

RAPPORT D'ACTIVITÉ

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





Inspire Metz, agence d'attractivité au service de l'Eurométropole de Metz.

1 AGENCE, 3 MÉTIERS

Laissez-vous surprendre par l'eurométropole de Metz (visites, séjours, City-Pass...) et préparez votre venue.

VISIT **ME**
TZ

TOURISME

S'implanter et se développer dans l'Eurométropole de Metz (votre entreprise, filiale ou enseigne).

INVEST IN **ME**
TZ

ÉCONOMIE

Organisez vos congrès, conventions d'affaires, séminaires dans l'Eurométropole de Metz.

MEETING YOU
TZ

CONGRÈS

SOMMAIRE

1. Développement du tourisme	7
Bilan de fréquentation	7
Commercialisation et produits	8
Promotion et marketing	11
Produits touristiques	11
Observation touristique	11
Editions	12
Digitalisation	12
Communication et relations presse	13
Destination d'excellence - Qualification de l'offre et management par la Qualité	13
Développement durable	14
Partenariats	15
Perspectives 2022	15
2. Attractivité Économique	17
Mission d'accompagnement des entreprises et des commerces	17
Accompagnement d'urgence lié à la crise sanitaire	17
Maintenir et développer le tissu économique endogène	19
Attirer et développer le commerce	21
Implanter des activités économiques exogènes	22
Développer le tissu économique métropolitain et animer les zones d'activité	23
Promotion du territoire de l'Eurométropole de Metz sur des événements nationaux	24
Action transfrontalière et internationale	24
Mission d'accueil	26
Accueil des nouveaux arrivants et des étudiants	26
Accueil des tournages	27
3. Développement MICE*	29
Présence sur les salons et autres opérations de promotion-prospection-communication	29
Candidatures	30
Autres actions	31
Démarche certification ISO 20121 et de labellisation pilote Destination Innovante Durable	31
Démarche de labellisation DID	32
Congrès	33
4. Communication et promotion	35
Salons et événementiels	35
Les supports	35
Partenariats	37
Campagnes de communication	39
Développement de la stratégie digitale	42
Nouveaux dossiers de l'année 2021	43
Partenaires et financeurs	45

*« Meetings » (réunions), « Incentives » (séminaires), « Conferencing » et « Exhibitions / Events » (événements professionnels).



OFFICE DE TOURISME

OFFICE DE
DE
TOURISME

A. FABERT



Les temps forts de l'année 2021 : grands événements, classements, actions et solutions mises en place par l'agence, ...

JANVIER

- 3^{ème} édition de la Saint Vincent (domaines ouverts aux publics et dégustation virtuelle en janvier 2021).

FÉVRIER

- Création du « guide des aides et dispositifs en faveur des commerces de Metz Métropole ».

MARS

- Préparation d'une Opération de Revitalisation du Territoire (ORT) – redynamisation du commerce.

AVRIL

- Confinement du 04.04 au 18.05.2021, fermeture au public de l'agence Inspire Metz-Office de Tourisme, maintien de l'accueil à distance et de la boutique en ligne avec un service de click & collect.

MAI

- Lancement de la place de marché digitale de l'Eurométropole de Metz « J'achète à Metz Métropole » devenue « Metz Emplettes » en septembre.
- Job dating étudiants – HDV Metz – métiers de la restauration en partenariat avec la Mission Vie étudiante.
- Reprise des visites guidées in situ dès le 03.05.2021, avec protocole sanitaire adapté.
- Supplément dans le Figaro avec l'ART Grand Est.

JUIN

- Conférence franco-allemande sur les nouvelles mobilités, 10.06.21.
- Actualisation des circuits de visites audioguidées en FR-D-GB-NL et ajout de nouvelles langues It-ESP.
- Campagne de communication Constellations de Metz.

JUILLET

- Réalisation de la campagne estivale partenariale « Metz, la métropole de vos envies ».
- Campagne de communication Chagall.
- Acquisition de la plateforme Elloha en tant que tête de réseau partenaire de Moselle Attractivité.
- Délégation d'entreprises régionales et transfrontalières à Abidjan, Côte d'Ivoire.
- Ouverture du site AMAZON ETZ2.

AOÛT

- 1^{ère} diffusion du Journal Economique de l'Eurométropole de Metz « JEEM ».
- 9^{ème} édition de #GEN (Grand Est Numérique): soirée partenariale sur la thématique du Commerce et accueil de délégations allemande et luxembourgeoise.
- Promotion de la destination économique métropolitaine au salon de la Logistique SITL 13-15.
- Accueil des nouveaux étudiants – Semaine « Metz l'étudiante ».
- Lancement du Plan de relance économique France Relance et intégration de l'Agence à la TEAM France Relance.

SEPTEMBRE

- Promotion de la Destination Commerce et prospection de nouvelles enseignes avec le cabinet ANCORIS.

OCTOBRE

- Congrès annuel de la Fédération Addiction les 23.09.21 et 24.09.21 à Metz Congrès Robert Schuman.
- CNAEMO (Carrefour National de l'Action Educative en Milieu Ouvert), les 29.09.21 et 30.09.21 et le 01.10.21.
- SNDGCT - Territorialis (Syndicat National des Directeurs Généraux de Collectivités Territoriales) du 14.10.21 au 16.10.21 à Metz Congrès Robert Schuman.
- Délégation d'entreprises métropolitaines au Maroc Dakhla-Laayoune et Agadir.

- Science & You, Université de Lorraine à Metz Congrès Robert Schuman du 16.11.21 au 19.11.21.

NOVEMBRE

- Fin de tournage du Téléfilm Boomerang pour France TV et avant-première au Klub.
- Campagne Oui.sncf – Inspire Metz – Centre Pompidou-Metz du 27.11 au 27.12.2021.

DÉCEMBRE

- Promotion de la destination économique au SIMI 8-10.
- Campagne de communication « Merry ChristMetz » et supplément du Figaro.
- Campagne de notoriété sur Europe 1.



1. Tourisme

L'ANNÉE 2021 cristallisait beaucoup d'espoirs pour le tourisme d'agrément, malgré les aléas d'un nouveau confinement au printemps, avec un retour rapide des clientèles françaises, et une reprise des mobilités des clientèles européennes dès que les contraintes se sont allégées. Une conjonction d'événementiels (Festival Constellations de Metz, festival Hop Hop Hop, expositions majeures au Centre Pompidou-Metz, dont Chagall le Passeur de Lumière et Face à Arcimboldo, Fêtes de la Mirabelle...), mais aussi deux campagnes de communication menées sur la France et les pays transfrontaliers ont permis de soutenir la fréquentation, notamment durant les week-ends.

La situation s'est toutefois à nouveau compliquée en fin d'année, alors que la tenue des marchés de Noël laissait entrevoir une embellie.

Ainsi, en 2021, l'agence Inspire Metz – Office de Tourisme a dû une nouvelle fois adapter son activité au contexte, faire preuve de flexibilité et d'inventivité, pour promouvoir la destination Eurométropole de Metz, et répondre à toutes les envies.

En 2022, l'agence Inspire Metz-Office de Tourisme proposera des expériences et des offres différentes, durables et numériques, favorisant les itinérances, les mobilités douces et le tourisme fluvial, l'oeno-tourisme et la gastronomie, accompagnera les socio-professionnels dans la digitalisation de leur offre, et sera aux côtés des partenaires privés et institutionnels pour que l'écosystème touristique de la destination soit toujours plus performant, et tende toujours plus vers l'excellence.

Développement du tourisme

Bilan de fréquentation

Un contexte encore difficile, mais des chiffres encourageants

L'agence Inspire Metz – Office de Tourisme a été fermée au public du 04.04 au 18.05.2021 du fait d'un nouveau confinement, avec maintien de l'accueil à distance (téléphone) et de la boutique en ligne avec un service de click & collect, ainsi que mise en place de visites virtuelles ; **Les visiteurs sont revenus beaucoup plus vite et plus nombreux qu'en 2020, toutes les clientèles, françaises et étrangères, sont en augmentation par rapport à 2020.**

+30,6%

de clientèle française par rapport à 2020*

*-32,4% par rapport à 2019.



Écocompteur
+8,49%



Comptoir
+28,75%

Sur l'année 2021 par rapport à 2020.

Remarque : remplacement par le Secrétariat Général des écrans TV situés dans l'espace accueil et du système de players associé (décembre 2021), permettant de diffuser des contenus sur la destination et les grands événements.

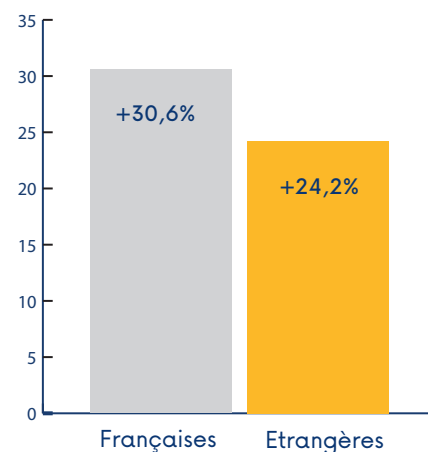
En 2021, la clientèle française a augmenté de + 30,6 % par rapport à 2020 (- 32,4% par rapport à 2019), la clientèle étrangère de + 24,2 % par rapport à 2020 (- 70,2 % par rapport à 2019). La clientèle est à plus de 96% une clientèle individuelle.

A noter que les clientèles famille ont été plus nombreuses, notamment durant la saison estivale (8,8% des visiteurs). La clientèle étrangère a été particulièrement contrainte au début de la saison estivale : les frontières ont rouvert le 09.06.21, mais il était nécessaire d'avoir un test PCR négatif pour entrer et sortir de France, et les catastrophes naturelles (inondations) qui ont touché durement la Rhénanie-Palatinat et la Belgique à la mi-juillet expliquent par exemple la chute de 30% de la clientèle allemande et de 22% de la clientèle belge par rapport à juillet 2020.

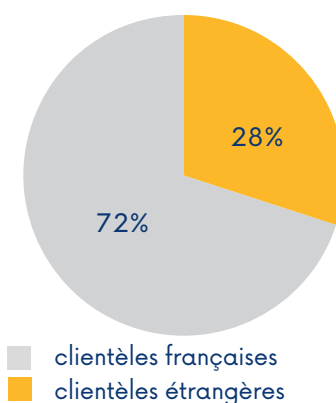
On note un net retour des clientèles européennes dès le mois d'août et au mois de septembre (Allemagne, Belgique, Luxembourg), mais elles sont à nouveau empêchées en fin d'année durant les marchés de Noël (la France est classée zone rouge).

Il n'y a pas de changement notable sur les pics de fréquentation durant l'année : les grands événements culturels ont permis de soutenir la fréquentation durant la saison estivale, puis celle-ci se stabilise durant les mois de septembre à novembre, avec une légère augmentation en décembre (marchés de Noël).

Evolution de la fréquentation à l'Office de Tourisme 2021/ 2020



Sur l'année 2021 par rapport à 2020.



96%

clientèle individuelle

Sur l'année 2021.

8,8%

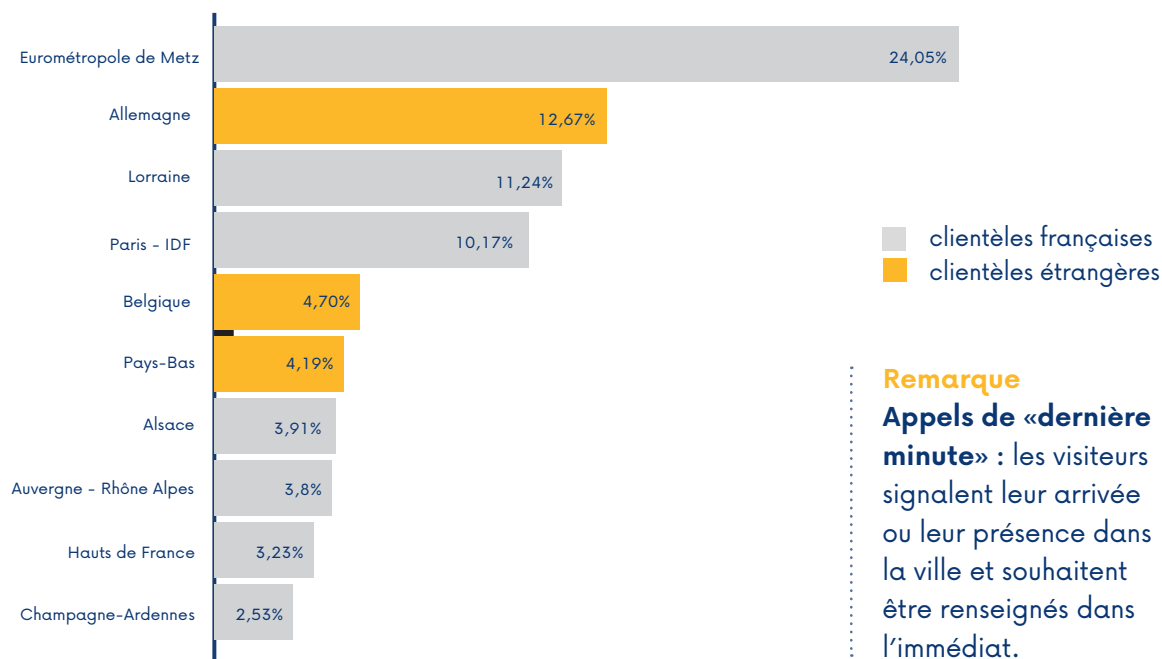
de clientèle famille

Sur l'année 2021.

On note une appétence particulière pour :

- les grandes expositions (Chagall le Passeur de Lumière et Face à Arcimboldo...) et manifestations (Constellations de Metz, festival Hop Hop Hop, Fêtes de la Mirabelle, Marchés de Noël...);
- le tourisme fluvial et bateaux promenade ;
- le cyclotourisme ;
- la découverte du patrimoine de l'Eurométropole de Metz et du Pays Messin.

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



Commercialisation et produits

➔ Boutique

Une année encore chaotique, avec une vente en ligne uniquement durant la fermeture au public du 04.04 au 18.05.2021.

Remarque : les ventes de photophores (objets de collection 800 ans de la Cathédrale) en 2019 et 2020 avaient boosté les recettes. Le manque à gagner est compensé par les nouveautés et la hausse des ventes parallèle à la hausse de fréquentation (2021/2020).

Évolution des ventes :

+5,88%

Chiffre d'affaires sur l'année 2021.

-34,55% sur l'année 2019.

+35,76%

Nombre de produits vendus sur l'année 2021

-45,52% sur l'année 2019.

Le chiffre d'affaires (CA) de la boutique marque une augmentation très nette au mois de décembre 2021, durant les marchés de Noël.

(il reste toutefois inférieur à 2020 sur la période du fait de l'absence de photophores).

Elargissement de la gamme de produits :

Exemple : boules à neige sur mesure Cathédrale Saint-Etienne, nouveaux livres, dont le livre « Les Paraiges »...

Parmi les principales nouveautés :

- Boules à neige cathédrale dorée - Création Agence Inspire Metz à partir de mai 2021;
- Produits FC Metz à partir du mois de septembre;
- Cartes et marque-pages découpe laser - Création Agence Inspire Metz à partir de novembre 2021;
- Santons Lorrains pour les marchés de Noël et en résonance avec l'exposition Santons en cours à l'église Sainte-Ségolène (artisan local) ;
- Rayon littérature régionale depuis novembre 2021 - 7 titres présentés.

NOUVEAU

Les produits en exclusivité à la boutique sont également vendus sur :

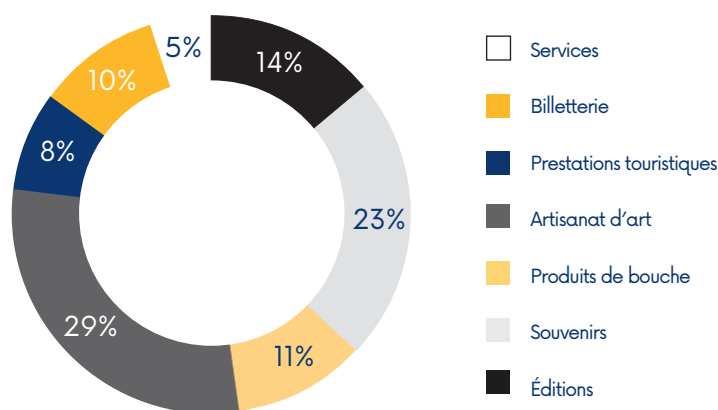
metzemplettes.eu

**Répartition du chiffre d'affaires 2020 de la boutique par catégories**

	2020	2021
Total boutique (€)*	97 982	103 742
Éditions (€)	12 889	14 654
Souvenirs (€)	11 335	24 400
Produits de bouche (€)	12 874	11 102
Artisanat d'art (€)	40 868	29 706
Prestations touristiques (€)	6 643	8 913
Billetterie (€)	9 535	10 107
Prix moyen (€)	6,74	5,26



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



7%
part des commandes
groupes et entreprises sur le
chiffre d'affaires total

Sur l'année 2021.

➔ Réceptif

+142%

de visites guidées groupes
réalisées par l'agence Inspire
Metz-Office de Tourisme

Reprise des visites guidées in situ dès le 03.05.2021,
avec protocole sanitaire adapté, mis à jour en temps réel.

L'activité groupes (nombre de visites pour groupes constitués) reprend doucement. Elle est en nette progression (+ 142%) par rapport à 2020 (encore très nettement inférieure à 2019 - 67,51%). Juin et Septembre - Octobre sont les périodes les plus intenses pour cette clientèle. La clientèle groupes est une clientèle francophone (73% des participants), mais aussi en provenance d'Allemagne (16,3%) et dans une moindre mesure du Benelux.

330

visites thématiques et
incontournables

Sur l'année 2021.

Les visites thématiques et incontournables pour individuels sont plébiscitées : 330 visites ont été organisées en 2021 (+ 37,5% par rapport à 2020, - 12,23% par rapport à 2019), avec une augmentation de fréquentation de + 16,14 % par rapport à 2020.

CA Pôle Réceptif

146 143€

incluant visites guidées et forfaits séjours

Il se décompose comme suit :

- visites guidées : 58 674€ contre 33 226€ en 2020 soit + 76,59%
- forfaits séjours groupes : 71 879€
- forfaits séjours individuels : 15 600€

Promotion et marketing

Phoning et e-mailing auprès des agences réceptives et Tours Opérateurs clients

du 18.02 au 12.03.2021, proposition de visites virtuelles comme outil de promotion (en alternative aux éductours), mais aussi en vente pour des séminaires en lieu et place de visites pour groupes ;

Participation au 1^{er} salon digital BtoB « Je vends la France et l'Outre-Mer »

avec l'ART-Grand Est du 06 au 09 avril 2021 ;

Insertion dans le magazine Tourmag – annuaire « Partez en France » depuis le 30.04.2021

23 838 personnes atteintes par la fiche agence Inspire Metz du 30.04 au 04.10.21

1 éductour en partenariat avec l'agence Lisela,

agence de voyages spécialiste Grand Est, a été réalisé (28.10.2021)

Produits touristiques



Étude de nouveaux produits séjour (convention avec Cité Musicale), circuits mixtes (visite et promenade-bateau) et supports (ex : visite virtuelle pour enfants) ;



Nouveau : Rallye 1^{er} mai, fête des mères et réédition jeux de piste actualisés (mai et octobre 2021) ;
Nouveau : Expériences sylvatiques, balade immersive pour profiter des bienfaits des arbres (juillet 2021) ;

Mise à jour des circuits audioguidés (Cœur de ville et Quartier Impérial)

en FR-D-GB-NL-I

+ nouvelle langue ESP (finalisation en juin 2021) ;

Partenariat de valorisation de la N83 avec les TAMM ;

Remarque : acquisition de nouveaux audiophones (émetteurs et récepteurs) pour les visites guidées, afin de garantir le respect des gestes barrières et une qualité de visite optimale.

Observation touristique

Acquisition d'un nouveau système de comptage de visiteurs

pour la cathédrale Saint-Etienne : signature de la convention tripartite agence-DRAC-diocèse (décembre 2021) ;

Partenariat avec Atout France pour l'outil d'observation

et baromètre du tourisme urbain City trends (juin 2021) ;

Acquisition de data sur l'activité des plateformes locatives

sur le périmètre messin et de l'Eurométropole (mars à décembre 2021) - en partenariat avec l'ART-Grand Est ;

Enquête estivale profil clientèle Destination Metz (juillet-août 2021) ;

Participation aux enquêtes ADN Tourisme et Moselle Attractivité (toute l'année).

Éditions (en synergie avec le Pôle Communication)

Carte Saint-Vincent de Metz Métropole

3^{ème} édition x 1 200 ex. (janvier 2021) ;

Brochure jeunes publics et scolaires

(janvier 2021)

Dossier presse

(avril 2021) ;

Dossier presse Tourisme Durable

(septembre 2021) ;

Livret City-Pass

(août 2021) ;

Brochure groupes 2022

(septembre 2021) ;

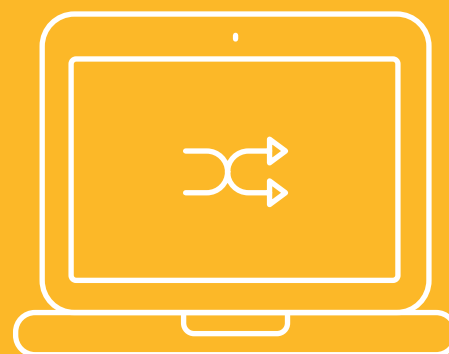
Rédition plan pour audioguides

(novembre 2021).



Digitalisation

- En partenariat avec l'ART – Grand Est : participation au déploiement de la plateforme explore-grand-est.com ;
- Acquisition de la plateforme Elloha en tant que tête de réseau partenaire de Moselle Attractivité. Déploiement en cours (visites audioguidées, offres séjours individuels et City Pass en phase test) ;
- Information qualifiée : invitation aux communes de l'Eurométropole à utiliser la plateforme widget SITLOR pour diffuser leurs agendas de manifestations (e-mailings en janvier et mai 2021).



Communication et relations presse

Workshop presse International Media Marketplace (IMM) de TravMedia

les 23 et 24 février 2021 ;

Workshops presse ADN Tourisme « Partir en France »

les 18 et 19.01 et le 09.04 (marché France) ;

En synergie avec le Pôle Communication :

travail sur le profil FB en allemand ;

Reprise des chroniques sur France Bleu Lorraine Nord (à partir du 10.07)

et sur France Bleu Lorraine Sud (mensuelle) ;

Tournage « La Grande Balade au Soleil »

(diffusion Metz-Nancy prévue au printemps 2022 sur RTL TVi – Belgique).

Campagne Oui.sncf - Inspire Metz - Centre Pompidou-Metz

du 27.11.21 au 27.12.21 avec cross device et mise à disposition de deux offres : Rennes ou Nantes – Lorraine TGV à 59€ / Paris – Metz à 35€.



47

journalistes ou influenceurs ont été accueillis en 2021

(dont quelques accueils cyclotourisme et un accueil golf)

Oui.sncf/bilan

- Très bon taux de clics sur l'habillage Ile-de-France marchés de Noël.
- Plus de 400 ventes en une journée / Les franciliens représentent 17,4% des clientèles de l'OT lors des fêtes de fin d'année (cf p42).
- La destination Metz a vraiment bien performé par rapport à Strasbourg et Nancy.

Destination d'excellence -

Qualification de l'offre et management par la Qualité

Tourisme et Handicap : visite guidée en Langue des Signes Française (LSF) et mise en valeur sur Facebook avec une vidéo dédiée en LSF (février 2021) - article de 6 pages sur Metz dans le journal « Tourisme Accessible » de l'association nationale Tourisme et Handicap (avril 2021) - Participation à la Commission Communale d'accessibilité, renouvellement de l'abonnement ACCEO ;

Poursuite des visites de contrôle des établissements souhaitant obtenir la marque Accueil Vélo sur le secteur de l'Eurométropole de Metz avec Moselle Attractivité (à ce jour, 11 établissements sur l'Eurométropole de Metz ont obtenu la marque) ;

Recensement de l'information Covid (SITLOR) et invitation aux communes de l'Eurométropole à utiliser la plateforme widget SITLOR pour diffuser leurs agendas de manifestations (e-mailings en janvier, mai et octobre 2021) ;

Certification ISO 20121 (en synergie avec le pôle Tourisme d'Affaires) : rédaction du fonds documentaire – accompagnement par le cabinet Green Évènements – Audit programmé au printemps 2022 ;

Sortie du système NF AFNOR le 06.09.2021, conservation de la marque Qualité Tourisme®, convention quinquennale avec ADN Tourisme pour le suivi de cette marque – renouvellement des membres du Comité Qualité Local (février 2021) – adaptation du système documentaire en cours.



Développement durable

Nouveaux produits découverte de la destination

Eurométropole de Metz et tourisme fluvial ;

Mise en valeur des producteurs/prestataires locaux :

3^{ème} édition de la Saint-Vincent (domaines ouverts aux publics et dégustation virtuelle en janvier 2021) ;

Intégration du Visi Pass LE MET' dans le City Pass 2021 ;

En partenariat avec l'ART Grand Est,

> cartographie des prestataires pratiquant la vente en ligne en cours pour mise en avant sur explore-grandest.com;

Mise en valeur de circuits pédestres sur Metz

sur la plateforme Helloways (avril 2021) ;

Partenariats avec la Ville de Metz :

insertion dans l'agenda bimensuel des séniors (toute l'année) ; vitrine de produits pour la quinzaine du commerce équitable (mai 2021), participation à la Semaine Bleue (octobre 2021) ;

Partenariat avec Moselle Attractivité :

festival Rando-Mosl (juillet à septembre 2021) et festival « Bêtes et Sorcières (octobre 2021) ;

Réseau des Greeters (synergie Pôle Communication) :

recrutement en février 2021 ; réalisation des portraits en vidéos (mars à mai 2021) ; lancement officiel 29 juin 2021 ;

Tourisme de proximité :

participation à l'évènementiel « La Lorraine est Formidable », et avec Moselle Attractivité à la « Fête des Vins de Moselle ».

Partenariats

En partenariat avec le pôle tourisme d'affaires :

webinaire thématique « Les nouveaux enjeux du tourisme de loisirs et d'affaires : la digitalisation de l'offre », le 18 mars 2021. Intervention de la Région Grand Est pour présenter leur dispositif et les modalités d'accompagnement ; en partenariat avec l'ensemble des pôles, commission élargie « Tourisme, Tourisme d'affaires, Communication, Emploi » le 08 juin 2021 ;

En partenariat avec Moselle Attractivité :

travail sur les éditions, participation au festival Bêtes & Sorcières, participation aux formations ;

En partenariat avec l'ART – Grand Est :

participation aux réunions territoriales et aux groupes de travail de filières (mémoire et patrimoine, évènementiel, cyclotourisme, tourisme fluvial, œnotourisme, gastronomie) et tourisme durable (circuits courts, tourisme rural, agrotourisme) ;

En partenariat avec la Ville de Metz :

> travail sur une mise en tourisme et une ouverture à un public plus large du Cloître des Récollets – Haut-lieu d'écologie ;

> accompagnement de la médiation pour le festival « Constellations de Metz », Transfestival Passages et conventionnement pour « Metz Plage » ;

Participation aux réunions du Groupe de Travail Tourisme de QuattroPole ;

Renouvellement du partenariat avec la Communauté de Commune Mad et Moselle

pour de la valorisation touristique (ex : visites gratuites durant le GEMAB) ;

Participation à 3 ateliers techniques dans le cadre de l'Opération de Revitalisation du Territoire (ORT) :

« Attractivité du territoire, marketing territorial, tourisme, tourisme d'affaires », « Cadre de Vie » et « Numérique » ;

En partenariat avec l'AGURAM et la Ville de Metz :

participation aux réunions de requalification du Quartier Outre-Seille.

Perspectives 2022

- **Accessibilité de l'information 24 / 24h et 7/7j** en différents points de la ville ;
- **Réaménagement de l'espace Accueil et agrandissement de la Boutique** avec un corner « Qualité Moselle », installation d'un lustre en boules de Meisenthal, illustration des savoir-faire locaux ;
- **Communication renforcée sur les marchés prioritaires européens** ;
- **Renforcement de la Qualité de destination et de la politique de labellisation** ;
- **Développement de l'ingénierie touristique** (en synergie avec le pôle Attractivité Economique) ;
- **Digitalisation de l'offre** ;
- **Développement de l'offre oeno-gastronomique et patrimoine.**



2. Économie

*Le Pôle Attractivité et développement économique a poursuivi au 1er semestre, en particulier, un accompagnement d'urgence proactif auprès des entreprises et commerces métropolitains fragilisés par les effets économiques liés à la crise sanitaire. Dans le cadre du dispositif France Relance, les développeurs du Pôle ont pris contact avec près de **2 000 acteurs économiques** au sein des 27 zones d'activités et des centres-villes des communes de l'Eurométropole de Metz. Des solutions d'orientation et de suivi personnalisé ont été apportées sur le volet emploi-formation, la crise ayant considérablement renforcé les difficultés de recrutement de certains secteurs, mais aussi en ingénierie financière, en transition numérique. 650 commerces soumis aux fermetures administratives durant les confinements et proposant des solutions de vente à distance ont été recensés et ont bénéficié d'un soutien en communication.*

En parallèle, les missions « classiques » du Pôle ont été réalisées avec intérêt et résultats : plus de 400 interactions ont été enregistrées auprès de TPE, PME métropolitaines et de nombreuses actions et accompagnements ont été engagés par le Pôle permettant d'accélérer le rebond économique de l'Eurométropole de Metz et d'en renforcer l'attractivité.

À noter également les actions significatives Emploi-Formation initiées par l'agence pour favoriser les recrutements des secteurs en tension et d'Amazon et la structuration d'une offre d'accueil des étudiants.

Ce dynamisme économique endogène est depuis Août 2021 mis à l'honneur dans le JEEM - Journal économique de l'Eurométropole de Metz, une production interne à l'agence pour ce bimestriel dédié aux acteurs économiques locaux, à leurs actualités, leurs initiatives et aux actions structurantes de l'Eurométropole.

Retour sur cette année 2021 particulière et très riche aussi, en chiffres et en images...

ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

 **615**

contacts enregistrés en base de données en 2021.

 **461**

interactions avec des acteurs économiques

 **324**

accompagnements réalisés (financier, immobilier, innovation, international et Emploi-Formation)

MISSION D'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES ET DES COMMERCES

Accompagnement d'urgence lié à la crise sanitaire

➔ Focus France Relance - 1^{er} semestre 2021

L'agence Inspire Metz, partenaire du réseau France Relance, dans la continuité de ses actions pour la relance de l'activité de l'Eurométropole de Metz et du Fonds Résistance, informe et accompagne les entreprises de l'Eurométropole de Metz qui peuvent être bénéficiaires du plan.

Le pôle a donc contacté depuis la mise en place du dispositif **plus de 2 000 entreprises des 27 zones d'activités de l'Eurométropole de Metz.**

L'objectif de cette démarche de contact individuel était d'informer les entreprises de l'existence du plan de relance et de voir si un accompagnement individualisé était possible.

Sur les 1 913 entreprises nous avons eu des réponses de 1 171 dirigeants (61%) :

- 726 ne souhaitent pas d'informations sur le plan de relance (62%)
- 358 souhaitent des informations par mail (30%)
- 87 souhaitent un contact téléphonique avec un développeur de l'agence inspire Metz. Le but étant une présentation du projet pour une orientation vers un dispositif du plan de relance (8%)



87 entreprises des zones d'activités du territoire ont eu un accompagnement personnalisé de leurs projets et 358 entreprises ont reçu des informations sur les dispositifs (1 jeune 1 solution/Industrie du futur/ Accompagnement Numérique).

Les projets portaient dans plus de 90% des cas sur la problématique emploi et le pôle a donc essentiellement dirigé les entreprises vers les dispositifs :

- Emplois francs.
- 1 jeune 1 solution « recrutement -26 ans ».
- 1 jeune 1 solution « Apprentissage ».

Ce que le pôle a constaté avec cette action :

- **Une forte demande de recrutement des secteurs :**
 - o de la restauration.
 - o du BTP.
 - o de la propreté/sécurité (dû à la situation sanitaire qui entraîne une forte augmentation de l'activité).
- **La crise a considérablement renforcé les difficultés de recrutement de ces secteurs qui depuis plusieurs années déjà rencontraient une problématique « emploi »**

Une attention toute particulière a donc été portée sur ces secteurs d'activité par la compétence emploi de l'agence Inspire Metz :

> **Mise en place par Inspire Metz d'une action de formation et recrutement sur mesure** pour le secteur de la propreté, en lien avec la Région Grand Est et portée par l'apef 57 en partenariat avec les entreprises du secteur (également orientées et mises en relation vers l'action par l'agence Inspire Metz)

> **Mise en place des 2 sessions de rencontre étudiants/entreprises du secteur de la restauration** (Job dating) pendant l'été et pendant l'automne pour répondre aux besoins des entreprises du secteur

> Proposition d'un service **d'accompagnement sur mesure d'aides au recrutement** pour les entreprises du BTP

➔ Focus accompagnement des entreprises pour amortir la crise sanitaire

L'année 2021, dans la continuité de 2020 a connu des périodes de confinement à intensité variable ayant eu des conséquences marquées pour de nombreux secteurs d'activité : le commerce, l'hôtellerie, l'événementiel et la restauration notamment.

L'agence Inspire Metz a été un interlocuteur privilégié pour tous les acteurs économiques du territoire au travers de plusieurs outils :

Fonds Résistance

43

dossiers instruits en 2021

..... pour un soutien public de

384 507€

159

dossiers instruits en totalité depuis 2020

..... pour un soutien public de

1 807 000€

Autres dispositifs

Information sur le dispositif Moselle Espoir, 1500€ pour les restaurateurs :

Campagne d'emailing pour informer **445 restaurants de la métropole de la mise en place du dispositif « Moselle Espoir »** (subvention de 1 500€) du département de la Moselle.

Promotion des différents dispositifs étatiques auprès des entreprises du territoire.

Mise à jour du guide des aides mobilisables en faveur des commerces.

Information et assistance financière auprès d'une trentaine d'entreprises par rapport à leur situation.

Maintenir et développer le tissu économique endogène

➔ Préconisations et mobilisation de dispositifs d'aide

chiffres 2021

314

**accompagnement d'entreprises
et de commerces du territoire**
(80% des accompagnements
réalisés)

dont accompagnement financier

Nombre d'entreprises renseignées	140
Nombre de dispositifs présentés	93
Nombre d'entreprises bénéficiaires	67
Montant d'aides accordé aux entreprises	556 032€

- **Région Grand Est** (Modernisation des PME, industrie du futur, artisanat de demain, pacte de relocalisation)
- **ARDAN** (Action Régionale pour le Développement d'Activités Nouvelles).
- **ALIZE, ALICCE, CIP** (ALIZE : Action Locale Interentreprises en Zone d'Emploi ; ALICCE : Accompagnement Local Interconsulaire pour la Croissance Commerciale et l'Emploi ; CIP : Centre d'Information sur la Prévention des difficultés).
- **Convention de revitalisation PSA** (fin de la convention en 2021, 15 assistances au montage de dossiers). 107 700 € de subventions ont été attribués aux entreprises du territoire
- **Total Développement**
- **Initiative Metz**
- **France relance**

➔ Dispositifs Innovation

Et participation à différents comités, instances organisés par des partenaires : C2IME, C2IME compétences ISEETECH, PFIL, ALIZE, TROPHEE MC6, Ecodéfis.

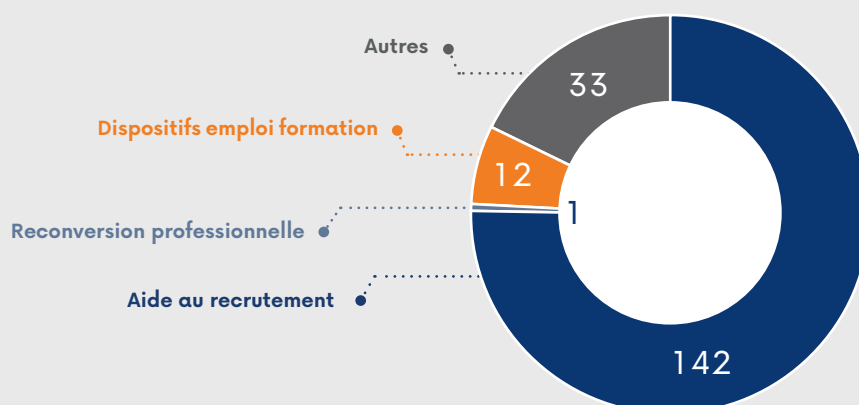
➔ Recherche immobilière et implantation (entreprises métropolitaines)

118 entreprises ont été accompagnées par l'agence Inspire Metz dans leur recherche immobilière sur le territoire de l'Eurométropole de Metz.

4 implantations ont été réalisées et 67 dossiers de projets d'entreprises locales sont à l'étude pour plus de 50 emplois.

➔ Mission Emploi-Formation

Répartition des actions Emploi menées par le pôle
(en nombre d'entreprises accompagnées)



178 actions d'accompagnement d'acteurs économiques représentant 1 133 projets de recrutement (nouvelles embauches, remplacements).

Actions significatives Emploi-Formation

AMAZON : coordination du programme métropolitain d'accompagnement au recrutement (phase CDI + phase intérim) au travers d'actions de mobilisation et de coordination des acteurs de l'emploi métropolitains et des Demandeurs d'Emploi cibles (jeunes, issus des Quartiers Politique de la Ville, Demandeurs d'Emploi Longue Durée). 562 CDI et 6 500 contrats d'intérim (chiffres au 31/12/21).

Jobs étudiants (rencontres d'été + Metz l'étudiante) : en lien avec la ville de Metz et d'autres partenaires (Pôle emploi + UMIH Moselle), recensement, diffusion, organisation de 2 rencontres « jobs étudiants » (été + automne) sur des secteurs localement en tension : hôtellerie restauration/commerce, grande distribution/service à la personne. **230 étudiants – 20 partenaires – 135 offres d'emplois.**

PRINTEMPS : accompagnement à la reconversion professionnelle des salariés hors Plan de Sauvegarde de l'Emploi (salariés des marques non accompagnés par BPI Group) > suivi individuel et mobilisation des dispositifs partenariaux.

Actions lancées en 2021 à poursuivre en 2022

- Territoire « zéro chômeur » longue durée (Ville de Metz)
- Action expérimentale de formation et recrutement sur mesure dans la filière du nettoyage/propreté.

Attirer et développer le commerce

Promotion de la Destination Commerce de l'Eurométropole de Metz.

Convention avec ANCORIS pour la prospection et la détection de projets d'investissements d'entreprises.

Participation à la mise en place de la marketplace Metzemplettes.

Appui pour la soirée commerce de #GEN : conseil, mise en relation, participation aux groupes de travail, communication sur l'événement, mobilisation des équipes IM pour l'organisation de la soirée commerce.

Copilotage de la préfiguration du projet ORT: assistance administrative au Comité de pilotage ORT (implication avec AGURAM, rédaction convention et coordination avec les élus).

OBJECTIF



ANCORIS
DES SOLUTIONS POUR CHAQUE TERRITOIRE

Identifier et transmettre
20 à 30 projets exogènes
économiquement viables de
création et d'implantation
d'entreprises commerciales sur
le territoire.

Des opérations de communication
nécessaires à ces deux objectifs sont
prévues pour une durée de 7 mois,
Jusqu'au 15 avril 2022.

INVEST IN METZ
Pôle Attractivité Économique de l'Agence Inspire Metz

À PROPOS | JOURNAL ÉCONOMIQUE & TV | S'IMPLANTER | OFFRE COMMERCIALE | DONNÉES ÉCONOMIQUES | FILIÈRES | ACTIONS INTERNATIONALES

DECOUVREZ LE PORTAIL

INSPIRE METZ

OFFRE COMMERCIALE > IMPLANTEZ VOTRE COMMERCE OU VOTRE ENSEIGNE DANS L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

IMPLANTEZ VOTRE COMMERCE OU VOTRE ENSEIGNE DANS L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

LA DIRECTION DU PÔLE ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE DE L'AGENCE INSPIRE METZ

Une équipe de développeurs économiques et d'experts pour soutenir, accompagner et promouvoir tous vos projets.

Implantez votre commerce ou votre enseigne dans l'Eurométropole de Metz

Les pôles commerciaux

La zone Actisud

PÔLE IMPLANTATION COMMERCE

Dans le cadre de la convention signée entre l'agence Inspire Metz et le cabinet Ancoris pour promouvoir la destination commerce et les opportunités d'implantation sur l'Eurométropole de Metz, **une nouvelle plateforme à destination des porteurs de projets de commerces vient d'être mise en ligne.** Ce nouvel outil permet notamment de collecter des informations essentielles et de s'informer sur le potentiel commercial, l'accessibilité, le financement ou encore les locaux disponibles sur le territoire.

Vous êtes artisan/commerçant et souhaitez développer votre activité sur l'Eurométropole de Metz ?

Consultez la plateforme Pôle Implantation Commerce faite pour vous



Implanter des activités économiques exogènes



35

positionnements de territoire auprès d'investisseurs étrangers

via Invest Eastern France le service dédié à la prospection internationale de GRAND ENOV + :
 > identification de solutions d'accueil de projets à capitaux étrangers

2 installations pour 14 emplois

secteur d'activité	(bases Invest Eastern France et Inspire Metz)
Industrie	7 %
Service	22 %
Commerce	5 %
Artisanat	1 %



56

demandes d'entreprises nationales ont été traitées

70% sont encore à l'étude.

8 entreprises installées pour 35 emplois

Pays	
Canada	5
Angleterre	3
Allemagne	3
Etats-Unis	7
Espagne	3
Italie	2
Mexique	2
Autres	10

69% des positionnements réalisés interviennent dans le secteur d'activité des services. Les projets proviennent majoritairement d'Europe occidentale et d'Amérique du Nord.

Développer le tissu économique métropolitain et animer les zones d'activité

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

- Poursuite de la commercialisation de terrains sur la Base Vie représentant une surface foncière totale de 38 382m² permettant l'implantation d'entreprises artisanales.
- Commercialisation de la ZAC Pointe Sud dédiée aux activités de production et de petite logistique représentant une surface foncière de 9 ha.



Promotion de la commercialisation de la phase 2 du pôle Santé-Innovation de Mercy pour une surface totale de 11 hectares supplémentaires.

Ciblage d'entreprises intervenant dans le secteur de la santé

- Lancement d'une réflexion sur le positionnement du territoire avec l'Eurométropole de Metz et l'assistance du cabinet ALCIMED
- Démarrage de la prospection concernant la phase 2 du pôle Santé-Innovation de Mercy
- Participation au salon SANTEXPO à Paris du 08 au 10 novembre 2021
- Accueil d'une délégation de prospecteurs Business France au CHR pour présentation du pôle Santé-Innovation de Mercy et de l'offre foncière.

Actipôle : expérimentation E.I.T* avec 17 entreprises installées sur la zone

pour mutualiser des services et ressources (gestion des déchets, recrutement et stockage...). 40 synergies ont été identifiées. Programme E.I.T* (Ecologie Industrielle Territoriale) piloté par l'Eurométropole de Metz.

Parc du Technopôle : 6 projets à l'étude sur une surface de 4 ha.

Actisud Moulins-lès-Metz : Loisirama

futur plus grand centre de loisirs indoor de France - installation de 10 enseignes.

Centre-ville de Metz et communes de l'Eurométropole de Metz :

accompagnement des maires, dynamisation des centre-villes et centre-bourgs (nouveaux commerces, marchés plein vent, accueil et ingénierie touristique).



Promotion du territoire de l'Eurométropole de Metz sur des événements nationaux

Numérique

#GEN : co-réalisation d'une soirée dédiée au commerce et nouvelles pratiques phygitaes + Accueil d'une délégation de startups luxembourgeoises avec House of Startups Luxembourg et d'une délégation allemande institutionnelle, pour mise en relation avec acteurs locaux et présentation des acteurs ESRI locaux (Metz).



Transfrontalier

SITL 2021 du 13 au 15 septembre 2021 (Paris).

Santé

SANTEXPO 2021 du 08 au 10 novembre 2021 (Paris).

Visite du salon MEDICA du 15 au 18 novembre (Düsseldorf).

Industrie du futur

BE 4.0 du 29 au 30 novembre 2021 (Mulhouse).

Immobilier

SIMI du 08 au 10 décembre 2021 (Paris).

Création/reprise

GO salon de la création/reprise le 19 novembre 2021 (Metz).

Business, Act et relance

360 GRAND EST le 1er décembre 2021 (Strasbourg).

Action transfrontalière et internationale

Organisation de la conférence franco-allemande sur les Mobilités fin mai sur la thématique hydrogène.

Organisation d'une rencontre avec la FEDIL Luxembourg (Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg) pour des échanges entre entreprises sur les « best practices ».



Prospection enseignes allemandes pour la Ville de Metz / Eurométropole de Metz.

Mission Maroc - délégation d'entreprises : opportunités d'investissement dans les régions de DAKHLA et d'AGADIR.

Délégation d'entreprises franco allemande en Côte d'ivoire avec WTC Abidjan.

World Trade Center Metz-Saarbrücken :

- Ouverture d'un bureau du WTC à Sarrebruck auprès de l'IHK (service international de la chambre de commerce de la Sarre) avec permanence.
- Conception nouveaux supports de communication, coordination avec Ville de Sarrebruck - intensification de la présence WTC en Sarre pour prospecter de nouveaux adhérents
- Programmation d'animations culture internationale (English Lunch, Brotzeit)
- Promotion du territoire transfrontalier cycle « Promising cities »
- Offre de services : UKCA label certifié pour l'exportation vers le Royaume-Uni, plateforme RH profils trilingues et multiculturels.
- Accueil et accompagnement des porteurs de projets économiques transfrontaliers.



Service national d'appui à la création d'activités en centre ville / centre bourg

Confidentiel et gratuit

01 85 53 39 52



Nos services ▾

Trouvez vos locaux

Découvrez les centres-villes

Notre accompagnement 360

Contactez-nous

Accueil > Découvrez les centres villes > Eurométropole de Metz

Retour à la recherche

Eurométropole de Metz

Installez votre activité commerciale sur la métropole de Metz

MISSIONS D'ACCUEIL

Accueil des nouveaux arrivants et des étudiants

Accueil des étudiants

- Organisation de présentations du territoire dans les grandes écoles (CENTRALESUPELEC et ENSAM) + participation à la Wonderful Online Orientation Weeks (WOOW), Université de Lorraine.
- Participation à la semaine d'accueil « Metz l'étudiante » (stand, partenariat commerces, visites).
- Organisation du salon Jobs étudiants.
- Mise en place des jeudis de l'étudiant avec des visites offertes par l'Office de Tourisme le premier jeudi du mois et une offre de remises auprès des commerçants.



Accueil des nouveaux arrivants

Développement et structuration de la mission en cours d'année 2021.

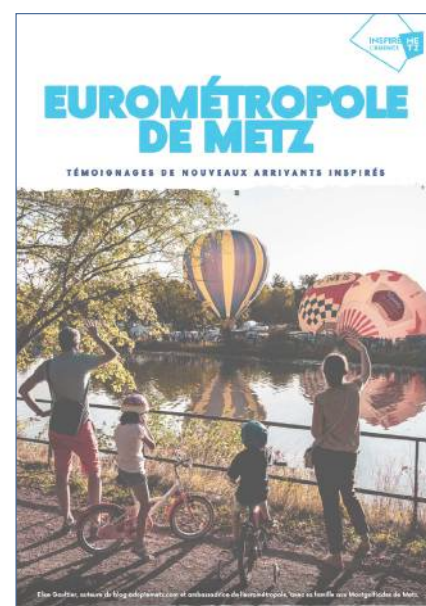
- Réalisation de 2 brochures de présentation de la mission d'accueil et de témoignages de nouveaux arrivants en synergie avec le pôle communication (en interne).



10 RAISONS DE S'INSTALLER DANS L'EUROMÉTROPOLE
GUIDE D'ACCUEIL DU NOUVEAU MESSIN
DES FORMATIONS D'EXCELLENCE

10 raisons de s'installer dans l'Eurométropole de Metz :

1. Un territoire européen à proximité de 3 frontières (Belgique, Allemagne, Luxembourg)
2. Metz, capitale de l'écologie urbaine et ville jardins avec 52m² d'espaces verts par habitant
3. Une métropole à 82 minutes de Paris, 44 minutes du Luxembourg et à 1h50 de Francfort
4. Metz, cité créative UNESCO. Première ville française labellisée dans la catégorie musique



Accueil des tournages

Accueil et soutien de 8 tournages dont 2 longs-métrages, 1 unitaire TV, 1 documentaire et 4 courts-métrages.



Tournage Boomerang - Marly - novembre 2022

« **LE VISITEUR DU FUTUR** » : long-métrage de François Descaques produit par Pyramide Productions.

« **LA MORT D'ALBINO RODRIGUE** » : long-métrage réalisé par Christine Dory et produit par Zadig Productions.

« **DE MAL A PERSONNE** » : court-métrage de Céline Primard produit par Mephil Films et Loin derrière l'Oural.

« **PIN PON** » : court-métrage de Baptiste Drapeau produit par Topshot Films.

« **LORRAINE** » : court métrage réalisé par Milena Beurer-Doenst et produit par les Films Grand Huit.

« **LA DERNIERE SOIREE** » : court-métrage de Nicolas Engel produit par Topshot Films.

« **BOOMERANG** » : unitaire TV 90' est un film de Christian FRANÇOIS produit par NOLITA TV pour une diffusion sur France Télévisions.

« **RAPHAEL PITTI : POUR IMAN** » : film documentaire de 52' écrit et réalisé par Sylvie Cozzolino, Nomades production.

Organisation d'événements

En partenariat avec France 3 et Nomades TV, organisation de l'avant-première du documentaire sur Raphaël Pitti le 16 septembre 2021 au Klub - **121 personnes présentes.**

En partenariat avec Nolita TV et l'agence culturelle Grand Est, **organisation de l'avant-première du téléfilm Boomerang le jeudi 18 novembre 2021** au Klub - 180 personnes présentes, précédée d'un point-presse organisé à l'agence Inspire Metz (avec un direct sur France 3).

Communication/promotion

Mise à jour du Carnet de tournages, castings, salons ...

Retombées économiques des tournages

Avec une enveloppe métropolitaine cumulée 2020-2021 de 48 000 euros, **les retombées économiques s'élèvent à 405 000 euros**, soit un effet levier de 8,4. Pour 1 euro investi, le territoire de l'Eurométropole de Metz récupère plus de 8 euros.

Source : bureau des tournages du Grand Est - Agence culturelle de la Région Grand Est.



La mort d'Albino Rodrigue

1€ investi → 8€ pour le territoire



3. Congrès

Dans la continuité de 2020, le secteur de l'évènementiel et du tourisme d'affaires a été fortement perturbé en 2021 par un contexte sanitaire changeant. Le début et la fin d'année ont été chaotiques et la reprise tant attendue, amorcée réellement en septembre, a été stoppée net en novembre.

Les évènements prévus en 2020 et reportés en 2021 ont pu se tenir entre septembre et octobre, mais certains d'entre eux ont encore été reportés en 2022. Ainsi plusieurs congrès d'envergure réunissant un millier de participants se sont tenus dans une période courte (septembre-octobre).

Les salons dédiés au MICE programmés en début d'année ont été annulés ou reportés et ce n'est qu'à partir de juin que des opérations de promotion/prospection ont pu se tenir.

Dans ce contexte le bureau des congrès a adapté ses services comme en 2020, en se focalisant sur les acteurs locaux avec des actions dédiées. La collaboration avec l'Agence Régionale du Tourisme s'est également renforcée avec des actions de promotion/prospection/communication concrétisées (éductour, workshop, plateforme digitale,...).

Enfin la mise en place de la certification ISO 20121 sur le périmètre de l'Office de Tourisme et du bureau des congrès s'est faite tout au long de l'année pour préparer l'audit final début 2022. Cette démarche couplée à celle de la labellisation Destination Innovante Durable démontre la volonté d'exemplarité forte de l'agence Inspire Metz et du territoire dans ce domaine.

Développement MICE*

83

demandes traitées
directement par le pôle.

Un potentiel de

22 600

nuitées et 39 500 journées congressistes

- Une hausse d'activité de 17% par rapport à 2020 (mais toujours -33% par rapport à 2019).
- Un taux élevé de **concrétisation des demandes de 55%** (36% en 2020), **soit 46 évènements confirmés.**
- La majorité des demandes concerne des séminaires locaux de moins de 100 participants d'une journée. Peu de demandes ont porté sur de gros congrès car les organisateurs étaient encore craintifs par rapport à la situation sanitaire avec une visibilité relative.

Les retombées économiques générées sont environ de **1,2 M€ sur une base de dépense de 200€/jour/congressiste.**

Après un début d'année en demi-teinte et le confinement du mois d'avril, une reprise réelle s'est amorcée en septembre. La 5^{ème} vague arrivée en novembre conjuguée à l'apparition du variant Omicron ont provoqué un arrêt net des demandes dès novembre ainsi qu'une annulation des évènements programmés en fin d'année. Ceux-ci ont été soit reportés à 2022 soit purement et simplement annulés.

Présence sur les salons et autres opérations de promotion-prospection-communication

En raison de la crise sanitaire, certains salons prévus en début d'année ont été reportés ou annulés.

Inspire Metz a participé à 3 salons/workshop en 2021:

- Pure France à Paris le 9 septembre en partenariat avec Metz Evènements : 10 rendez-vous qualifiés (agences événementielles, corporate et associations/fédérations).
- Mice Place, « destinations à +/- 2 heures de Paris », à Paris le 23 septembre en partenariat avec Metz Evènements : 20 rendez-vous qualifiés.
- Workshop de l'ART Grand Est à Paris, partenariat avec Metz Evènements, FC Metz Stadium et la Citadelle : 10 contacts.

Organisation d'un eductour Moselle en partenariat avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est les 11 et 12 décembre.

7 agences événementielles de Paris, Nantes, Toulouse et Lyon ont été conviées à découvrir la destination pendant 1 journée et à y passer une nuitée avant de découvrir Forbach le lendemain.

* « Meetings » (réunions), « Incentives » (séminaires), « Conferencing » et « Exhibitions / Events » (évènements professionnels)

370

messages de prospection
ciblés et personnalisés.

Dans la continuité de 2020, 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...), plusieurs campagnes d'emailing et de phoning ont été mises en place.

Ainsi plus de 370 messages de prospection très ciblée ont été envoyés lors du 2^{ème} semestre 2021, soit autant qu'en 2020.

Candidatures



Le bureau des congrès a multiplié le nombre de candidatures à des évènements d'envergure avec l'appui du pôle communication dans la réalisation des dossiers : 11 ont été réalisés pendant l'année. Des porteurs de projet/ambassadeurs locaux ont initié certaines de ces candidatures : candidature à l'accueil du congrès APM portée par Monsieur Blaise Taffner, candidature Association Française de Mécanique portée par le professeur Hamid Zahrouni du laboratoire LEM3 de l'Université.

11

candidatures réalisées sur
l'année 2021.

Début 2021, 1 candidature a été remportée : congrès GMF, 600 participants les 12 & 13 mai 2023.

Laboratoire d'Etude des Microstructures
et de Mécanique des Matériaux
METZ

**Candidature à l'accueil
du Congrès Français
de Mécanique**

Du lundi 26 au vendredi 30 août 2024

Tourisme Nord et Cathédrale Saint-Etienne de Metz

LEM3 Lemta UNIVERSITÉ DE LORRAINE Arts et Métiers CRIS Geopolis Tech Libermatlab

Metz Métropole
destination inspirante
pour votre événement

INSPIRE ME
TZ

**Candidature
aux Assemblées Générales
de la GMF**

12 et 13 mai 2023

METZ
ÉVÉNEMENTS

Autres actions

Comme en 2020, d'autres actions/initiatives à l'intention des acteurs locaux ont également été mises en place.

Le bureau des congrès et l'office de tourisme ont mis en place un webinaire sur « les nouveaux enjeux du tourisme de loisirs et d'affaires : la digitalisation de l'offre ». Il s'est tenu le 18 mars en présence des professionnels du tourisme locaux. Madame Amandine Leopold, adjointe à la direction du tourisme de la Région Grand Est, est intervenue sur les aides et accompagnements dédiés.

Une commission élargie aux 3 métiers de l'agence (attractivité économique, tourisme d'affaires et tourisme de loisirs) a été organisée le 8 juin à l'attention des professionnels du territoire.

L'ordre du jour concernait le planning des manifestations touristiques, un point sur les campagnes de communication et un point sur l'emploi et le recrutement (en lien avec l'UMIH57).

Partenariat avec l'ART Grand Est :

le bureau des congrès participe depuis juin 2020 au groupe MICE mis en place par l'ART Grand Est. Cette task force réunit les acteurs du tourisme d'affaires de la région afin de mettre en place des actions et axes de travail pour redynamiser le secteur. Des groupes de travail thématiques auxquels participe le bureau des congrès ont également été créés (développement durable, digitalisation de l'offre).

4 actions ont été planifiées et réalisées en 2021 :

- Un workshop Grand Est (le 29 juin à Paris, afin de présenter à une cinquantaine d'acheteurs/organisateur d'évènements, l'offre de tous les bureaux des congrès du Grand Est et de leurs partenaires).
- Un eductour Moselle Nord (11 et 12 décembre 2021).
- Un séminaire du Club Croissance Tourisme le 21 octobre avec les acteurs du Grand Est à Center Parc 3 forêts : « faire de notre région une destination premium ».
- Une page thématique MICE sur la plateforme d'accélération à la commercialisation de l'ART.

Démarche certification ISO 20121 et de labellisation pilote Destination Innovante Durable

Commencée en décembre 2020, la démarche de certification ISO 20121 s'est poursuivie sur toute l'année 2021.

Cette norme lie les activités des pôles tourisme de loisirs et tourisme d'affaires 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 continué à être formées afin d'obtenir cette certification début 2022.



Un diagnostic de l'ensemble des parties prenantes en début d'année 2021 a permis de définir les enjeux de la certification ISO20121 pour le territoire, et a abouti à la rédaction de la Politique de Développement Durable signée par le Président en date du 26 avril 2021.



L'équipe projet a rédigé le fonds documentaire comprenant les 7 procédures obligatoires (communiquer avec les parties intéressées, stratégie enjeux et objectifs développement durable, exigences légales, achats responsables, prévention et maîtrise des situations d'urgence, traitement des non conformités, audit interne) ainsi qu'un plan d'actions annuel.



Un audit à blanc a été réalisé le 30 septembre 2021 par le cabinet Green Evénements et a été suivi le 7 octobre de la première revue de direction. Ces instances ont permis de déceler des points forts, mais aussi des points de vigilance.

Démarche de labellisation DID

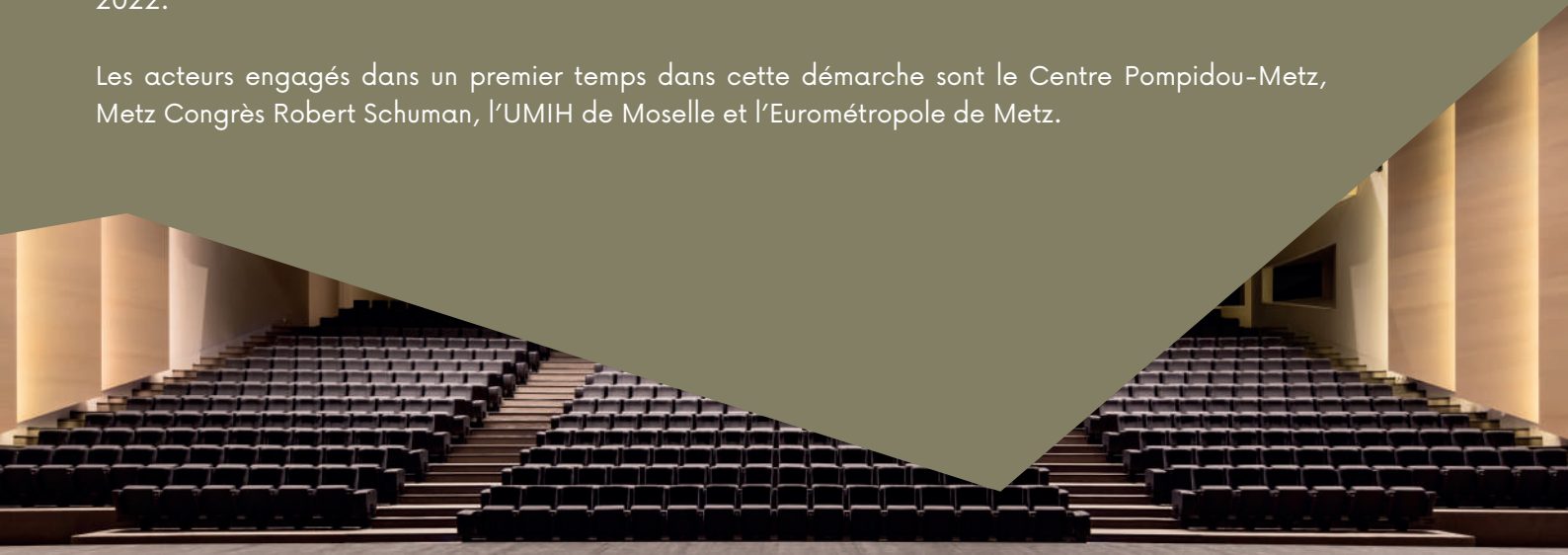
En parallèle de la démarche ISO s'est également poursuivie celle de la labellisation DID (Destination Innovante Durable).

Piloté par France Congrès & Evénements, ce projet concerne 9 destinations pilotes (Nantes, Bordeaux, Rennes, Nancy, Marseille, Biarritz, Deauville, Cannes et Metz).

C'est une étape importante pour les villes françaises qui s'engagent pleinement dans le développement d'un tourisme durable. La démarche couvre le tourisme d'affaires comme celui de loisirs, et son intérêt réside dans le fait d'associer toutes les parties prenantes du territoire (visiteurs, socioprofessionnels, habitants etc.) à la bonne réalisation des actions et objectifs désignés (8 enjeux déclinés en 26 actions concrètes de développement durable).

Un organisme certificateur sera chargé d'auditer et de labelliser les destinations engagées courant 2022.

Les acteurs engagés dans un premier temps dans cette démarche sont le Centre Pompidou-Metz, Metz Congrès Robert Schuman, l'UMIH de Moselle et l'Eurométropole de Metz.



Congrès

Quelques congrès qui se sont tenus à Metz en 2021 :

- **SNDGCT - Territorialis (Syndicat National des Directeurs Généraux de Collectivités Territoriales)**, du 14 au 16 octobre à Metz Congrès Robert Schuman (report de 2020).
400 participants
- **ANDEV (Association Nationale des Directeurs de l'Éducation des Villes)**, à Metz Congrès Robert Schuman, du 20 au 22 octobre.
400 participants
- **CNAEMO (Carrefour National de l'Action Educative en Milieu Ouvert)**, 41^{ème} assises nationales à Metz Congrès Robert Schuman, les 29 et 30 septembre et le 1^{er} octobre.
1000 participants
- **CUSMA (Club des Utilisateurs de Sedit Marianne)**, congrès national à l'Arsenal, les 7 et 8 octobre.
200 participants
- **Science & You**, Université de Lorraine à Metz Congrès Robert Schuman du 16 au 19 novembre.
Plus de 1000 participants
- **Congrès annuel de la Fédération Addiction** les 23 et 24 septembre à Metz Congrès Robert Schuman.
1000 participants





4. Communication

Comme tous les ans, le pôle communication a élaboré un plan de communication opérationnel pour l'année en lien avec les autres pôles de l'agence et en phase avec la stratégie générale de l'agence et de l'Eurométropole de Metz. En raison de la crise sanitaire, l'année 2021 a encore présenté des incertitudes et a nécessité des adaptations en cours d'année. Cela étant, de nombreuses actions ont pu être préparées dès le début d'année avec la relance des marchés, la réflexion et préparation de nouveaux supports (journal économique...) et la définition d'une stratégie digitale plus offensive et plus ciblée (en BtoB et en BtoC).

L'amélioration des conditions sanitaires fin mai a également permis de préparer les habituelles campagnes de communication avec nos partenaires (Constellations, Centre Pompidou-Metz...) et, à l'instar de l'année précédente, de renouveler une campagne estivale partenariale touristique d'envergure avec le soutien de la CCI 57.

Le pôle communication a bien sûr continué à assurer ses missions quotidiennes au service des trois pôles (newsletter bimensuelle, médiation sur les réseaux sociaux, mises à jour sites internet, création d'actus et divers documents de travail, calendrier mensuel des visites de l'OT, contacts presse...).

*La fin de l'année a également été chargée avec l'organisation de nouveaux supports, de campagnes de communication et l'organisation de salons. L'année s'est conclue avec une campagne de notoriété de la destination sur Europe 1. Enfin, **le classement de Metz à la 3^{ème} place du plus beau marché de Noël d'Europe 2022** (candidature portée par l'agence) a permis une grande visibilité à notre destination et offre de belles perspectives pour la promotion des marchés de Noël 2022.*

Communication et promotion

Salons et événementiels

- **Communication sur la Saint-Vincent avec le pôle tourisme** : 23, 24 et 25 janvier 2020 : remise à jour carte, création de GIF de promotion de l'événement (dégustation virtuelle et journées portes ouvertes) pour les réseaux sociaux et promotion presse.
- **Salons économiques** : 360, SIMI, SITL, BE 4.0... : travail partenarial de réservation des emplacements pour les nouvelles dates suite aux reports et préparation des salons en lien avec le pôle Attractivité Économique et nos différents partenaires (Scalen, Moselle Attractivité...).
- **Metz l'étudiante** : réalisation du prospectus en interne.



Les supports

- **Réalisation du rapport d'activités 2020** de l'agence.
- **Réalisation du dossier de presse 2021** de la destination touristique, création du dossier de presse sur la destination durable et de la brochure groupe 2022 en lien avec le pôle tourisme.
- **Réalisation d'une brochure et d'une vidéo sur les visites en Langue Des Signes** pour le pôle tourisme et mise en forme d'un power point de support pour une visite virtuelle sur le thème du Graouilly pour les enfants.
- **Poursuite des vidéos des adhérents de l'agence et création de la série « 1 minute, 1 œuvre »** / réalisation en interne par le community manager de l'agence. L'idée était en effet de présenter des œuvres des institutions culturelles de l'eurométropole sous forme de vidéo avec une diffusion sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram). Une seconde série intitulée « La minute du patrimoine » a également été réalisée avec 5 vidéos pour présenter des sites patrimoniaux de l'eurométropole. Dès la fin du 3^{ème} confinement, l'agence a repris la réalisation des vidéos des restaurateurs et hôteliers-restaurateurs adhérents de l'agence afin de les aider dans la reprise de leurs activités. Les professionnels possédant une terrasse ont été prioritaires. A savoir : Au total, plus de 73 vidéos ont été réalisées (avec celles des adhérents).

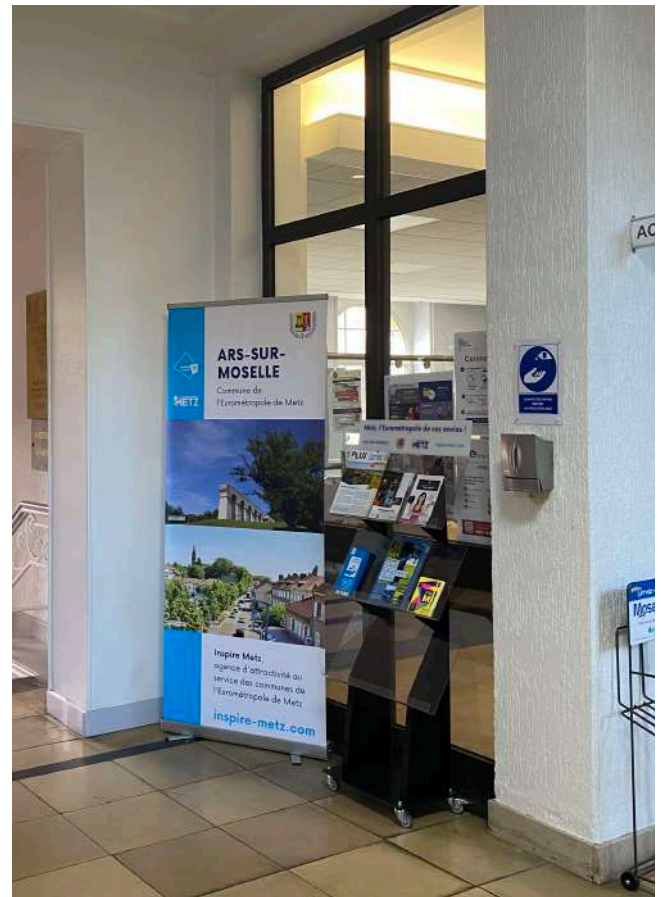
Pour visionner les vidéos :

<https://www.youtube.com/c/OfficedeTourismeMetz/videos>

- **Finalisation du site boutique Tourisme.**
- **Conception d'une nouvelle plaquette économique trilingue.**
- **Réalisation du guide des aides et dispositifs en faveur des commerces de Metz Métropole.**



- **Réalisation de dossiers de candidature de congrès** pour le pôle tourisme d'affaires/ invitation webinaire.
- **Travail avec un prestataire sur un diagnostic de la data de l'agence.**
- **Commerce** : travail sur des supports de promotion des opportunités de l'Eurométropole de Metz à destination d'enseignes allemandes.
- **Réalisation de la plaquette « Ils se sont installés dans l'Eurométropole de Metz ».** Témoignages de nouveaux arrivants pour transmission à des entreprises/prospects.
- **WTC** : réalisation de supports de communication divers (type save the date, organigramme, agenda des événements, conférence sur l'hydrogène...).
- **Préparation de kakémonos touristiques** pour toutes les communes de l'Eurométropole (réalisation des visuels en interne) **ainsi que des présentoirs à documentation.**



- **Réalisation des vidéos des 6 greeters de l'Eurométropole de Metz** (toujours en interne) et de leurs portraits avec création de pages sur le site tourisme – réalisation de package pour les greeters (tote-bags, tee-shirts...).



- **Carte de vœux** animée et déclinaison digitale.

MEILLEURS VOEUX
POUR L'ANNÉE 2022 !

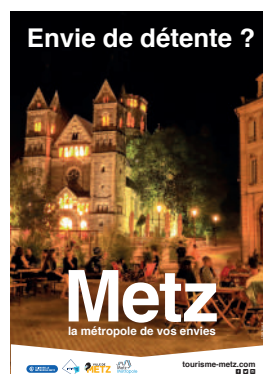


Partenariats

- **ART Grand Est** : report du cahier sur la Lorraine prévu avec le Figaro initialement en 2020 avec une diffusion finalement en mai et échanges avec les partenaires sur la communication commune estivale et surtout sur celle de Noël.
- **Label Metz capitale de la Culture** : prises de contact avec des personnalités pour le Comité de Soutien (Philippe Starck, Jean-Michel Wilmotte, Jean-François Clervoy, Bernard Serin et Robert Pirès).
- **Metz, plus belle gare de France** : coordination avec la gare de Metz, la Ville de Metz et l'Eurométropole de Metz pour un relai optimal du vote et prise de contact avec des institutionnels/entreprises/influenceurs locaux pour le partage sur les réseaux sociaux.
- **10 ans du Centre Pompidou-Metz/Chagall** : les festivités prévues en mai 2020 n'ont pu se dérouler en raison du confinement et de la fermeture du Centre. Un travail a donc été mené avec le Centre pour une campagne commune avec Moselle Attractivité sur l'exposition Chagall durant l'été à destination d'une cible Grand Est mais également Paris-Île de France et pays frontaliers. Une belle occasion de mutualiser les moyens.



- **Constellations de Metz** : travail avec la Ville de Metz et l'eurométropole sur le média planning de la campagne de communication de l'événement.
- **Campagne estivale partenariale de promotion de la destination de l'Eurométropole** : comme l'année dernière, la CCI 57 a reconduit son partenariat avec la Ville de Metz, l'Eurométropole de Metz et donc l'agence pour réaliser une campagne touristique d'envergure sur la destination avec un média planning puissant et à destination des cibles prioritaires par rapport aux marchés accessibles et les conditions sanitaires/réouverture des frontières. Cibles : Grand Est, Paris-Île-de-France, Hauts-de-France, pays frontaliers (Luxembourg, Belgique et Allemagne).



- « Merry ChristMetz » :

Cette campagne avait pour objectif de promouvoir les marchés de Noël (notoriété) et de générer des visites et séjours (leads/contacts) sur le territoire. Avec pour cibles les visiteurs du Grand Est, Ile-de-France Hauts-de-France et pays frontaliers (Belgique, Allemagne et Luxembourg), la campagne mix média (print et digital) a été menée en partenariat avec le soutien financier de la CCI 57.

Cette campagne a bien sûr été réalisée en étroite collaboration avec la Fédération des commerçants de Metz et avec l'aide de la Ville de Metz et de l'Eurométropole de Metz .

Inspire Metz s'est également associé à Moselle Attractivité pour la promotion des festivités de Noël à Metz et en Moselle. 4 pages ont ainsi été consacrées aux marchés de Noël de Metz dans le supplément Noël en Moselle réalisé par Moselle Attractivité et diffusé dans le républicain Lorrain et sur l'ensemble de la Moselle. Des échanges ont également eu lieu sur le média planning et des accueils et contacts presse ont été gérés ensemble.

Enfin, Inspire Metz a également réalisé un partenariat avec l'ART Grand Est pour une campagne de communication digitale complémentaire dans le cadre de la campagne « Un Noël inoubliable en Lorraine » et du site « Explore Grand Est ». De plus, dans le cadre du partenariat 2020, un cahier de 8 pages sur les festivités de fin d'année en Lorraine avait été prévu dans le Figaro Magazine. Reporté en raison des conditions sanitaires et de l'annulation des marchés de Noël 2020, ce cahier a donc été remis à jour et diffusé en novembre 2021 avec une page consacrée aux marchés de Noël de Metz et de la Saint-Nicolas.



- **Fédération des commerçants de Metz** : un travail a été mené afin de collaborer sur des événements à caractère métropolitain et de portée Grande Région et /ou national. Ainsi, un visuel et 2 vidéos ont été réalisés par l'agence pour la Braderie de la Mirabelle avec une sponsorship de l'événement sur les réseaux sociaux.
- **Partenariats sportifs** (Mirabelle d'Or, FC Metz et Moselle Open).

Campagnes de communication

La crise sanitaire a encore nécessité d'importantes adaptations lors de ce 1^{er} semestre. Il a fallu en effet s'adapter à l'évolution des conditions sanitaires et notamment lors du 3^{ème} confinement. C'est pourquoi, l'agence a, à nouveau, modifié début 2021 sa stratégie et son plan de charge autour de 2 axes forts : **communication de crise à destination des acteurs économiques et aide à la reprise des activités**. Si l'année 2021 et l'amélioration des conditions sanitaires en mai et juin a permis de communiquer sur les grands temps forts de la destination (Constellations, Chagall...) qui permettent une communication impactante pour l'attractivité du territoire et pour générer des visiteurs, les 2 axes précités sont néanmoins restés d'actualité dans la première partie du 1^{er} semestre.

2

axes forts

➔ La communication de crise à destination du monde économique

L'agence a poursuivi son travail d'information pour les acteurs économiques, en lien avec le pôle Attractivité Economique, sur les différents dispositifs, mesures... dans le cadre de la newsletter, sur les réseaux sociaux et au travers de documents spécifiques régulièrement mis à jour et notamment dans le cadre de France Relance.



➔ La communication de reprise des activités commerciales et touristiques

- **Les soldes d'hiver** : création d'un visuel pour la promotion des soldes dans l'eurométropole et information sur les 2 dimanches d'ouverture des magasins. Promotion sur les réseaux sociaux.
- **Remise à jour et réorganisation des pages du site Inspire-metz.com** sur la Vente A Distance et les 650 commerces référencés lors du 3^{ème} confinement et en fonction des commerces autorisés à ouvrir. Puis, diffusion de visuels sur les réseaux sociaux pour annoncer la réouverture des commerces.
- **Création d'un visuel pour les réseaux sociaux**, dans la continuité des précédentes communications commerciales, pour annoncer l'ouverture des commerces les dimanches 30/5, 13 & 27/6 et 11/7.
- **Création d'une campagne publicitaire sur le tourisme d'affaires** avec 2 visuels pour des supports spécialisés print en BtoB. Des déclinaisons digitales ont également été préparées pour diffusion sur LinkedIn.
- **Réalisation de la campagne estivale partenariale « Metz, la métropole de vos envies »** (cf page 37) avec 2 vagues : la première début juillet et une seconde en août.
- **Réalisation de la campagne des marchés de Noël « Merry ChristMetz »** (cf page 38).





3^{ème}

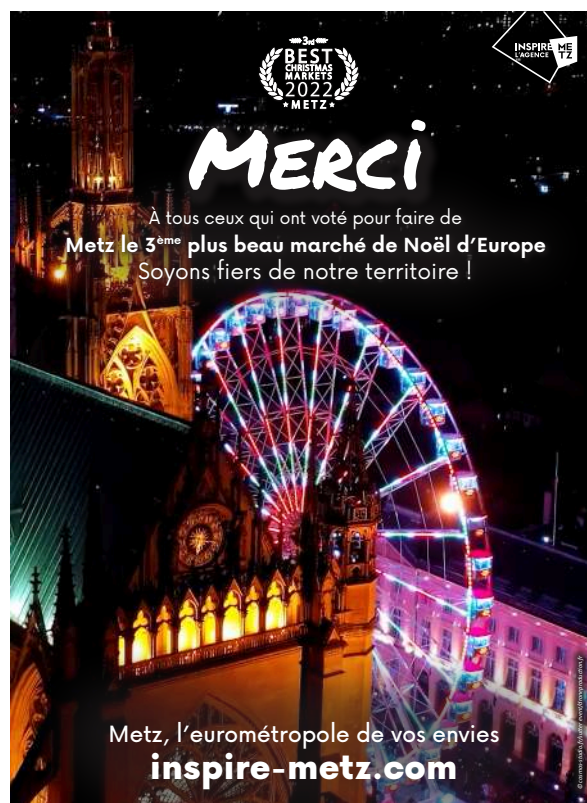
plus beau marché de Noël d'Europe

- **Metz, 3^{ème} plus beau marché de Noël d'Europe ! :**

Dans le cadre du concours annuel « European Best Christmas Markets 2022 » organisé par European Best destinations, l'agence Inspire Metz a porté la candidature de Metz qui figurait parmi les 20 villes présélectionnées. Bénéficiant d'une couverture médiatique particulièrement impactante grâce notamment à un partenariat avec les médias « Forbes » et « Condé Nast Traveler », ce concours est une très belle occasion de faire briller Metz, ses Marchés de Noël et son territoire sur la scène internationale.

Après 12 jours de votes et une importante mobilisation, Metz a remporté la 3^{ème} place de ce concours.

A noter : l'agence a mobilisé l'ensemble des partenaires privés et publics du territoire, les communes de l'Eurométropole, les Ambassadeurs, les chambres consulaires... Inspire Metz a également réalisé des vidéos et de nombreux posts sur les réseaux sociaux pour la promotion des marchés de Noël. Il est important de noter que 68% des votes pour Metz proviennent d'internautes hors de France, principalement du Royaume-Uni, des USA et d'Allemagne. Au total, 173 620 internautes/voyageurs issus de 163 pays dans le monde ont participé, dont 61% d'Européens et 39% d'autres continents (principalement USA, Canada, Australie et Russie).



METZ, DESTINATION DE NOËL :
VIVEZ LA MAGIE !

LES PROJECTIONS
LUMINEUSES 2021!



- **Campagne de notoriété sur Europe 1**

Pour prolonger l'impact sur les cibles et augmenter son périmètre, tant en termes d'audience que de thématiques, une campagne de communication sur l'Eurométropole de Metz a été diffusée du 30 novembre au 17 décembre 2021 sur Europe 1.

166 spots diffusaient 3 messages sur les trois thématiques de l'agence (tourisme, tourisme d'affaires, économie) en fonction de la grille de programme.

➔ A savoir/ Bilan des campagnes de l'été

A l'instar des années précédentes et en particulier de 2020, la stratégie de mutualisation des campagnes et de coordination avec les partenaires du territoire a porté ses fruits.

Ainsi, un média planning stratégique a été mené avec les campagnes sur Constellations de Metz, Chagall et « Metz, la métropole de vos envies », complété par des prises de paroles régulières sur les réseaux sociaux sur les événementiels du territoire tels que Hop Hop Hop, Metz plage, les fêtes de la mirabelle...

Après avoir étudié les statistiques des réseaux sociaux et du site tourisme, croisé les informations de l'Office de Tourisme et notamment de l'enquête menée auprès des visiteurs durant l'été, des retours des professionnels (en particulier de l'UMIH) et établi un bilan avec notre média planneur, plusieurs constats ont été réalisés :

> **Les campagnes successives ont eu un véritable impact sur la fréquentation touristique.** L'origine géographique des cibles des campagnes se retrouvent dans les visiteurs de l'Office de Tourisme : on peut noter en effet une augmentation des visiteurs français de 21,4% en juillet par rapport à 2020 et de 5,2% par rapport à 2019 avec une nette augmentation des **visiteurs franciliens** (+ 22% par rapport à 2020 et + 25% par rapport à 2019) ainsi que pour les **visiteurs venant des Hauts de France** (+ 17% par rapport à 2020 et + 48% par rapport à 2019). Il est important de noter que sur ces 2 cibles et sur la cible **Grand Est**, il y a une nette progression par rapport à 2019 et donc avant la covid-19. Les campagnes ont donc eu un véritable effet levier venant renforcer la tendance du tourisme de proximité.

augmentation de

25%

de visiteurs Franciliens en juillet
par rapport à 2019

> **Les objectifs en terme d'ODV (occasion de voir) et donc de visibilité** ont été largement atteints par les campagnes. Pour la campagne Chagall, on peut noter une très grande interaction en digital (plus de 179 000 interactions) due à une cible culturelle très affinitaire. Pour la campagne estivale partenariale, l'objectif de visibilité/notoriété a été largement atteint grâce à la puissance du média planning avec un total de 52,87 millions d'ODV.

augmentation de

48%

de visiteurs des Hauts-de-
France en juillet par rapport à
2019

> Parmi les visiteurs du **site tourisme**, on retrouve les publics ciblés dans la campagne ainsi que les Pays-Bas (dont les habitants ont été nombreux à séjourner en France cet été). Dans les pays (dans l'ordre) : France, Allemagne, Pays-Bas, Belgique et Luxembourg. Au niveau des villes, on peut faire le même constat (dans l'ordre) : Paris, Strasbourg, Luxembourg, Francfort, Bruxelles, Amsterdam et Nancy. Les pics de visite sur le site tourisme correspondent au démarrage de la campagne « Metz, la métropole de vos envies » et aux relances médiatiques.

➔ A Savoir / Bilan des campagnes de fêtes de fin d'année

Le contexte sanitaire beaucoup plus dégradé que lors de la saison estivale a eu un impact évident sur la fréquentation touristique en recul par rapport à 2019 (année de référence). Cela dit, les campagnes de communication conjointes ont porté leurs fruits en particulier sur la cible francilienne en très forte augmentation parmi les visiteurs de l'agence Inspire Metz- Office de tourisme, franciliennes (17,4% - en augmentation de 72,2% par rapport à 2019, c'est la seule clientèle qui augmente significativement par rapport à 2019). Globalement, la communication digitale a également très bien fonctionné sur l'ensemble des cibles avec plus 46 000 clics même si la cible étrangère n'a pas été, ou peu, au rendez-vous, comme en 2019, en raison des restrictions aux frontières.

Si l'agence n'a pas pu organiser le voyage de presse prévu avec Moselle Attractivité, Inspire Metz a cependant réalisé des accueils individuels et enregistré de nouveaux contacts générant des articles tels que la page consacrée à Metz dans M le Monde du 26 novembre 2021.

Le classement de Metz à la 3ème place du plus beau marché de Noël d'Europe est une réussite incontestable et a permis d'offrir une très belle visibilité à notre destination (JT de France 2, nombreux articles surtout à l'international). De très belles perspectives pour la promotion des fêtes de Noël 2022. Enfin, la campagne de notoriété de la destination sur Europe 1 a reçu un accueil très favorable, constaté notamment lors du Salon SIMI à Paris par des retours de professionnels de l'immobilier auditeurs de la radio.

Développement de la stratégie digitale

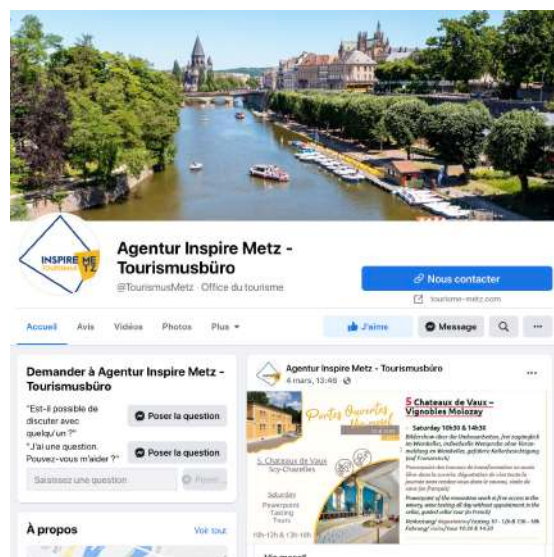
- **Développement du positionnement sur les réseaux sociaux et création de chartes graphiques spécifiques par saison** pour le tourisme et par métier, reprenant les codes couleurs des atouts du territoire (bleu, vert...) avec signatures de courriel.

- **Poursuite des vidéos sur les adhérents de l'agence** qui permettent d'aider à la relance de l'activité économique mais aussi tout ce qui peut aider au rayonnement du territoire (vidéos / cf page 35).

- **Mission de travail sur l'audience** (en lien avec le travail sur la data).

- **Création d'un profil Facebook tourisme en allemand** (avec création focus groupe spécifique) qui a été lancé durant l'été, en cohérence avec la campagne estivale.

- **Réalisation du jeu FB** (profil de l'agence jaune/tourisme) de redécouverte des 44 communes de l'eumétropole. Le principe était de faire (re)découvrir, tous les jours de la semaine à partir du 1er juillet jusqu'à fin août, les 44 communes par le biais des 44 Ambassadeurs qui incarnent chaque commune et doivent raconter une histoire/une légende liée à leur commune...





Nouveaux dossiers de l'année 2021

➔ Lancement des greeters

En lien avec le pôle tourisme et après les actions lancées en 2020 pour le recrutement des « Greeters » (création de logo, charte et promotion), le pôle communication a préparé les supports de promotion de cette nouvelle offre (vidéos réalisées en interne, portraits, goodies...).



➔ La mobilité

Captation de nouveaux talents avec le pôle Attractivité économique, les services de la Ville de Metz et de l'eumétropole (cadres pour les entreprises, internes en médecine, étudiants pour les grandes écoles...). Travail déjà démarré en 2020 qui a dû être mis en pause en raison de la crise sanitaire et qui a été repris.

➔ La destination durable

Un travail est mené avec le pôle tourisme pour mettre en valeur la destination éco-touristique et notamment fluviale avec entre autres la réalisation (avec l'Eurométropole de Metz) de photos en drone qui ont été réalisées en juin.

➔ Atelier attractivité dans le cadre de l'ORT

Le pôle communication, en charge de l'atelier « Attractivité, marketing territorial, tourisme et tourisme d'affaires » a réalisé un diagnostic d'attractivité du territoire (forces, faiblesses, enjeux...), proposé des pistes d'actions et coordonné l'atelier. Des fiches sur des actions concrètes ont été également proposées au groupe pilote de l'ORT.

➔ Réalisation de « JEEM »

Nouveau « Journal Economique de l'Eurométropole de Metz » : un journal gratuit et bimestriel, intitulé « jeem » (Journal Économique Eurométropole de Metz), destiné aux acteurs économiques locaux avec différentes rubriques sur l'actualité du territoire et traitant de sujets diversifiés (grands témoignages, actualités des entreprises, aménagement du territoire, développement des zones d'activités, transfrontalier / international, agenda des manifestations, nouvel arrivant, ...). Après les phases de montage avec le prestataire et de relecture, le pôle a préparé une communication sur ce nouveau support sur les réseaux sociaux avec notamment la création d'un GIF et d'une vidéo.

- Numéro 1 (août-septembre).
- Numéro 2 (octobre-novembre).
- Numéro 3 (décembre-janvier).



Partenaires et financeurs

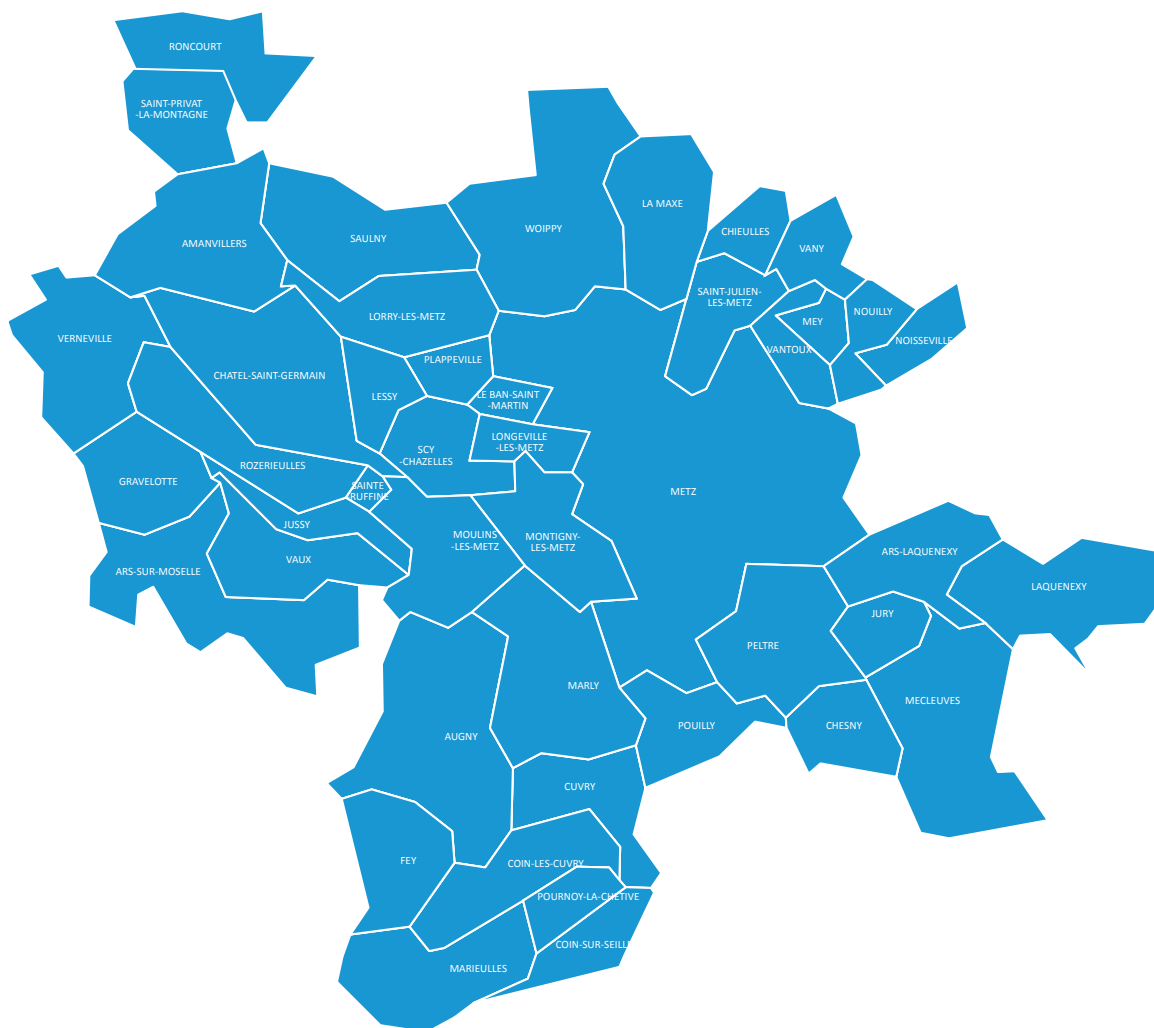
L'AGENCE INSPIRE METZ EST AU SERVICE DES
45 COMMUNES DE



INSPIRE METZ, AGENCE D'ATTRACTIVITÉ AU SERVICE
DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ, 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 l'Eurométropole de Metz et du Pays Messin ainsi que la CCI 57.

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



L'Europe s'invente chez nous

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
Purnoy-la-Chétive
Roncourt
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