Parc de la Seille - Jardins Jean-Marie Pelt



Place de la Comédie - Jardin éphémère



Vignes - Vaux



Vue sur le Mont Saint-Quentin - Longeville-lès-Metz

● Perspectives

- **Lancement des Greeters** (tourisme participatif) : jury de sélection le 15.02.21, pour un démarrage de l'opération au 1^{er} semestre 2021, dès que le contexte sanitaire le permettra.
- En transversalité avec le Pôle Tourisme d'Affaires : **objectif certification ISO 2021**.
- **Partenariat Atout France** : une campagne spécialement dédiée aux villes devrait être lancée en 2021, selon la situation sanitaire et en collaboration avec les acteurs de la distribution et/ou du transport, dans une sélection de marchés.
- **Travail sur les marchés prioritaires domestiques et européens de proximité** : Grande Région, France (dont focus Ile-de-France), Benelux.
- **Adhésion au réseau toutourisme®**.
- **Réalisation de nouveaux circuits** sur l'ensemble du territoire de la métropole : avec inventaire du patrimoine métropolitain.
- **Renforcement du travail sur l'observation touristique** (avec Atout France, l'ART, Metz Métropole et l'AGURAM).

Économie

LE PÔLE Développement Économique a particulièrement été mis à contribution sur l'année 2020, dans ce contexte de crise sanitaire lié à la pandémie Covid-19 : une mobilisation proactive auprès des entreprises et des commerces métropolitains et apport d'une information continue, concrète et pragmatique sur la situation économique locale.

Une réorganisation interne a été rapidement décidée pour apporter le soutien nécessaire et aider à surmonter les difficultés : agrégation du flux continu d'informations et de mesures, appel des dirigeants pour un premier échange sur la situation, mise en place d'une ligne téléphonique unique pour faciliter les prises en charge de demandes, analyse des situations individuelles, préconisations de solutions et de dispositifs d'aide, instruction de 120 demandes au Fonds Résistance abondé par Metz Métropole, recensement de 650 commerces engagés dans la vente à distance, solidarité locale.

Près de 3 000 entreprises et commerces ont ainsi été approchés, accompagnés, écoutés. Ils ont bénéficié, si leur situation l'exigeait, des interventions de l'agence auprès des services de l'Etat, des organismes financiers pour gérer à bien des problématiques particulières.

Ces actions ont été réalisées avec rigueur, valeur ajoutée et humanité grâce aux compétences et à la forte implication de l'équipe économique, à un reporting quasi quotidien avec les élus et services de Metz Métropole, la Préfecture, la Région, les organismes consulaires et organisations professionnelles et au renfort des personnels des Pôles Tourisme, Tourisme d'Affaires et Communication.

La mise en place de commissions thématiques internes a créé des espaces supplémentaires d'échanges avec les professionnels et les campagnes de communication multicanale ont efficacement accompagné le redémarrage des activités et valorisé la destination économique et commerçante.

Pour autant, les missions « habituelles » du Pôle ont été poursuivies avec intérêt et résultats : accueil et installation de nouvelles entreprises dans les zones d'activités, prospection d'enseignes, actions transfrontalières renforcées en partenariat avec le WTC Metz-Saarbrücken, assistance au recrutement, enquêtes sectorielles, partenariat culturel (tournages).

Retour sur une année particulière en chiffres et en images...

Attractivité Économique

+ de 600

contacts enregistrés en base de données au 1^{er} semestre 2020 dont **350 pendant la période de confinement du 16.03 au 11.05.20.**

200

entreprises rencontrées sur le territoire parmi lesquelles **75 ont bénéficié d'une recherche personnalisée de solutions d'hébergement***.

*Sur l'année 2020.

Maintenir et développer le tissu économique endogène et accompagner les entreprises

● Veille économique – Études/notes

- Production de **notes de conjoncture**, notes «Population Metz Métropole», «Création d'entreprises», «Hôtellerie», «Commerce à Metz Métropole».
- **Identification d'indicateurs économiques.**
- Production d'argumentaires de positionnement économique (nouvelles activités économiques).
- Engagemment du **panorama de filière** «Matériaux, Procédés et Énergies».

Post-Covid-19 :

- **Enquête sur les achats dans les PME-PMI** de Metz Métropole / Chaîne d'approvisionnement /pacte de relocalisation.
- **Recensement des prévisions et besoins emploi-formation** des entreprises de Metz Métropole.

● Service d'accompagnement

Conseil, expertise, orientation

Recrutement/Emploi, Innovation, Financement, Aides publiques.

+ de 200 entreprises rencontrées.

Préconisation et mobilisation de 14 dispositifs d'accompagnement

Financier (investissement, trésorerie), de formation professionnelle, à l'emploi (Région Grand Est via FIFE, AMI «Modernisation des PME», «Industrie du futur», «artisanat de demain», «Pacte de relocalisation», ARDAN, CCI via Alizé, Alicce, CIP, convention de revitalisation PSA (107 000 euros mobilisés pour 6 entreprises et 42 emplois), Total Développement, État «Emplois francs», PFIL) – **66 entreprises bénéficiaires de ce suivi** - Participation aux comités C2IME, Iseetech, PFIL, UIMM, Alizé, EcoDéfis, Trophées MC6.

Accueil de nouvelles entreprises
75 recherches de solutions d'hébergement réalisées (auprès de foncier public, immobilier d'activités, tertiaire et locaux commerciaux).

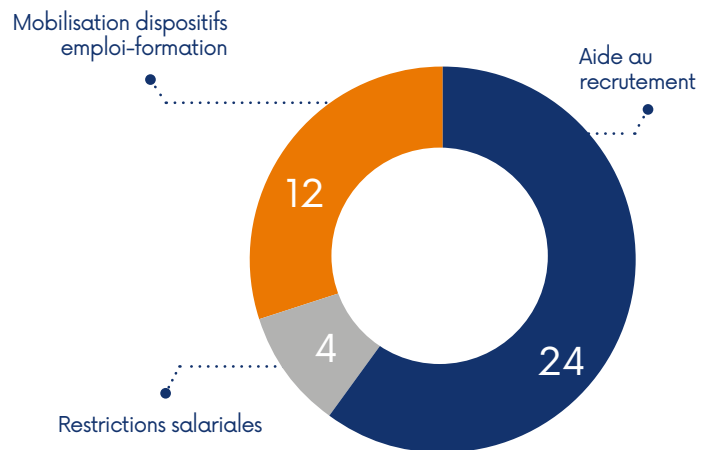
Lancement d'un **programme de mobilité professionnelle et d'accueil de nouveaux arrivants** (programme local de santé Ville de Metz-CHR et accueil d'internes en médecine).



Mission Emploi

Mise en place dans le cadre du **Contrat de partenariat métropolitain pour l'emploi** (Région Grand Est, Metz Métropole, Ville de Metz) pour coordonner la politique en faveur de l'emploi, la politique de la Ville et l'insertion professionnelle, en lien également avec les services de l'État et les entreprises et employeurs en recherche de main d'œuvre.

Services de mise en relation et d'accompagnement sur mesure de 40 entreprises (24 sur des difficultés de recrutement, 4 sur prévision de restrictions salariales, 12 sur dispositifs emploi-formation).



Anticipation des adaptations locales à l'emploi-formation : observatoire de l'emploi et évolution des filières, métiers – suivi de groupes de travail locaux C2IME, France Urbaine, Partenariat pour l'emploi local – recensement des prévisions et besoins emploi-formation des entreprises de Metz Métropole post-Covid-19.

Cellule «Amazon»

Mise en place d'une **cellule de travail opérationnelle** en lien direct avec Metz Métropole (élus métropolitains et techniciens) et avec les membres du COPIIL en Préfecture pour travailler à la future implantation de l'usine logistrique (thématiques : emploi et mobilité professionnelle, aménagement du site, flux, marketplace, activités indirectes de transport, services).

Projet commande publique

Lancement d'un chantier et création d'outils avec Metz Métropole pour proposer à davantage d'entreprises métropolitaines **un service d'information et d'assistance** pour favoriser la candidature aux appels d'offres publics (dont ceux de la métropole).

Orientation créateurs d'entreprises

62 porteurs de projets de création d'entreprises reçus, via les missions locales de Metz et Woippy, et orientés vers les projets de la création + 4^{ème} édition du concours Boss Academy.

Cellule d'accompagnement des entreprises et commerces/artisans métropolitains

Instruction des demandes du Fonds Résistance (cf. p.25).

Développer et animer les zones d'activité Offre économique de Metz Métropole

Une demande continue sur le Plateau de Frescaty et une mixité d'activités

Commercialisation de terrains sur la Base Vie représentant une surface foncière totale de 38 382m² permettant l'implantation d'entreprises artisanales. Co-développement d'un espace tertiaire dédié aux entreprises en création. Chantier Amazon en cours. Agropôle et programmation.

38 382m²

permettant l'implantation d'entreprises artisanales.

Plateau de Frescaty

Fin de commercialisation de la phase 1 de la ZAC de Mercy

5 projets de construction en cours d'étude (hôtel hospitalier, maison de santé en vente à la découpe à des professions médicales et bureaux, promotion tertiaire en vente à la découpe, siège administratif-ESAT, bureaux à la location) - Seuls 2 terrains restent à commercialiser - De fortes attentes sur le développement de Mercy 2, prévu courant 2021.

5

projets de construction en cours d'étude.

Pôle Santé-Innovation de Mercy

Parc du Technopôle

5 dossiers d'implantation en cours d'étude dont 2 immeubles de bureaux de 2 300m² et 4 000m² (menuiserie alu et PVC, construction en cours) sur 2 terrains. Restent 3 terrains à vocation d'activité et 5 terrains à vocation tertiaire.

6 300m²

d'immeubles de bureau pour 5 projets d'implantation en cours d'étude.

Parc du Technopôle

L'agence s'occupe du développement de toutes les zones d'activités sur les 44 communes de Metz Métropole.



ZAE de Peltre

« Les Rencontres de... »

- Lancement en 2019 d'un cycle de rencontres avec les usagers des zones d'activités pour favoriser l'animation et la vie des usagers dans les zones d'activités.
- Une e-rencontre sur le Technopôle avec le Club Metz-Technopôle le 05.06.20 et une rencontre, en présentiel, sur le Plateau de Frescaty le 28.09.20.
- Coordination d'une action solidaire inter-zones Actisud et Plateau de Frescaty, «opération visièrè» pour la reprise d'activité. Promotion du programme métropolitain d'Écologie Industrielle et Territoriale (BARTERLINK).

Expertise

- Positionnement de Metz Métropole sur le portail Grand Est dédié à la promotion de fonciers de 5ha et plus.
- Contribution à la définition du schéma de l'offre économique de Metz Métropole.
- Co-organisation, avec le Pôle Communication, du Point Marché de BNP Paribas Real Estate le 05.03.20.



Attirer et développer le commerce

45 enseignes identifiées
(en France, Allemagne, Belgique, Pays-Bas / pure players, "phygital"...).
En cours de prospection.

Dynamisation du commerce de centre-ville et centre-bourgs

Poursuite du dispositif «Commerces inspirés, commerces à l'essai» en partenariat avec Alexis et la Mission Commerce de la Ville de Metz.

Lancement d'une concertation pour améliorer l'axe Muse-centre-ville.



Renforcement de l'attractivité du pôle commercial Ouest de la métropole

Dans le cadre de la requalification des zones Actisud et des Gravières, du développement de la ZAC Tournebride menée avec les services de Metz Métropole : accompagnement des propriétaires, des foncières comme Etixia, ou porteurs de projets comme Loisirama, identification

d'activités à développer pour repositionner les zones d'activités et en renforcer l'attractivité, mise en place d'une signalétique et documentation de promotion, **12 enseignes d'Actisud rencontrées**, coordination d'actions en lien avec la ComCom Mad&Moselle.

Co-animation

Avec Metz Métropole, concernant la gouvernance de la zone Actisud et le développement de pratiques d'économie circulaire. Poursuite des rencontres avec les enseignes de la zone, participation aux afterworks « enseignes » organisés par l'association des propriétaires.

Attirer : soutien et développement à la filière Industries Culturelles et Créatives

Participation au fonds de soutien aux tournages de l'Agence Culturelle de la Région Grand Est

Engagement de principe pour le soutien de 4 nouveaux projets :

- **Fensch Toast (Nexus IV)** : web série fantastique, production métropolitaine – 6 000 € mobilisés donnent 9 000 € de subvention pour la production.
- **Court métrage** : 6 000 € mobilisés donnent 9 000 €.
- **Série TV** : distribution OCS – producteur ayant participé à l'éductour « Voyage d'inspiration » en octobre 2019 – tournage en totalité à Metz Métropole - 15 000 € sur enveloppe Inspire Metz 2020 pour dotation finale avec Région 22 500 €.
- **Long métrage** : attente d'une confirmation de tournage à Metz, engagement sur enveloppe 2021 à préciser.



agence
culturelle
grand est

Organisation d'un programme de communication et valorisation des Industries Culturelles et Créatives et lieux de tournage à Metz métropole

En juillet avec la sortie du **long-métrage «L'aventure des Marguerite»**, tourné à Metz Métropole et dans les Vosges et soutenu financièrement par l'agence + Prospection du Court-métrage « Mon Combat » (Klub).

Participation au salon des tournages 2020 à Paris sur stand Grand Est. Présentation du territoire aux producteurs - visiteurs (nouvelle plaquette).



Soutien aux tournages

La convention signée par Inspire Metz et le Bureau d'accueil des tournages de la Région Grand Est fixe les objectifs de l'agence d'attractivité en matière d'accueil de tournages à Metz Métropole. Une enveloppe de 20 000 € a été dépensée pour le soutien aux productions, avec un effet de levier de 1 pour 2 grâce à un complément de financement du Centre national du Cinéma (CNC), **soit 30 000 € globalement**.

Attirer : participation et soutien à des événements et dispositifs professionnels

Salon #GEN

Co-réalisation d'une **soirée dédiée au commerce et nouvelles pratiques phygiales** + accueil de l'adjoint au Maire de Sarrebruck en charge du numérique et d'une délégation de startups luxembourgeoises et belges avec House of Startups Luxembourg, pour mise en relation avec acteurs locaux et présentation des acteurs ESRI locaux.

En raison de la crise sanitaire, les salons SIMI 2020, SITL 202, SIEC 2020 et BE 4.0, auxquels l'agence devait participer, ont été reportés à 2021.



International



Action transfrontalière :

Ouverture transfrontalière à des événements à vocation académique, scientifique et économique (Trophées MC6, Materialia).

Accueil de délégations allemandes et luxembourgeoises #GEN.
WTC renforcement transfrontalier et parrainage WTC Abidjan.



**WORLD TRADE CENTER®
METZ-SAARBRÜCKEN**

- **Avec le Luxembourg** : accueil d'une délégation d'entreprises luxembourgeoises pour la **promotion des compétences scientifiques et d'innovation locales et régionales** et la présentation des conditions d'accueil de filiales françaises – participation de startups locales à ICT Spring (en virtuel) pour **favoriser les collaborations et co-développements franco-luxembourgeois** – rencontre avec FEDIL, organisation au Centre Pompidou-Metz des instances CA et AG du Business Club France-Luxembourg/Ambassade du Grand Duché du Luxembourg à Paris.
- **Avec l'Allemagne et en collaboration avec le WTC Metz-Saarbrücken** : renforcement de l'attractivité de Metz Métropole et de la région en Allemagne avec **actions ciblées** (conférence sur les mobilités électriques, business-lunch), **promotion des acteurs de l'innovation** de Metz Métropole en Sarre, Rhénanie-Palatinat et Berlin avec Materialia et Bliiida, **promotion des événements locaux** (#GEN, AI_NOW), **promotion des cursus de formation franco-allemands** (IAE, ISFATES, UL/CFALOR...) – coordination franco-allemande pour **prospector ensemble de nouveaux marchés** (Chine, Côte d'Ivoire).

The image is a promotional poster for an online conference. At the top, it features the French and German flags. The main title is 'E-CONFERENCE' in large, bold, white letters on a dark blue background, with 'DEUTSCH-FRANZÖSISCH' underneath. A yellow box with 'ONLINE live' is centered, and a dark blue box with '25. Juni 2020' is on the right. Below this, a yellow banner contains the German title: 'AUSWIRKUNGEN DER COVID-19-PANDEMIE AUF DEN TRANSPORTSEKTOR UND AUF DIE NEUEN MOBILITÄTSFORMEN'. A photograph shows several cars being lifted by cranes at a construction site, with a caption 'Einweihung des Mettis - Bahnhof Metz © Metz Métropole'. At the bottom, there are logos for 'INSPIRE LABRENCE', 'WORLD TRADE CENTER METZ-SAARBRÜCKEN', 'BEHR Consulting', 'Metz Métropole', and 'Grand Est'.

- Mobilisation au sein du **réseau QuattroPole** de villes frontalières (Trèves, Luxembourg, Sarrebruck et Metz), **promotion des destinations économiques**, co-production d'une brochure destinée aux acteurs économiques.
- **Ouverture transfrontalière** à des événements métropolitains à vocation académique, scientifique et économique (Trophées MC6).

COVID-19

Synthèse du suivi des entreprises

Durant la période du 1^{er} confinement et des premiers jours du déconfinement (15.03 au 31.05.20) le Pôle Développement Économique a contacté :

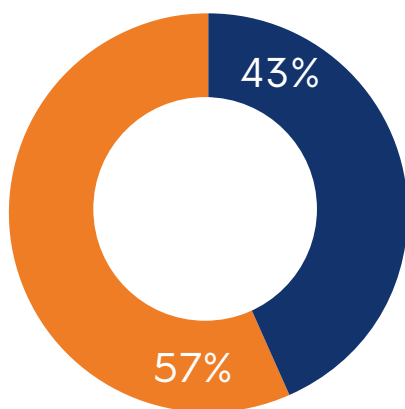
Plus de
430
entreprises

représentant un
effectif cumulé de

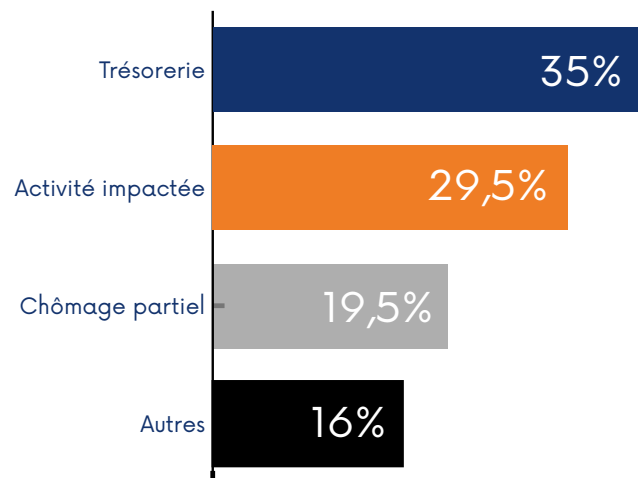
Plus de
11 500
salariés

Depuis le 13.03.20 : 190 contacts sortants et 248 contacts entrants.

■ Contacts sortants ■ Contacts entrants



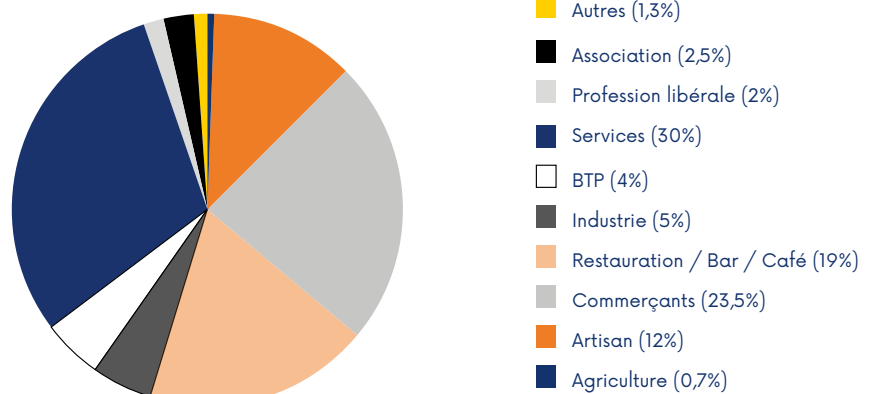
Difficulté rencontrée par l'entreprise



Répartition des dossiers par secteur d'activité

Remarque

Dépenses identifiées : refaire le stock (achats), se doter d'Équipements de Protection Individuelle, couvrir des charges fixes comme le loyer, contributions sociales.



Dispositifs sollicités



Fonds de Solidarité	125
Prêt Garanti par l'État	92
Fonds Résistance	89
Prêt Rebond	6
Prêt Atout	1

Focus : suivi Fonds Résistance



1 422 493 €

de prêts accordés à taux zéro et sans garantie.

1 638 639 € de Prêts Garantis par l'État associés.

120

dossiers de
demande instruits

24

commissions
d'attribution

89

entreprises
financées

106

emplois concernés
maintenus

Fonds de 1,8 million d'euros pour 451 000€ apportés par Metz Métropole

Grâce au système de levier apporté par les contributions conjointes de la Région Grand Est, de la Banque des Territoires et de Metz Métropole, le montant distribué aux entreprises métropolitaines a atteint 1,42 million d'euros fin 2020.

Opération «appeler/cliquer et emporter»

Dans le cadre du soutien aux entreprises de Metz Métropole, l'agence Inspire Metz, en coordination avec les communes de Metz Métropole, la Fédération des Commerçants de Metz et toutes les associations de commerçants de la métropole, a recensé les commerçants, artisans offrant des solutions de vente à distance : «appeler/cliquer et emporter», livraisons...

Près de 6 500 établissements identifiés
Près de 2 200 appels (entre nov. et déc.)
+ de 650 commerçants/artisans recensés
«appeler/cliquer et emporter».

(Cette opération a mobilisé l'ensemble des Pôles de l'agence Inspire Metz.)



Mise en place
d'une carte
interactive pour
géolocaliser tous
les commerces
référencés (avec
le SIG Metz
Métropole.)

FONDS RÉSISTANCE

TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES DE METZ MÉTROPOLE

L'agence Inspire Metz a instruit 120 dossiers et a accompagné plus de 80 acteurs économiques bénéficiaires du Fonds Résistance. Retour sur trois témoignages d'entreprises de Metz Métropole :



Nicolas Faure, Gérant - Filog

Vous avez été accompagné par l'agence Inspire Metz dans le cadre de la crise sanitaire, que vous a apporté le Fonds Résistance ?

Notre activité commerciale de négoce de fournitures industrielles s'est effondrée dès le début du confinement, laissant une trésorerie exsangue. Le Fonds Résistance nous a non seulement aidé à poursuivre notre activité, mais nous a également permis de bénéficier d'un effet de levier important sur nos commandes clients.

Quelles actions avez-vous pu mettre en œuvre ?

Le Fonds Résistance m'a permis de réorienter notre activité rapidement vers la vente de consommables sanitaires (masques, sur-blouses jetables) à destination des entreprises et hôpitaux, en soutenant notre trésorerie et nos capacités d'achats. Nous avons pu importer les produits nécessaires à cette nouvelle activité.

Quelles sont vos projets de développement ou vos perspectives ?

Nous profitons de cette opportunité et de cette nouvelle couche de clientèle pour développer notre gamme de produits sur ce secteur, et pérenniser cette activité à travers les marchés publics notamment. Nous avons réalisé sur 2020 l'embauche d'une salariée en CDI, ainsi que le recrutement de 3 apprentis commerciaux. Notre CA est passé de 700k€ en 2019 à 1.200k€ en 2020 ; nous prévoyons également 1.200k€ sur 2021.



Alexandre Agius, Associé Gérant - Le Royal

Vous avez été accompagné par l'agence Inspire Metz dans le cadre de la crise sanitaire, que vous a apporté le Fonds Résistance ?

Le soutien méthodologique à la construction du dossier Fonds Résistance a été un réel avantage dans une période lourde administrativement et en cela l'agence a joué à plein son rôle d'accompagnement stratégique des entreprises. En outre, le Fonds Résistance est intervenu à une période difficile où nous manquions de lisibilité sur les aides encore possibles et notamment sur le calendrier de réception des fonds autorisés par l'Etat. ►



► suite du témoignage d'Alexandre Agius, Associé Gérant - Le Royal

La dimension régionale du Fonds Résistance et plus particulièrement locale via l'intermédiaire d'INSPIRE METZ a été une bouffée d'oxygène salvatrice qui a redonné espoir et nous a permis de croire en des lendemains possibles.

Quelles actions avez-vous pu mettre en œuvre ?

Outre les dépenses courantes inhérentes à toute entreprise en période de confinement, le Fonds Résistance nous a permis de continuer notre plan d'investissement prévu initialement, comme l'aménagement d'un espace dédié à la restauration via nos partenaires traiteurs et de renforcer la dimension scénique de la salle de spectacle.

Par ailleurs, ce soutien est venu consolider notre travail de création sur les différentes esthétiques que nous allons proposer à la réouverture.

Quelles sont vos projets de développement ou vos perspectives ?

Aujourd'hui, nous partageons une réflexion commune où il est de notre devoir, exploitant de salle de spectacle et artistes, de réenchanter le quotidien des habitants de nos territoires.

D'être au rendez-vous d'une date encore incertaine, pour permettre à tous de retrouver la joie du vivre ensemble et du sens de la fête qui nous manque tant.

Et ensemble faire force pour proposer le meilleur d'une ville assoupie et dont nous connaissons toute la richesse.

Le ROYAL va proposer un été résolument ouvert à tous avec en journée des animations pour la jeunesse et son cabaret éclectique en soirée.

Des rendez-vous nombreux dans le respect des règles sanitaires avec les artistes qui nous font confiance pour une rentrée que l'on espère apaisée.



Ibrahim Touray, Fondateur - Crêpe Addict

Vous avez été accompagné par l'agence Inspire Metz dans le cadre de la crise sanitaire, que vous a apporté le Fonds Résistance ?

Le Fonds Résistance dont j'ai pu bénéficier via l'accompagnement de l'agence Inspire Metz nous a permis de pérenniser une stabilité financière qui aurait pu être en danger suite à la crise sanitaire que nous vivons actuellement. Cette aide nous a apporté une trésorerie bien plus solide ce qui nous a notamment permis de conserver tous nos salariés.

Quelles actions avez-vous pu mettre en œuvre ?

Nous avons donc pu achever nos travaux de création d'une salle à l'étage nous permettant d'accueillir dès la réouverture 45 clients supplémentaires dans un cadre chaleureux. Mais avant toute chose nous avons réellement pu conserver tous les contrats de nos salariés, et c'est ce qui nous tient le plus à cœur.

Quelles sont vos projets de développement ou vos perspectives ?

Malgré la situation toujours instable nous préparons l'ouverture d'un nouveau restaurant à Metz, en espérant pouvoir rapidement vous le faire découvrir.

Tourisme d'Affaires

L'ÉVÉNEMENTIEL (et donc le tourisme d'affaires) a été le 1^{er} secteur d'activité impacté par la crise sanitaire. Dès le début du mois de mars 2020 les événements programmés ont été reportés, souvent plusieurs fois, avec l'évolution de la crise et l'absence de visibilité. Les salons dédiés ont été annulés ou reportés et les demandes pour de nouveaux événements se sont faites très rares et ont concerné en majorité des échéances lointaines (1 à 2 ans).

Le bureau des congrès a donc adapté ses services et recentré ses missions sur les acteurs locaux du secteur (hébergeurs, restaurateurs,...), avec pour objectif de les informer, les rassurer et leur donner de nouvelles perspectives.

Un travail collaboratif avec d'autres bureaux des congrès et lieux réceptifs s'est également mis en place à diverses échelles territoriales (région Grand Est, réseaux nationaux) afin de proposer des actions destinées à préparer la relance du secteur et à valoriser ses acteurs.

Le bureau des congrès et l'office de tourisme ont travaillé ensemble à la mise en place de la certification ISO20121 prévue pour 2021, afin d'accroître encore l'attractivité du territoire en s'engageant de façon responsable.

Enfin le lien avec les organisateurs d'évènements a été maintenu malgré la crise.

Le début d'année « normal » a permis la tenue d'évènements remarquables, pour certains en préparation depuis plus d'un an comme le colloque international du REIACTIS. Le Conseil de l'Europe a également organisé une commission permanente à Metz en février.

Développement du Tourisme d'Affaires

70

demandes traitées
directement par le Pôle.

Un potentiel de

17 400

nuitées et 31 000 journées congressistes.

- Une baisse de 42% des demandes par rapport à 2019.
- Un potentiel de 17 400 nuitées et 31 000 journées congressistes.
- Le secteur de l'événementiel a été très violemment touché par la crise sanitaire dès le mois de février 2020.

Conséquence de cette crise : seulement 37% de ces demandes ont abouti, 36% ont été reportées et 23% ont été annulées (et 4% en attente de réponse).

Les retombées économiques générées sont de 2 M€ sur une base de dépense de 200€/jour/congressiste.

À partir du mois de mars et du 1^{er} confinement, le nombre de demandes a fortement réduit et il a fallu reporter une première fois les événements sur le mois de juin et celui de septembre. Lors de la 2^{ème} vague, ces événements ont été soit reportés une seconde fois soit annulés.

Salons et autres opérations de promotion-communication

En raison de la crise sanitaire, beaucoup de salons prévus ont été reportés ou annulés (Heavent Meetings de Cannes en mars, Mice Place à Paris en novembre...).

Inspire Metz a participé à 2 salons/workshop en 2020 :

- **Pure Meetings Paris** le 30.01.20 en partenariat avec Metz Evénements : 13 rendez-vous programmés en amont (agences événementielles, corporate et associations/fédérations).
- **Pure Meetings & Events Paris** le 21.09.20 en partenariat avec Metz Evénements : 11 rendez-vous.

+80%

de messages de prospection personnalisés et très ciblés.

Pour pallier l'absence de salons et autres rendez-vous habituels en présentiel de promotion/prospection et **afin de maintenir le lien avec les organisateurs d'évènements quels qu'ils soient (agences, corporates, associations...), le bureau des congrès a multiplié les campagnes d'emailing et de phoning.**

Ainsi plus de 420 messages de prospection très ciblée ont été envoyés lors du 2^{ème} semestre 2020, soit 80% de plus qu'en 2019.

Autres actions/initiatives

D'autres actions/initiatives ont également été mises en place dans ce contexte très particulier de crise sanitaire pendant le 1^{er} confinement et tout au long du 2^{ème} semestre 2020.

Une attention toute particulière a été portée aux acteurs locaux :

- Un appui a été apporté au pôle Développement Économique dans l'aide aux entreprises/acteurs locaux (entre autres : **campagne d'appels/emails auprès des hôteliers du territoire pour informations sur les dispositifs d'aides existants**).
- Toujours dans l'objectif d'aider et d'informer les acteurs locaux du tourisme d'affaires, le bureau des congrès a mis en place un **webinaire dédié**, le 20.05.20, en partenariat avec KPMG, afin d'informer les restaurateurs/traiteurs/hôteliers sur plusieurs thématiques : **gestion des ressources humaines, de la trésorerie et aspect sanitaire**. Deux experts sont intervenus lors de cette visioconférence qui a réuni une quarantaine de participants : Christophe Thiriet vice-président de l'UMIH de Moselle et Alain Marcotulio, président de Traiteurs de France.
- Une commission «tourisme» a été créée en duo avec le pôle tourisme de loisirs : il s'agit d'un **rendez-vous récurrent d'échanges avec les acteurs locaux** et membres du CA de l'agence.
- Un **séminaire tourisme d'affaires et de loisirs** a été organisé le 23.10.20. Tous les acteurs locaux des 2 secteurs étaient conviés afin de faire un point sur leur situation, de connaître leurs attentes et de partager des informations avec la Région Grand Est et le Conseil Départemental de la Moselle.
- Une liste des hôtels ouverts de la métropole a été tenue à jour régulièrement et mise en ligne sur le site de l'agence et sur les réseaux sociaux.
- En parallèle, le bureau des congrès a intégré la **Task Force MICE** mise en place par la Région Grand Est à l'été. Cette Task Force réunit les principaux acteurs du MICE de la région afin de réfléchir aux actions/initiatives pouvant être mises en place pour aider/**redynamiser et préparer la reprise d'activité du secteur.**

Destination Internationale Responsable

Poursuite de la démarche pilote de labellisation Destination Internationale Responsable (DIR) et de certification ISO 20121.

En préalable obligatoire à la labellisation, l'agence Inspire Metz et plus précisément le Pôle Tourisme d'Affaires et le Pôle Tourisme de loisirs devront être certifiés ISO20121.

La norme Destination Internationale Responsable lie les activités des 2 Pôles avec les actions de développement durable et sera également un atout d'attractivité touristique. Sa mise en place nécessitera un travail avec tous les acteurs locaux du tourisme (affaires et loisirs).



4 personnes des 2 Pôles ont donc commencé à être formées afin d'obtenir cette certification courant 2^{ème} semestre 2021.



Les principaux congrès accueillis

- **REIACTIS : colloque international scientifique** sur le thème de la société inclusive et avancée en âge, 400 participants du 4 au 6.02.20 à Metz Congrès Robert Schuman. Dîner de gala dans les salons de l'hôtel de ville et Cocktail de bienvenue à Saint-Pierre-aux-Nonnains.
- **Conseil de l'Europe** : accueil de la commission de monitoring, **110 participants** le 11.02.20, à l'Hôtel de la Région à Metz.
- **Assemblées Générales des Ordres des Experts Comptables** (Alsace et Lorraine), **500 participants** du 8 au 9.10.20 aux Arènes de Metz.





Promotion

L'ACTIVITÉ DU PÔLE Communication de l'année 2020 a été fortement impactée par la crise sanitaire de la Covid-19. La stratégie marketing et le plan de communication de l'agence ont été complètement réadaptés et réorientés vers les priorités : le soutien aux entreprises et l'information sur les dispositifs d'aide puis la relance de l'activité économique.

Ainsi, dès le 1^{er} confinement, le pôle a préparé une communication de crise à destination du monde économique et a réalisé une campagne de communication «Metz Métropole soutient ses entreprises» en collaboration avec Metz Métropole (avril-mai).

Puis, le pôle a construit une stratégie dans le cadre de la relance de l'activité commerciale et touristique avec un plan de communication à 4 volets (4 campagnes de juin à septembre) avec pour objectif la réassurance et la relance de l'économie locale. Le volet 3, «Metz Métropole, destination vacances» a assurément constitué le temps fort de l'année. Renouant avec le ton décalé des précédentes grandes campagnes de marketing territorial de la métropole, cette prise de parole en partenariat avec Metz Métropole, la CCI Moselle Métropole Metz et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Moselle, a offert une très forte visibilité à la destination et a impacté positivement la fréquentation du territoire, en particulier en juillet et sur la cible Grand Est et parisienne, selon les statistiques de l'agence Inspire Metz-Office de Tourisme et les retours de professionnels locaux.

Lors du 2^{ème} confinement, l'agence a réalisé, avec la Ville de Metz et Metz Métropole, une campagne sur les achats de 1^{ère} nécessité et la vente à distance (appeler/cliquer & emporter) diffusée du 5 novembre à la réouverture des commerces. Enfin, l'agence a créé la campagne «Shopping de Noël» pour aider l'activité des commerces locaux lors des fêtes de fin d'année.

Même si les missions quotidiennes habituelles ont été assurées, certains dossiers n'ont pu aboutir (salons économiques...) et le travail engagé sur les temps forts de l'année a cédé la place à toutes les campagnes évoquées ci-dessus.

L'agence a également fait évoluer le positionnement du territoire et présente désormais une «Métropole européenne, créative & durable».

Communication et marketing territorial

Nouveaux supports 2020



● Nouvelle édition

- Réalisation avec le Pôle Tourisme de la nouvelle version des plans touristiques de Metz Métropole ainsi que diverses brochures (calendrier de visites du temps 3 des 800 ans, autres calendriers mensuels, brochure jeune public,...).
- Réalisation en interne d'un livret « Guide facile à lire, facile à comprendre » dans le cadre de la labellisation Tourisme & Handicap.

● À destination de la presse

Réalisation du dossier de presse 2020 de la destination touristique et réalisation d'un nouveau communiqué de presse spécial été 2020 pour répondre aux enjeux de relance de la destination et informer sur les changements des événementiels de l'été (en lien avec le Pôle Tourisme).



● Autres supports

- Réalisation d'une nouvelle charte graphique pour les dossiers de candidature de congrès et événements professionnels (en lien avec le Pôle Tourisme d'Affaires).
- Réalisation du nouveau site tourisme Inspire Metz (création du site, arborescence, travail sur les publics cibles, sélection des images, rédaction des textes...) avec la société prestataire Lorweb en lien avec le Pôle Tourisme.

Autres actions

● Lancement des Greeters



Un logo, une charte et un kit Greeter ont été réalisés en interne en lien avec le Pôle Tourisme. Un appel à candidature pour recruter les greeters de Metz Métropole, a été lancé le 27.09.20, journée mondiale du tourisme. Un Gif animé et d'autres supports ont été également diffusés. La démarche a été **présentée à la Foire Internationale de Metz** sur le stand commun Metz Métropole/ Ville de Metz/ Inspire Metz. En raison du 2^{ème} confinement, le jury a été reporté en 2021.

Le site web a été mis en ligne le vendredi 25.09.20, précédant le dimanche 27.09.20, journée internationale du tourisme. Le site boutique, finalisé un peu plus tard, a été mis en ligne mi-décembre.



Subvention

L'Europe s'engage en Région Grand Est. Le site web est un projet co-financé par l'Union Européenne.



Campagnes de communication

Le contexte lié à la crise sanitaire a nécessité d'importantes adaptations. C'est pourquoi, l'agence a modifié sa stratégie et son plan de charge autour de 2 axes principaux :

- La communication de crise à destination du monde économique.
- La communication de relance des activités commerciales et touristiques.

● La communication de crise à destination du monde économique

Lors du 1^{er} confinement

Mise en place d'une **communication de crise** avec information sur les dispositifs mis en place par l'agence (communiqué de presse, actualités sur internet et réseaux sociaux) et diffusion d'une **newsletter spéciale «Covid-19»** (en alternance avec la newsletter Inspire Metz habituelle) avec des informations à destination des entreprises.

Création graphique de la charte Covid-19 et du logo à destination des commerçants de la métropole dans le cadre de la réassurance des consommateurs suite au 1^{er} déconfinement.

Réalisation d'une campagne de communication **«Metz Métropole soutient ses entreprises»** en lien avec le Pôle Économique (diffusion du 23.04.20 au 7.05.20).

- **Objectif** : informer les entreprises de Metz Métropole sur les dispositifs d'aide et en particulier sur le fonds Résistance. Cette campagne a été créée par Inspire Metz et diffusée en collaboration avec Metz Métropole.
- **Les supports** : sponsorship sur les réseaux sociaux (Linkedin, Facebook et Twitter) + publicités en print (presse locale) et radio + bannières sur plusieurs supports numériques (Echos et Journal des Entreprises - ciblage Lorraine pour les 2 supports).



Lors du 2nd confinement : poursuite des informations sur les dispositifs d'aide, newsletter, ...

● La communication de relance des activités commerciales et touristiques

Suite au 1^{er} déconfinement et à l'approche des vacances d'été, le Pôle Communication a proposé une stratégie en 4 volets.

Objectif

Réassurance et relance – promotion de la destination commerçante et touristique
Inciter à acheter et consommer des produits (shopping, visites, séjours...) locaux.

Volet 1 sur le commerce

Metz Métropole, destination shopping – diffusion du 5 au 22.06.20.
En partenariat avec la Ville de Metz, Metz Métropole, la CCI Moselle Métropole Metz et la Fédération des commerçants de Metz.



Objectif : créer un contexte de réassurance suite au déconfinement et à la réouverture des commerces (respect des règles sanitaires) et inciter les consommateurs à venir faire leurs achats à Metz Métropole.

À retenir

- Création de 4 visuels illustrant les locomotives commerçantes de la métropole.
- Supports : affichage dans la Ville de Metz + publicités dans la presse locale + sponsorship sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) par cible (CSP+, famille, shoppeuse, couples, jeunes...).
- Diffusion géographique : sillon entre Nancy et Thionville + Strasbourg et à partir du 16.06.20 sur Luxembourg et Sarrebruck (suite à la réouverture des frontières).



Waves Actisud
Aigny, Jouy-aux-Arches,
Moulins-lès-Metz



Rue des Clercs
Metz



Muse
Metz



Rue Taison
Metz

Volet 2 sur le commerce et le tourisme

Metz Métropole, Shopping & détente – Tourisme & art de vivre – diffusion du 22 au 29.06.20, puis après le 15.07.20 en relance.
En partenariat avec la Ville de Metz, Metz Métropole, la CCI Moselle Métropole Metz et la Fédération des commerçants de Metz.



Objectif : inciter les consommateurs à venir à Metz Métropole et rappeler l'ouverture des terrasses + proposer de (re)découvrir les communes touristiques de la métropole et les commerces de proximité.

À retenir

- Création de 5 visuels illustrant les communes de la métropole.
- Supports : digital réseaux sociaux (Facebook et Instagram).
- Diffusion géographique: sillon entre Nancy + Luxembourg et Sarrebruck. Cœurs de cible : CSP+, tourisme urbain, jeunes, famille, tourisme de nature, circuit-court.



De gauche à droite :

Les commerçants du Quartier Impérial à Metz

Les commerçants de la Place Saint-Louis à Metz

Les commerçants et artisans de Peltre

Les commerçants et artisans d'Ars-sur-Moselle

Les commerçants et artisans de Woippy village

Volet 3 : campagne partenariale d'envergure «Atout et rayonnement»

Diffusion du 29.06.20 au 13.07.20.

Co-pilotée par Inspire Metz et Metz Métropole, en partenariat avec la CCI Moselle Métropole Metz, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Moselle et la Ville de Metz.



Objectif : valorisation et promotion des atouts de la destination touristique pour accroître/ consolider l'attractivité du territoire et attirer les touristes à Metz Métropole + Singulariser la destination Metz Métropole par rapport aux autres métropoles françaises dans un contexte de concurrence intense.

À retenir

- Création de 4 visuels print et 4 visuels pour le digital + un jeu-concours sur Instagram.
- Supports : un média planning puissant et cross média (affichage, presse et digital).
- Diffusion géographique : bassin parisien, Grand Est, Allemagne, Belgique et Luxembourg.

Déclinaisons pour le print :



Déclinaisons pour le digital :



Volet 4 : preuves produits suite à la campagne d'image/ promotion des événementiels

Diffusion de la mi-août à début septembre 2020.



Objectif : annonce de la programmation estivale événementielle à Metz Métropole en cohérence avec le volet 3 (message renforcé par l'annonce d'une programmation touristique et culturelle concrète – Festivités de l'été, Constellations, ...).

À retenir

- Création de 4 visuels en interne.
- Support : digital (réseaux sociaux).
- Diffusion géographique : bassin parisien, Grand Est et pays frontaliers.



Centre Pompidou-Metz



RDV culturels de l'été



Fêtes de la Mirabelle



800 ans de la Cathédrale

Bilan / synthèse sur les points marquants

Campagne « Metz Métropole soutient ses entreprises »

Campagne performante sur une cible B to B assez restreinte.

Le site inspire-metz a enregistré une hausse du nombre de visiteurs avec 2 pics : au lancement de la campagne et juste avant la fin du confinement. La création de la newsletter spéciale Covid-19 a permis de faire **progresser le taux d'ouverture de la newsletter Inspire Metz.**

+71%

hausse du nombre de visiteurs* sur le site web inspire-metz.com

*Par rapport à la même période en 2019.

«Campagne Metz Métropole, destination vacances», volet 3

Très bonne performance grâce à un axe créatif décalé et à la puissance du média planning.

63

millions d'ODV
(occasions de voir)

65k

interactions
cumulées

4,13

millions
d'impressions

x9,3

de visiteurs* en plus sur le
site inspire-metz.com

*Par rapport à la même période en 2019.

Retours qualitatifs directs à l'Office de Tourisme : avec **une progression jusqu'à 83% de fréquentation des visiteurs à l'Office de Tourisme** lors de la 2^{ème} semaine de campagne par rapport à 2019 donc soit – 17% seulement.

+28%

de clientèles
Ile-de-France*

*sur juillet 2020 par rapport à la même période en 2019.

Évolution très positive sur la clientèle française ciblée en hausse par rapport à 2019 : Grand Est et Ile-de-France et de bons retours sur la Belgique et le Luxembourg. Seul bémol sur la cible Allemande qui a moins bien compris la campagne.

Selon Rézau Est / Adring : campagne très performante.

Objectifs atteints y compris en termes d'image avec des retours très positifs en B to B (acteurs économiques...).

Lors du 2nd confinement et du déconfinement, l'agence a travaillé avec la Ville de Metz, Metz Métropole, la Fédération des Commerçants de Metz et les communes, associations de Metz Métropole.



Objectif : mise en place de 2 campagnes de communication pour aider les commerces de Metz Métropole, particulièrement impactés par rapport à d'autres secteurs d'activités qui ont pu travailler.

Phase 1 : campagne sur les achats de 1^{ère} nécessité et la vente à distance (« appeler/cliquer & emporter »)

Du 5.11.20 à la réouverture des commerces.



Objectif : l'idée était donc de rappeler aux habitants de la métropole de faire leurs achats de 1^{ère} nécessité à Metz Métropole, en valorisant les offres de stationnement à Metz et en faisant la promotion de la vente à distance pour les commerces fermés.

À retenir

- Création de 2 visuels : un jaune pour la Ville de Metz et une adaptation bleue pour la métropole.
- Diffusion sur Metz Métropole uniquement pour respecter la zone de chalandise autorisée par le gouvernement.
- Supports : une campagne diffusée en print (presse locale), en digital et sur les réseaux sociaux, en radio (radios locales), en TV (locale). Des flyers ont également été réalisés.

Le service communication a, en interne, réalisé **une affiche** pour les vitrines des commerces proposant de la vente à distance.



Communication sur les communes de Metz Métropole



En parallèle du travail réalisé par le Pôle Économique **sur le référencement des commerces** proposant de la vente à distance, le pôle communication a réalisé les **pages du site inspire-metz.com permettant de retrouver ces listes par catégories et avec une carte interactive** en lien avec le SIG de Metz Métropole (+ un document récapitulatif en PDF à télécharger). Une remise à jour quotidienne de la liste a été effectuée.

L'agence a réalisé **une vidéo sur la vente à distance** : «Appeler/cliquer et emporter» avec le témoignage de 2 commerçants locaux pour expliquer comment cela fonctionne à la fois aux consommateurs mais également pour inciter les commerçants à mettre en place ce service.

+ de 650

commerçants référencés



L'agence a également réalisé, en lien avec le Pôle Économique, un document à destination des commerçants intitulé «**guides des aides et dispositifs en faveur des commerçants**» mis à disposition sur le site investinmetz.com.



Phase 2 : campagne «Shopping de Noël à Metz Métropole»

Dès la réouverture des commerces le samedi 28.11.20 et jusqu'à fin décembre selon les supports.



Objectif : inciter à retrouver ses commerçants et consommer chez eux. Informer sur les illuminations, le stationnement, l'ouverture des commerces les dimanches, afin de mettre en valeur tous les commerçants de la métropole et donner une réassurance sur les consignes sanitaires.

À retenir

- Réalisation, en interne par le Pôle Communication, du visuel avec un sapin de Noël avec 44 boules portant le nom des 44 communes.
- Une campagne qui a repris volontairement les supports médias de la précédente campagne (phase 1) et la même cible pour une prise de parole médiatique plus impactante et un effet de mémorisation sur les cibles.
- Supports : du print (presse locale et affichage sur les réseaux de la Ville de Metz) de la radio (en plus pour une cible plus jeune de shoppers), en digital (site web presse locale et posts réseaux sociaux sponsorisés), en TV (Via Moselle).

En plus, l'agence a lancé un **jeu-concours «Selfie de Noël»** pour prolonger et dynamiser la campagne sur Facebook.



Objectif : faire la promotion des commerces de Metz Métropole et générer de l'engagement par les habitants qui deviennent des prescripteurs de la destination commerçante + développer la fierté et attachement à leurs commerçants locaux.

- Principe : faire un selfie avec une idée de cadeau dans un commerce de Metz Métropole.
- Diffusion dès le 7 jusqu'au 21.12.20 avec une proclamation des gagnants le 24.12.20. Les prix ont été offerts par la Citadelle MGallery, partenaire de l'agence Inspire Metz - Office de tourisme. Un tirage au sort a été effectué parmi les participants.

selfie* de Noël

à Metz Métropole

Jeu-concours
3 PRIX À GAGNER**

*selfie : un portrait personnel

inspire-metz.com

** Règlement et conditions du jeu sur : inspire-metz.com

Ouverture des commerces
tous les dimanches jusqu'à Noël

Shopping de Noël

à Metz Métropole



Retrouvez vos commerçants !

- Conseils personnalisés
- À Metz, 50 min de stationnement gratuit en voirie*
- Illuminations et décorations de Noël

Crédits : vectorpouch / Freepik ; Lilibos / iStock



En toute sécurité
et dans le respect des consignes sanitaires

*Retrouvez toutes les infos sur les conditions de stationnement :



inspire-metz.com

COVID-19

Conséquences de la crise sanitaire

● Salons et événements

En raison de la crise sanitaire de la Covid-19, tous les grands événements et salons professionnels préparés par le Pôle Communication, en lien avec ses partenaires, (SIMI, SITL, BE 4.0, ...) auxquels devait participer l'agence Inspire Metz ont été **annulés ou reportés**.

● Marchés de Noël

La campagne de communication sur les marchés de Noël, prévue notamment dans le métro parisien, a été annulée. L'agence a réalisé une vidéo sur les projections monumentales proposées par la Ville de Metz, et le Département de la Moselle pour la gare, afin de la diffuser sur les réseaux sociaux pour **communiquer sur l'ambiance de Noël en parallèle de la campagne «Shopping de Noël»**.

● Partenariats

- **800 ans de la Cathédrale** : négociation du partenariat avec La Croix pour l'année 2020 et suite à la crise sanitaire, redéploiement de la campagne sur le dernier semestre 2020 en lien avec l'ensemble des partenaires et en particulier avec la Ville de Metz et le Centre Pompidou-Metz.
- **10 ans du Centre Pompidou-Metz** : les festivités prévues en mai n'ont pu se dérouler en raison du confinement et de la fermeture du Centre. Il a été convenu de renouveler ce partenariat en 2021. Le budget alloué a été réorienté sur les campagnes de relance de l'activité économique à Metz Métropole.
- **Constellations de Metz** : reporté en hiver, l'ensemble du dispositif de média planning du festival avait été revu avec la Ville de Metz et Metz Métropole pour être finalement annulé en raison de la crise sanitaire.
- Un travail a été mené avec l'ensemble des partenaires institutionnels (Ville de Metz, Metz Métropole, Centre Pompidou-Metz, MOSL, ART Grand Est...) afin d'établir un **planning de communication sur l'ensemble des prises de paroles médiatiques** sur le plan national (Constellations, 800 ans Cathédrale Expo Chagall, marchés de Noël...) de l'été à fin décembre 2020.
- **Autres partenariats** : l'Open de la Mirabelle d'OR (golf à la Grange-Aux-Ormes à Marly) qui s'est exceptionnellement déroulé cette année du 10 au 13 septembre 2020. Les autres partenariats comme le Moselle Open et les matchs du FC Metz et du Metz Handball n'ont pas pu donner lieu à des actions de relations publiques pour l'agence en raison de la crise sanitaire.

● Prospection des talents

En lien avec le pôle Développement Economique, un travail est mené sur le **dossier prospection des talents - mobilité et sur l'attractivité du territoire**. Différents volets ont déjà été repérés. Un premier volet sur les internes en médecine fait l'objet d'un travail en commun avec la Ville de Metz et le CHR Metz-Thionville. Différentes actions ont été envisagées dès novembre 2020 mais ont été reportées en raison du 2^{ème} confinement à 2021 : documentation spécifique, présentations du territoire et soirée de bienvenue, vidéos...

● Stratégie digitale et réalisation de vidéos

L'agence avait déjà mis en place une **stratégie digitale plus offensive** avec le recrutement d'un community manager en mai 2019 ayant des compétences en audiovisuel, ce qui avait déjà permis de réaliser des vidéos.

Dans la continuité et dans le cadre de la relance des activités économiques locales, des vidéos des **adhérents de l'agence Inspire Metz** ont été réalisées, avant la Toussaint, afin de faire la promotion des offres du territoire dans les 3 secteurs d'activités de l'agence (tourisme, tourisme d'affaires et développement économique).

4 vidéos ont été réalisées pour donner des idées pendant les vacances de la Toussaint : le marché couvert, la Maison des Roses à Magny, Le Bistrot de G à Metz-centre, le Domaine de la Résidence à Moulins-lès-Metz.

Avec le 2^{ème} confinement, le planning de réalisation des vidéos a été suspendu même si 2 vidéos ont été réalisées dans le cadre des campagnes de relance de l'activité économique.



Vidéo réalisée par l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme sur le Domaine de la Résidence, partenaire de l'agence, situé à Moulins-lès-Metz.

Vidéo réalisée par l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme sur le Bistrot de G, partenaire de l'agence, situé à Metz.



Retombées presse

193

193 sujets parus dans la presse à propos de la destination Metz Métropole suite aux actions de l'agence (imprimé, numérique...), dont :

137

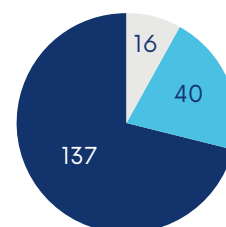
dans la presse
locale

40

dans la presse
nationale

16

dans la presse
internationale



Répartition par support

109 sujets parus sur des supports imprimés, 76 sur des supports digitaux, 4 sur radio et 4 sur TV.

Quelques exemples marquants de presse nationale et internationale

- Femme Actuelle Jeux - «Histoire et modernité c'est Metz».
- Saarländischer Rundfunk - «Tour de Kultur: Auf den Spuren des Metzger Drachens Grauli».
- Easyfly magazine - «Colombia y Franca unidas par la musica».
- Zoover - «Ga op autovakantie : de leukste weekendjes weg met de auto».
- Golf yearbook - «Spien ohne Grenzen».
- La Croix Hebdo - «Metz Enchantresse».
- Cner France - «Du côté des agences, Los-AngeMETZ - BudaMETZ - YokohaMETZ, découvrez la nouvelle campagne de communication d'Inspire Metz».
- Forbes - «Five Historic French Cities to Explore After Paris».
- RMC/BFM «Vos vacances en France à la decouverte de la Moselle».
- Reise Know How - «How Citytrip Metz und Nancy mit Bar-le-Duc».
- Figaro Voyages - «CityTrip à Metz : le ravissement de la Lumière».
- CNN - «Metz Cathedral at 800: The extraordinary art and architecture of 'God's Lantern'».
- Tendencia Shoy - «Metz: danza de estilos e historia en el norte de Francia».
- Travel Weekly - «The classical and the contemporary meet in Metz».
- Europe 1 - «Les sorties du week-end».
- Meet & Travel Mag - «Palais des congrès à investir à tout prix».
- France Congrès Événements - «Metz Métropole, destination vacances : une campagne d'envergure».
- Saarbrücker Zeitung - «Zwischen Youtube-Haus und Kunsthandwerk».
- Meridian Magazine - «WTCA Regional Update : Recap of 2020 European Regional Meeting».

Parmi les 193 parutions, 17 articles institutionnels sur l'agence Inspire Metz.

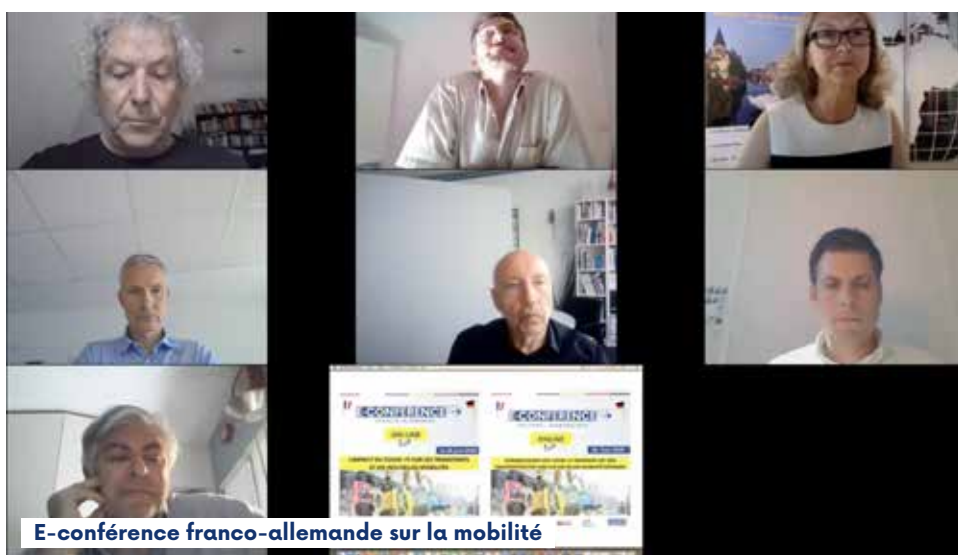
Quelques points marquants en images...



Saint-Vincent de Metz Métropole 25 et 26.01.20



Rencontre du Plateau de Frescaty 28.09.20



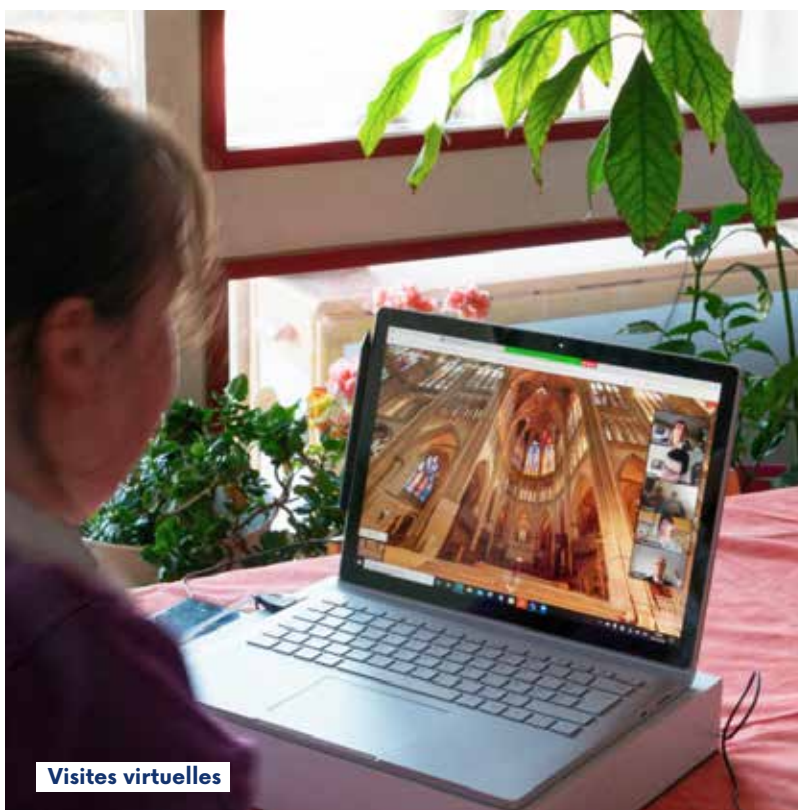
E-conférence franco-allemande sur la mobilité



Conseil de l'Europe : accueil de la commission de monitoring



Gagnant du jeu concours de l'été « Metz Métropole, destination vacances »



Visites virtuelles

Partenaires et financeurs

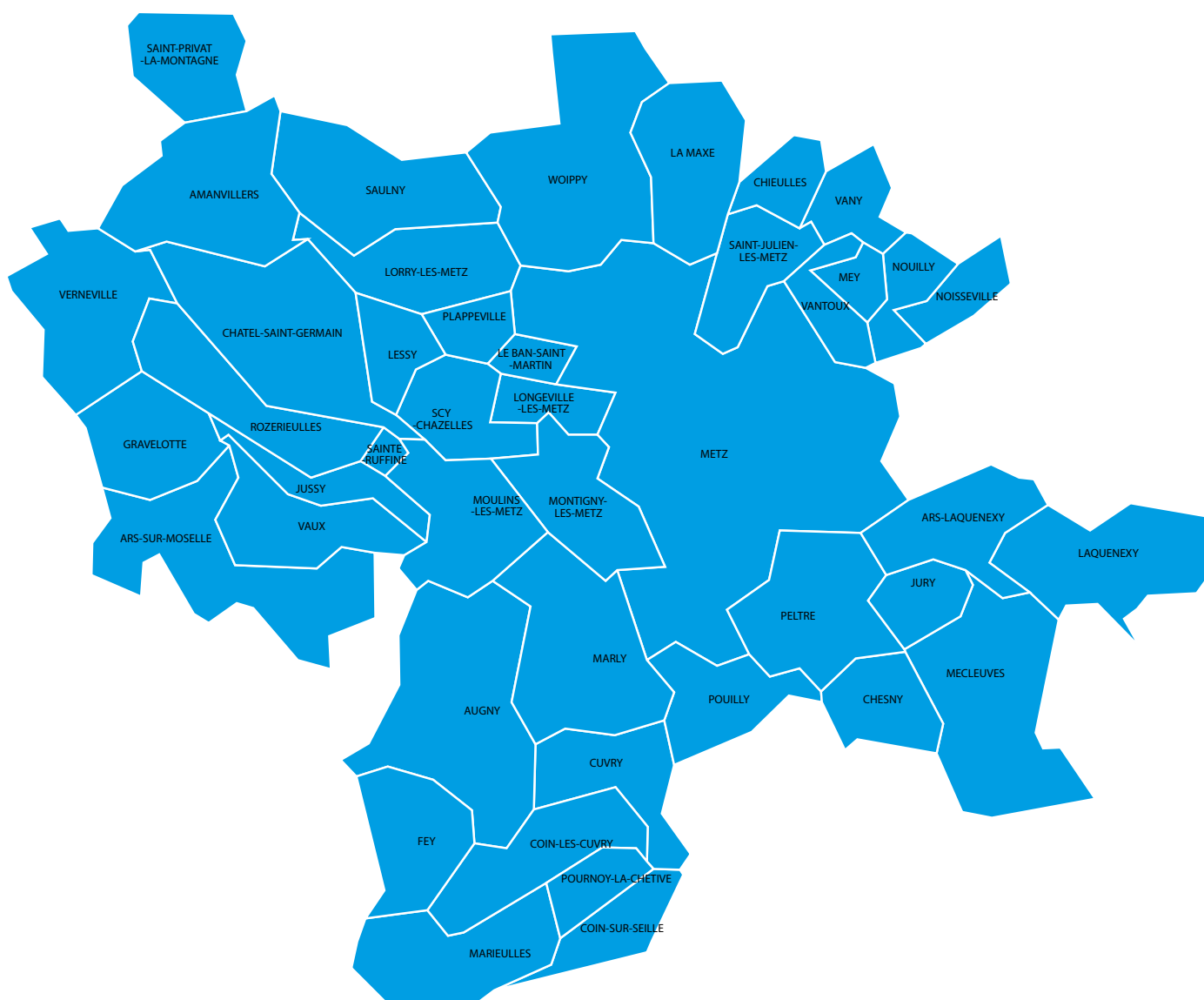
L'AGENCE INSPIRE METZ EST AU SERVICE DES 44 COMMUNES DE



INSPIRE METZ, AGENCE D'ATTRACTIVITÉ AU SERVICE DE METZ MÉTROPOLE, EST SOUTENUE FINANCIÈREMENT PAR



L'Europe s'invente chez nous



L'agence Inspire Metz est également soutenue par ses **adhérents** qui participent directement à la création de valeur et d'emploi : entreprises de toutes tailles, commerçants, hôtels et restaurants, université, écoles et centres de recherche, médias, associations, issus de Metz Métropole et du Pays Messin.

OFFICE DE TOURISME

GRANDE CITE ROMAINE
CAPITALE DE L'AUSTRASIE
CAPITALE CULTURELLE
A L'EPOQUE CAROLINGIENNE
VILLE LIBRE AU MOYEN AGE
CAPITALE DE LA PROVINCE
DES TROIS-EVECHES
CAPITALE DE LA LORRAINE
OFFICE DE TOURISME
METZ A AUTANT D'HISTOIRES, A
RACONTER QUE DE LIEUX A EXPLORER
CATHEDRALE SAINT-ETIENNE
VITRAUX DE CHAGALL
MUSEES DE LA COUR D'OR - FRAC
LORRAINE - CLOITRE DES RECOLLETS
MAISON RABELAIS - PLACE SAINT-LOUIS
OUTRE SEINE - COCITEAU
PORTE DES ALLEMANDS - ARENES
PARC DE LA SALLE - CENTRE
POMPIDOU-METZ - TRANSVERSALS
MUSEE DE LA COMEDIE

Crédits : pour les photophores des 800 ans de la Cathédrale © Designer Jakob Lorenz et le Centre International d'Art Verrier (CIAV) de Meisenthal. Pour les photographies et visuels : Studio Hussenot ; Studio Magellan ; Metz Métropole ; Gatsi/istock ; Shutterstock ; TEMA ; Philippe Gisselbrecht / Ville de Metz ; Jean Insenmann ; Benoît Lapray ; MMAP ; Matthieu Leclerc / MACDAS ; L.Rothan ; Fly Pixel ; Luc Boegly / Wilmotte et Associés ; Shigeru Ban Architects Europe et Jean de Gastines Architectes avec Philip Gumuchjian Architects pour la conception du projet lauréat du concours / Metz Métropole / Centre Pompidou-Metz / Roland Halbe / Sabir design Studio ; Appartement 303 ; Speedi Rychi Nylon ; SIG Metz Métropole ; Aguram ; agence Inspire Metz - Office de Tourisme.

Le 1^{er} septembre 2017, l'agence d'attractivité Inspire Metz est née de la fusion entre l'agence de développement économique de Metz Métropole Développement et l'Office de Tourisme Communautaire Metz Cathédrale.



AGENCE INSPIRE METZ

03 87 39 00 00

contact@inspire-metz.com



Amanvillers
Ars-Laquenexy
Ars-sur-Moselle
Aigny
Châtel-st-Germain
Chesny
Chieulles
Coin-lès-Cuvry
Coin-sur-Seille
Cuvry
Féy
Gravelotte
Jury
Jussy
La Maxe
Laquenexy
Le Ban-st-Martin
Lessy
Longeville-lès-Metz
Lorry-lès-Metz
Marieulles-Vezon
Marly
Méclevues
Metz
Mey
Montigny-lès-Metz
Moulins-lès-Metz
Noisseville
Nouilly
Peltre
Plappeville
Pouilly
Pournoy-la-Chétive
Rozérieulles
Saint-Privat-la-Montagne
Sainte-Ruffine
Saulny
Scy-Chazelles
St-Julien-lès-Metz
Vantoux
Vany
Vaux
Vernéville
Woippy

● La Communauté
de Communes
de l'Arc Mosellan

● La Communauté
de Communes
de Mad-et-Moselle