

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

Développement touristique

Attractivité économique

Développement du tourisme d'affaires



# 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

<b>1. Développement du tourisme</b> .....	<b>6</b>
Bilan de fréquentation.....	7
Commercialisation et produits .....	9
Promotion et marketing .....	12
Produits touristiques.....	12
Observation touristique et prospective.....	12
Editions .....	13
Digitalisation.....	13
Communication et relations presse.....	14
Destination d'excellence - Qualification de l'offre et management par la Qualité.....	14
Développement durable.....	15
Partenariats.....	16
Perspectives 2023.....	16
<b>2. ECONOMIE / Attractivité Économique</b> .....	<b>17</b>
<b>MISSION D'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES ET DES COMMERCES</b> .....	<b>18</b>
Maintenir et développer le tissu économique endogène.....	19
Attirer et développer le commerce.....	21
Ingénierie touristique.....	22
<b>IMPLANTER DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES EXOGÈNES</b> .....	<b>23</b>
Développer et animer le tissu économique métropolitain et les zones d'activité.....	24
Promotion du territoire de l'Eurométropole de Metz.....	25
Action transfrontalière et internationale.....	26
<b>MISSION D'ACCUEIL ET D'HOSPITALITÉ</b> .....	<b>27</b>
Attractivité étudiante et accueil des nouveaux arrivants.....	27
Bureau des tournages.....	29
<b>3. CONGRES / Développement MICE (Meetings Incentive Conferences Events)</b> .....	<b>31</b>
Les projets convertis.....	32
La promotion prospection en 2022.....	33
The Mix.....	34
Partenariat avec l'ART Grand Est.....	35
Concrétisation de la démarche certification ISO 20121 et de labellisation.....	35
Concrétisation de la démarche de labellisation DID (Destination Innovante Durable).....	35
Congrès.....	36
<b>4. COMMUNICATION / Communication et promotion</b> .....	<b>37</b>
Salons et événements.....	38
Les supports.....	38
Les grands partenariats.....	40
Campagne estivale 2022.....	41
Campagne partenariale des Marchés de Noël.....	43
Les autres campagnes .....	45
Développement de la stratégie digitale.....	45
Nouveaux dossiers de l'année 2022.....	46



**LES  
TEMPS  
FORTS**

JANVIER  
FÉVRIER  
MARS

- Ouverture du nouvel espace Boutique de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme
- Campagne testimoniale du Tourisme d'affaires
- Promotion du territoire auprès des TO-AV internationaux: Pré-tour et salon Rendez Vous France à Nantes les 22 & 23.03.2022

AVRIL  
MAI

- Certification Iso 20121, le 06.05.2022
- Promotion de la destination économique au Salon SITL, du 5 au 8 avril
- Business Lunch - Plateau de Frescaty
- Lancement de la campagne estivale
- Sortie du Jeem spécial «Emploi»
- Délégation d'entreprises à Abidjan

JUIN  
JUILLET

- Campagne SNCF Connect - Centre Pompidou-Metz - Inspire Metz du 10 au 26.06.2022
- Labellisation DID le 14.06.2022
- Lancement du City Pass numérique le 17.06.2022
- Réalisation d'un Jeem numéro spécial «Tourisme»
- Campagne Constellation

AOÛT

- Diffusion du film « Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux » Rentrée CentraleSupélec Paris

SEPTEMBRE  
OCTOBRE

- Début de campagne « Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux »
- Soirée - dégustation «Tables de Rabelais» le 16.09.2022 au Cloître des Récollets
- 10<sup>ème</sup> édition de #GEN (Grand Est Numérique)
- Moselle Open

NOVEMBRE  
DÉCEMBRE

- Délégation d'entreprises métropolitaines à Alger - ALGEST
- Campagne SNCF Connect - Centre Pompidou-Metz - Inspire Metz du 04.11 au 21.11.2022
- Campagne des Marchés de Noël
- Grand prix Cap Com prix « Public jeune» avec Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux »
- Promotion de la destination économique au Salon SIMI du 6-8.12.2022



# Tourisme

*Alors que le contexte sanitaire s'allégeait enfin après deux années difficiles, tout laissait espérer une belle reprise du tourisme d'agrément sur 2022 : elle a bien eu lieu, malgré la guerre en Ukraine et la poussée inflationniste. Ainsi, la fréquentation hôtelière à Metz a globalement été positive pour retrouver quasiment son niveau de 2019. Le Musée de la Cour d'Or – Eurométropole de Metz a connu une fréquentation record, le Centre Pompidou-Metz a retrouvé son rythme de croisière, la Cathédrale St-Etienne, nouvellement dotée d'un système de comptage, séduit toujours les visiteurs.*

*L'Eurométropole de Metz attire une clientèle majoritairement hexagonale et européenne (Allemagne, Belgique, Pays-Bas), qui vient compenser le déficit de fréquentation encore important des touristes en groupes constitués, et issus des marchés plus lointains.*

*L'année 2022 a vu l'agencement du nouvel espace Boutique, reflet des savoir-faire locaux, avec la part belle faite aux producteurs Qualité MOSL, mais aussi à des produits décalés et saisonniers. La digitalisation s'est accentuée : instauration d'un City Pass numérique, et de la plateforme de commercialisation Elloha... L'agence Inspire Metz-Office de Tourisme a repris les opérations de promotion BtoB vers les opérateurs touristiques et la presse, et a développé un dispositif d'accompagnement transversal d'ingénierie touristique (en synergie avec le Pôle Attractivité Économique), pour accompagner au plus près l'évolution de l'offre.*

*Enfin, la certification Iso 20121 des pôles Tourisme d'affaires et Office de Tourisme couplée à la labellisation Destination Innovante Durable démontre la volonté d'un développement touristique responsable et durable pour l'agence et le territoire.*

*Tous les éléments sont là pour penser le tourisme du futur différemment, avec nos partenaires.*

# DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

## BILAN DE FRÉQUENTATION

### UNE REPRISE SIGNIFICATIVE

Outre le contexte économique, sanitaire et sécuritaire, 2022 a révélé un changement structurel et comportemental dans les clientèles. Bien plus nombreux qu'en 2021, les visiteurs sont encore en deçà de 2019, mais certains marchés sont particulièrement résilients, focus ci-dessous.

**En 2022, la répartition clientèle française / clientèle étrangère revient à l'équilibre, comme avant Covid** (en 2019, on relevait 53% de français pour 47% d'étrangers.)

Retour des clientèles étrangères,  
majoritairement européennes

**+146,27%**

de clientèle étrangère par  
rapport à 2021\*

\*-26,65% par rapport à 2019.

Écocompteur  
**+67,09%**

Comptoir  
**+49,77%**

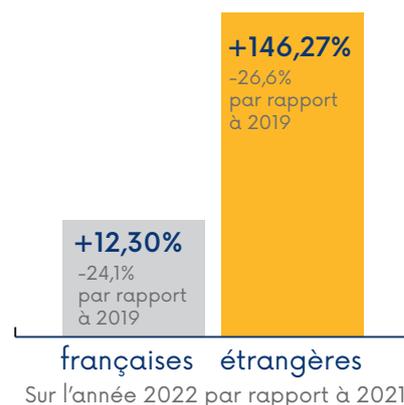
Sur l'année 2022 par rapport à 2021.

### Quelques éléments saillants

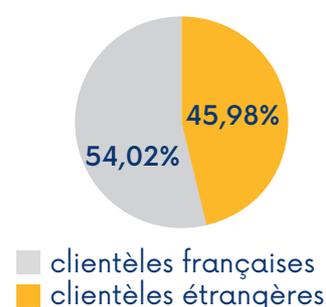
#### Clientèles françaises :

- **Diminution importante des clientèles issues de l'Eurométropole de Metz**, dues à la disparition ou au mode de distribution de certains supports papiers locaux, et à la recherche plus fréquente sur le web des manifestations.
- **Augmentation du tourisme de proximité** (Alsace, Bourgogne Franche-Comté), les départs en excursion sont plus fréquents.
- **Résultats intéressants sur les clientèles franciliennes** (en diminution légère sur l'année par rapport à 2019, mais en augmentation importante sur la période des marchés de Noël et la saison estivale), et celle issue des Hauts-de-France, à mettre en corrélation avec les campagnes de communication partenariales et les grands événements du territoire.

### Evolution de la fréquentation à l'Office de Tourisme 2021/2022



### Répartition de la fréquentation



## Clientèles étrangères :

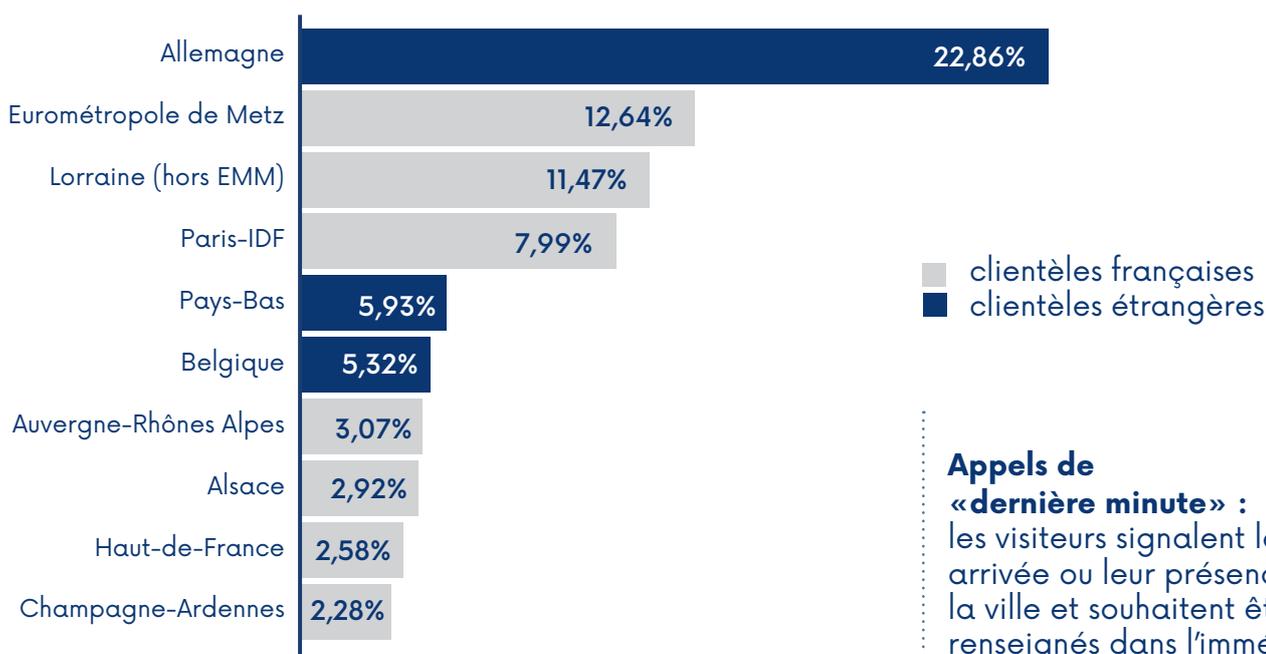
- **Retour des clientèles allemandes** (environ 23% des visiteurs de l'agence), encore en deçà de 2019 car les groupes font encore défaut
- **Clientèle néerlandaise supérieure à 2021 et à 2019 (+15,77%),** deuxième clientèle étrangère en vis-à-vis
- **Clientèles lointaines** : les visiteurs en provenance des USA sont revenus dès le printemps.

**La fréquentation accompagne les grands événements et est similaire aux années avant Covid** : hausse de fréquentation régulière dès le printemps avec un pic en août, puis stabilisation sur l'automne avec une croissance en décembre.

## Les visiteurs ont aimé

- **Les grandes manifestations culturelles et populaires** (Constellations de Metz, Festival Hop Hop Hop, Fêtes de la Mirabelle, Marchés de Noël, expositions au Cente Pompidou-Metz...) et sportives (championnats de France de kayak, marathon Eurométropole de Metz...)
- **Les promenades en bateau, les visites en petit train, et les randonnées** dans l'Eurométropole, en Pays Messin et en Moselle (à pied, à vélo...)
- **L'artisanat et les savoir-faire locaux** (oenotourisme, arts du verre...)

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



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

## Fréquentation du territoire

**Acquisition d'un nouveau système de comptage de visiteurs pour la cathédrale Saint-Etienne** : 328 081 visiteurs ont été accueillis du 04.08 (date de mise en place du système de comptage) au 31.12.2022

**96%**  
clientèle individuelle  
Sur l'année 2022

**19%**  
de clientèle famille  
Sur l'année 2022.

## COMMERCIALISATION ET PRODUITS

### Un nouvel espace boutique qui rencontre un franc succès

Le réaménagement et l'agrandissement de l'espace dédié à la Boutique de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme dès le 11 mars 2022 ont permis d'élargir le panel de produits et d'identifier un corner «Qualité Mosl».

Les résultats sont là !

Le chiffre d'affaires de la Boutique est directement corrélé à la fréquentation et marque une augmentation très nette au mois de décembre, durant les marchés de Noël, portée par les arts verriers (dont les boules de Meisenthal).

#### Évolution des ventes :

**+58,61%**  
/ 2021  
+3,8% sur l'année 2019.

le CA est supérieur à l'année 2019,  
année des 800 ans de la Cathédrale !

#### Parmi les principales nouveautés

- T-shirts à message & Graouilly adultes et enfants
- Arts du verre et cristallerie :  
3 nouveaux fournisseurs locaux
- objets en résine
- Puzzles

#### Top 5 des ventes (en CA)

- billetterie petit train
- boules de Noël de Meisenthal
- peluches Graouilly
- billetterie découvertes fluviales

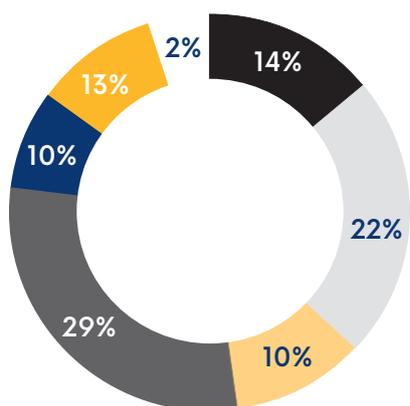




### Répartition du chiffre d'affaires 2022 de la boutique par catégories

	2022	2021
<b>Total boutique (€)*</b>	164 543	103 742
<b>Éditions (€)</b>	22 661	14 654
<b>Souvenirs (€)</b>	47 283	24 400
<b>Produits de bouche (€)</b>	16 373	11 102
<b>Artisanat d'art (€)</b>	36 586	29 706
<b>Prestations touristiques (€)</b>	16 152	8 913
<b>Billetterie (€)</b>	21 770	10 107
<b>Prix moyen (€)</b>	5,63	5,26

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



- Services
- Billetterie
- Prestations touristiques
- Artisanat d'art
- Produits de bouche
- Souvenirs
- Éditions

**7%**

**part des commandes groupes et entreprises** sur le chiffre d'affaires total  
Sur l'année 2022

**+76,40%**

de CA 2022/2021  
(- 30,99% sur 2019)

**354**

**Visites thématiques et incontournables pour individuels, dont de nombreuses nouveautés.**

(visites aux flambeaux, en musique, décalées...)

## La reprise de l'activité groupes

**2022 est encore une année de transition pour le service réceptif.** Les demandes groupes reprennent de manière significative. On note en mai, juin et début juillet de nombreuses réservations de groupes scolaires et jeunes publics.

**Si la clientèle française reste majoritaire, les Allemands et les Belges reviennent également et les clientèles en provenance des USA et du Royaume-Uni sont à nouveau présentes.** 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.

**Les visites thématiques et incontournables pour individuels sont plébiscitées :** pour rappel, 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.

Visite guidée - Inspire Metz



CA Pôle Réceptif

**266 125 €**

incluant visites guidées  
et forfaits séjours

Il se décompose comme suit :

visites guidées : 146 414€  
contre 58 674 € en 2021 soit + 103,7%  
forfaits séjours groupes : 46 414€  
forfaits séjours individuels : 8 160€

## PROMOTION ET MARKETING

- **Participation au salon Rendez-Vous France** à Nantes les 22 et 23.03.22 (partage de stand Centre Pompidou-Metz)
- **En partenariat avec l'ART-GE :** workshops à Amsterdam (12.04.22), à Frankfurt (05.05.22) et Bruxelles (10.05.22).
- **Mise en place de visites guidées pour scolaires** sur la plateforme Kidiwe (printemps 2022)
- **Prétour RDV France** (partenariat ART-GE 19.03.22)
- **Eductour BtoB marché belge** (partenariat ART-GE, 24 et 25.06.22)
- **Eductour BtoB marché néerlandais** (partenariat ART-GE, 16.09.2022 à Metz)
- **Eductour BtoB marché allemand** (partenariat ART-GE, 24.09.2022 à Metz)
- **E-mailings ciblés par le Service Réceptif** auprès des organisateurs de voyages groupes

## PRODUITS TOURISTIQUES

- **Création de visite guidée décalée** « Fie-toi à tes sens », visites dans le cadre de Constellations de Metz, visites dans le cadre de la commémoration à Gravelotte (weekend du 15.08.2022)
  - **Création avec les Francs Limiers (partenariat Moselle Attractivité) du jeu de piste « Casse-Noisette & les secrets de Noël**», jeux de piste en Moselle
  - **Nouveaux produits :** visites guidées en musique, et pour la saison hivernale : visites aux flambeaux, visites Lumières d'Europe intégrant le City Skyliner
- Remarque :** acquisition d'une valise de décontamination pour les audiophones et matériels utilisés durant les visites pour respecter les conseils sanitaires.



## OBSERVATION TOURISTIQUE & PROSPECTIVE

- **Acquisition et mise en place le 04.08.2022 d'un nouveau système de comptage visiteurs pour la cathédrale Saint-Etienne** (328 081 visiteurs du 04.08 au 31.12.2022)
- **Mise en place du comptage statistiques accueil avec l'outil Avizi** au 01.03.22
- **Acquisition de data sur l'activité des plateformes locatives** sur le périmètre de l'Eurométropole de Metz et ville-centre en partenariat avec l'ART-Grand Est
- **Participation aux enquêtes ADN Tourisme & Moselle Attractivité** (toute l'année)

## ÉDITIONS (en synergie avec le Pôle Communication)



- **Dossier presse 2022**  
(FR - GB - D - NL, printemps 2022)
- **Réédition rallyes découvertes et jeux de piste**
- **Edition d'un plan touristique coeur de ville format A3**  
(33 500 ex, FR - GB - D)
- **Réédition plans visites audio-guidées**  
(500 ex, FR - GB - D)
- **Brochure groupes 2023**  
(automne 2022)
- **Réédition du plan touristique Z-card en FR**  
(50 000 ex, décembre 2022)
- **Brochure hébergement, gastronomie**  
(2500 ex, FR-GB-D, décembre 2022)

## DIGITALISATION

- **Mise en place du City pass numérique et de son application dédiée**  
avec la solution Otipass (juin 2022),  
vente à distance sur la boutique en ligne  
tourisme et les plateformes Explore  
Grand Est et Elloha, 32 conventions  
signées
- **Utilisation de la plateforme Elloha  
pour la commercialisation des visites  
guidées**  
et l'accompagnement des prestataires  
dans le cadre du dispositif d'ingénierie  
touristique
- **Mise en place de la visite virtuelle  
Google Street View 360°**  
pour la boutique et l'accueil (août 2022)
- **Information qualifiée :**  
large diffusion du widget SITLOR  
auprès des communes de l'Eurométropole  
de Metz pour diffuser leurs agendas  
de manifestations



Visuel du Citypass

## COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

- **Workshop presse ADN Tourisme « Partir en France »** les 17 & 18.01.2022 (marché France)
- **Événement presse Noël en Grand Est (ART - Grand Est, partage de stand Moselle Attractivité)** à Paris le 05.10.2022
- **Agence Open2Europe** : Juin à Août 2022, actions presse & RP sur les marchés belge et néerlandais
- **En partenariat avec l'Eurométropole de Metz** : aide technique pour l'édition du guide « Un grand weekend à Metz » - Hachette
- **Campagne SNCF Connect – Inspire Metz – Centre Pompidou-Metz** sur l'appli et le site SNCF Connect avec prix préférentiels (du 10 au 26.06.2022 puis du 04.11 au 21.11.2022)

# 49

**journalistes ou influenceurs accueillis en 2022**

(ex de supports : Figaroscope, Pleine Vie Magazine, Ouest France, Saarländischer Rundfunk, Arte, National Geographic Traveler Nederland...)

(dont quelques accueils cyclotourisme et un accueil golf)

### Oui.sncf/bilan de la 2<sup>nd</sup> phase

L'évolution de trafic sur Paris-Metz s'élève à +19% vs +2% sur Nancy et +1% sur Strasbourg

L'induction de trafic atteint + 8 687 voyageurs.



## DESTINATION D'EXCELLENCE - QUALIFICATION DE L'OFFRE ET MANAGEMENT PAR LA QUALITÉ

- **Information qualifiée** : invitation aux communes de l'Eurométropole de Metz à utiliser la plateforme widget SITLOR pour diffuser leurs agendas de manifestations (e-mailing pluri-annuel)
- **En synergie avec le Pôle Tourisme d'affaires**, obtention de la certification Iso 20121 le 06.05.2022, et labellisation Destination Innovante Durable le 14.06.2022
- **Tourisme et Handicap** : élaboration du guide FALC (Facile à Lire et à Comprendre) pour les personnes en situation de handicap intellectuel ou en apprentissage de la langue FR
- **En synergie avec l'Eurométropole de Metz** : renouvellement du label Territoire Vélo (audit le 03.05.2022)
- **Renouvellement du label Accueil vélo du Pôle Tourisme** le 25.08.2022
- **Adhésion au réseau Toutourisme** (janvier 2022), lancement du nouvel espace & guide en juillet 2022

## DÉVELOPPEMENT DURABLE

### – Renouveau balade avec une sylvothérapeute et nouveautés :

Découverte du vignoble mosellan au fil de l'eau (avec promenade bateau), à la découverte d'Ancy-sur-Moselle, entre vignes et histoire (en partenariat avec Via mosel'), visites guidées et visites d'ateliers dans le cadre des manifestations Parcours d'artistes, et Printemps des Métiers d'art, visite Rand'eau le long du canal de Jouy



Visite avec une sylvothérapeute

© D. Protin

### – En partenariat avec l'ART Grand Est

Intégration des forfaits séjours pour individuels et du City pass pour mise en avant sur explore-grandest.com

– **Partenariats avec la VDM** : mission ville inclusive, mission transition écologique et solidaire, ...

### – Partenariat avec Moselle Attractivité :

festival Rando-Mosl à partir des 25 et 26 juin 2022

### – Poursuite des découvertes avec le réseau des Greeters

### – En partenariat avec la Ville de Metz,

travail sur une valorisation du tourisme fluvial / fluvestre et travail sur une mise en tourisme du Cloître des Récollets – Haut Lieu d'Écologie (nouveaux produits : visite et jeu de piste)

### – Participation à La Lorraine est Formidable

(25 & 26.06.22) et à la Fête des Vins de Moselle avec Moselle Attractivité

### – Organisation d'un cocktail dégustation Tables de Rabelais

au Cloître des Récollets le 16.09.2022

## PARTENARIATS

- **Poursuite du partenariat avec la Cité Musicale**
- **En partenariat avec l'Eurométropole de Metz :**  
participation aux réunions France Urbaine
- **En partenariat avec l'ART – GE :**  
participation aux réunions prospective sur le tourisme de groupes en 2030
- **En partenariat avec la Ville de Metz :**
  - Travail sur la signalétique touristique en cœur de ville
  - Conventionnement pour « Metz Plage » et accompagnement des temps forts (Bellisimetz, marchés fermiers, Lumières d'Europe)
- **Participation aux réunions du Groupe de Travail Tourisme de QuattroPole**
- **Participation aux travaux de la FROTSI et de l'ADOT\_GE**  
(Association des Directeurs d'Office de Tourisme du Grand Est)
- **En partenariat avec le Club Hôtelier et l'UMIH :**  
organisation de visites mensuelles gratuites pour les prestataires adhérents dépôt-vente de produits boutique saisonniers, observation touristique...
- **Animation de la commission Atout & rayonnement**  
(avec le Pôle Communication – 1.06.22)  
**et Tourisme et Tourisme d'Affaires**  
(avec le Pôle Tourisme d'Affaires – 27.06.22)

# PERSPECTIVES 2023

### Accessibilité de l'information

Agenda numérique étoffé via SITLOR, recensant l'ensemble des manifestations accessibles au grand public, en partenariat avec les acteurs privés et institutionnels

### Observation touristique & prospective

Travail avec l'Observatoire Régional, sur les données prospectives des plateformes locatives mais aussi sur une estimation à l'échelle de l'Eurométropole pour des indicateurs permettant d'estimer le poids économique du tourisme.

### Développement des offres sur les plateformes

### Développement du réseau Greeters

### Renouvellement du classement de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme en catégorie 1

### Valorisation des artistes locaux et régionaux

### Travail sur la mobilité

(mobilités douces, cyclotourisme, intermodalité) en lien avec l'Eurométropole de Metz, la Ville de Metz, Moselle Attractivité et l'Agence Régionale du Tourisme-Grand Est.



# 2 Économie

*L'humain a été au cœur des actions engagées par le Pôle Attractivité économique de l'agence en 2022 en raison de la succession de crises (sanitaire, géopolitique, énergétique, inflationniste) rendant le pilotage des entreprises encore plus complexe.*

*Malgré les turbulences et les pressions pour se transformer, les acteurs économiques de l'Eurométropole de Metz et les communes ont su aller de l'avant et ont pu compter sur les équipes de développeurs économiques et chargés de mission du Pôle pour les accompagner et accélérer leur mutation.*

*Les actions du Pôle Attractivité économique ont été résilientes et engagées sur la base de besoins exprimés plus variés, un focus sur l'emploi et le recrutement et près de 4300 emplois identifiés suite à 70 accompagnements individuels et actions collectives engagées.*

*Une augmentation de 30% des contacts avec les entreprises et commerces locaux a été enregistrée par rapport à 2021 permettant d'accompagner et apporter des réponses expertes sur-mesure en mobilisant les dispositifs d'aide de la Région Grand Est et de l'Etat. Cette hausse se constate également dans la concrétisation des projets (+13%).*

*Une action d'ingénierie touristique vers la cible des entreprises du secteur économique du tourisme a également été ajoutée, en lien avec le Pôle Tourisme de l'agence et un relevé de la vacance commerciale dans les principales communes métropolitaines a été mené pour pouvoir apporter des réponses en cas de vacance élevée.*

*Les recherches de locaux à acheter ou de foncier à bâtir ont été toujours majoritaires, fléchées sur les Zones d'activités de l'Eurométropole et sur le marché privé. 40 implantations et relocalisations d'entreprises, startups et de commerces ont été concrétisées en 2022.*

*A noter, l'augmentation des demandes exogènes entrantes d'origine française et internationale qui s'explique par une communication renforcée, la participation à des salons, le travail de l'agence régionale de prospection internationale Invest Eastern France, une action transfrontalière et internationale proactive réalisée avec le WTC Metz-Saarbrücken et son réseau.*

*Le journal JEEM, la newsletter, nos actions d'information et de sensibilisation, l'accueil de tournages de films et le contact avec les maires des communes de l'Eurométropole ont donné des occasions supplémentaires de nous faire connaître, d'accompagner et de promouvoir notre territoire métropolitain.*

*Le Pôle Attractivité économique a enfin assuré sa mission de promotion de la destination étudiante Metz-Moselle et d'accueil de nouveaux étudiants afin de répondre à court-moyen-long terme aux besoins des entreprises en ressources humaines. Grâce à un travail structuré et conjoint avec le service Enseignement Supérieur-Vie étudiante de l'Eurométropole et une campagne active « Metz, c'est mieux, la Moselle, c'est mieux », la destination d'étude métropolitaine est davantage connue, son image affirmée et l'accueil des étudiants amélioré.*

# Attractivité économique

 **916**  
contacts entreprises

 **511**  
interactions avec des  
acteurs économiques

 **370**  
accompagnements réalisés  
(financier, immobilier, innovation,  
international et emploi-formation)

## MISSION D'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES ET DES COMMERCES



**ACTION D'URGENCE EXCEPTIONNELLE  
AUPRÈS DES ENTREPRISES**



**L'agence Inspire Metz**  
*à vos côtés !*

L'EUROMÉTROPOLE DE METZ SOUTIEN SES ENTREPRISES

#CONJONCTURE  
ÉNERGIE

La Région  
**GrandEst**

EUROMÉTROPOLE  
**METZ**

chiffres 2022

**335**

établissements  
aux activités énergivores  
contactés par téléphone

### SOUTIEN DES ENTREPRISES ET COMMERCES DANS LE CADRE DE LA CRISE ÉNERGÉTIQUE

Les entreprises et les commerces ont été informés des dispositifs de l'Etat et de la Région en matière de transition et de sobriété énergétiques (Climaxion).

Mobilisation des commerçants dans le cadre du programme de sobriété énergétique « Allumons les étoiles ».

Mise en place d'un programme de diagnostic énergétique réalisé en interne par un énergéticien pour accélérer la transition des entreprises.

## PRÉCONISATIONS ET MOBILISATION DE DISPOSITIFS D'AIDES

### Accompagnement des entreprises du territoire



**304 interactions endogènes**  
(80% des accompagnements réalisés)

### Préconisation et mobilisation

#### de dispositifs d'accompagnement

- **Région Grand Est** (Modernisation des PME, industrie du futur, artisanat de demain, CLIMAXION)
- **ALIZE, ALICCE, CIP** (ALIZE : Action Locale Inter-entreprises en Zone d'Emploi ; ALICCE : Accompagnement Local Interconsulaire pour la Croissance Commerciale et l'Emploi ; CIP : Centre d'Information sur la Prévention des difficultés)
- **Conventions de revitalisation TPA/CORA** (5 assistances au montage de dossiers pour 60.000€ de subvention). 107 700 € de subventions ont été attribuées aux entreprises du territoire
- **Total Développement**
- **PFIL**
- **France relance**

## DISPOSITIFS INNOVATION

Participation à différents comités et instances organisés par des partenaires : C2IME, C2IME compétences, PFIL, ALIZE, TROPHEE MC6, Eco-défis.

## RECHERCHE IMMOBILIÈRE ET IMPLANTATIONS (entreprises métropolitaines)



✓ **105**

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

 **32**

**implantations réalisées**  
pour 150 emplois

# MISSION EMPLOI-FORMATION

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

Autres

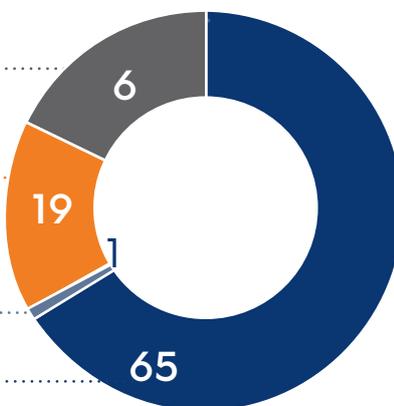
(Mises en relation partenariale et/ou financière, ingénierie financière)

Information sur dispositifs emploi-formation (RGE, Etat)

Accompagnement sur projet de reconversion pro

\*printemps

Accompagnement d'entreprises au recrutement



**70 actions d'accompagnement d'acteurs économiques représentant 4344 emplois (dont 2850 sur AMAZON)**

### ACTIONS SIGNIFICATIVES 2022

**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 DE cibles (jeunes, issus des QPV, DELD)

**6 FORUMS EMPLOI** : sur secteurs localement en tension : hôtellerie restauration (jobs étudiants)/commerce, grande distribution/service à la personne, BTP (Salon de l'innovation FBTP), Services à la personne (40 entreprises et organismes de formation présents), métiers de l'agriculture (Salon AGRIMAX)

**1 JOB DATING** de fin d'année scolaire et partenariat de rentrée 2022 avec le Lycée professionnel René Cassin (Entreprises relation clientèle et logistique)

11 entreprises /130 jeunes

35 embauches et 6 partenariats entreprises/lycée pro actés pour la rentrée 2022 (visites, stages, immersion, interventions métiers) : Amazon, Ikea, Bofrost, Tessi, Comet, Leroy Merlin

**1 ACTION EMPLOI MARCHÉ DE NOËL** 6 exposants accompagnés pour 11 postes de vendeurs et employés de restauration pourvus (étudiants et demandeurs d'emploi)

**1 NETWORKING EMPLOI** organisé durant le Moselle Open sur les évolutions et les attentes des collaborateurs et les nouveaux modes de recrutement (interventions de MENWAY et JOBFIRST)

### SOUTIEN DIFFUSION, MISE EN PLACE ET PARTICIPATION :

- **FEMINA TECH**, Automne numérique
- **ACTION Formation sur mesure portée par APEF 57**, en lien avec Région Grand Est
- **SPEL - Plan de lutte contre les tensions de recrutement** (groupes de travail Attractivité, mobilités)
- **C2IME Emploi-compétences** (LIVEA et MALÉZIEUX)
- **Attractivité et prospection des talents** (networking, accompagnements individuels, accueil stages 3ème, CentraleSupélec)



# ATTIRER ET DÉVELOPPER LE COMMERCE

## PROMOTION DE LA DESTINATION COMMERCE DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

17

projets apportés par Ancoris  
1 implantation à ce jour

Convention avec ANCORIS pour la prospection et la détection de projets d'investissements d'enseignes et de commerces. 90 % des projets transmis concernent des projets de création de nouveau site/établissement de groupe nationaux / internationaux ou de porteurs de projets ayant déjà un ou plusieurs points de vente.

## ACCUEIL ET IMPLANTATION DE NOUVEAUX COMMERCES ET FACILITATIONS D'INSTALLATION

77

recherches de locaux  
6 installations

En lien avec les agents immobiliers, les foncières et la Mission Commerce de la Ville de Metz



Rubrique « nouveaux arrivants » « Jeem et Newletters Inspire Metz »



Ouvertures de nouveaux commerces dans l'Eurométropole de Metz

Provoquant les nouveaux commerces ayant ouvert dans les communes de l'Eurométropole de Metz : le nouveau restaurant 'Le La Malvaie' à Metz ; 'New' à Carpien à Metz ; les Metz au centre de Metz ; 'Carrefour Express' installé à Montigny-lès-Metz ; Carpien, la 1<sup>ère</sup> boutique sur l'Eurométropole.

## RELEVÉ DE LA VACANCE COMMERCIALE ET ANALYSE DANS LES COMMUNES

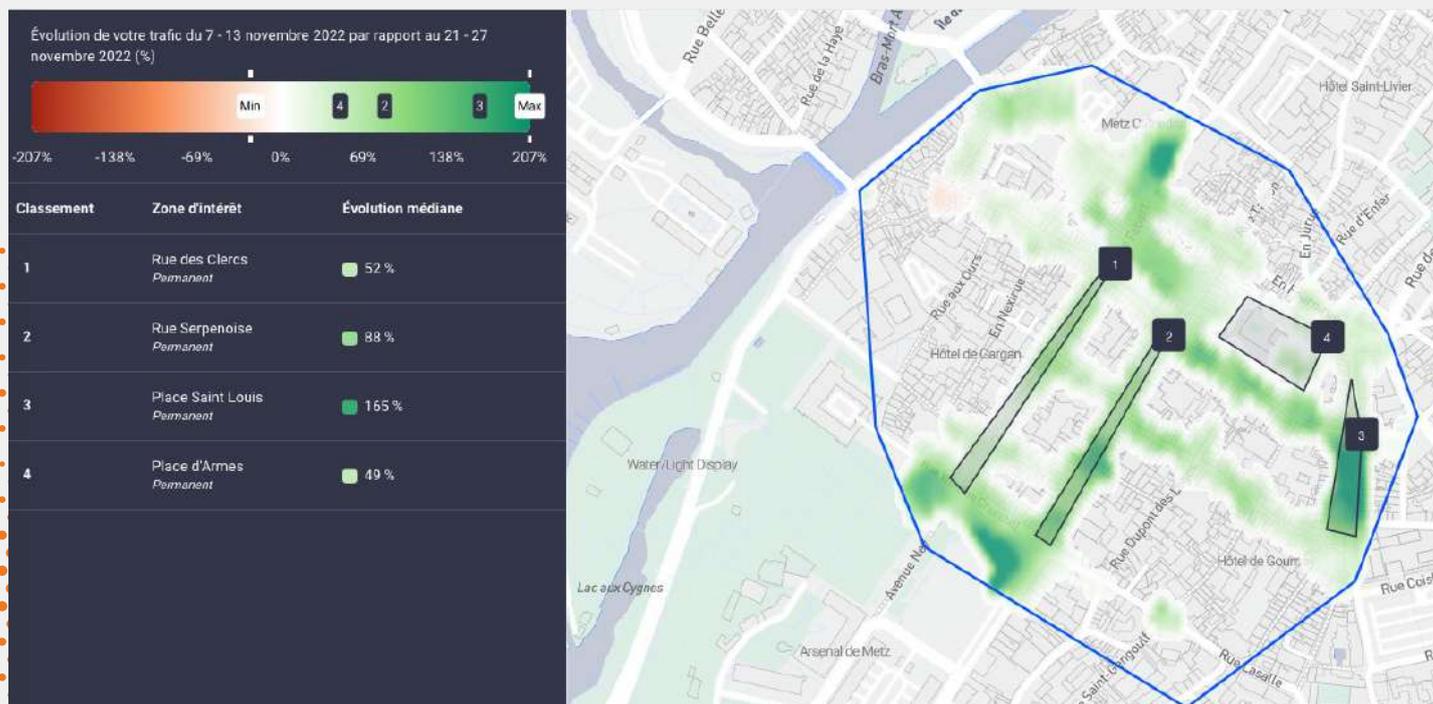
De Woippy, Marly, Moulins-lès-Metz, Saint-Julien-lès-Metz, Longeville-lès-Metz, Ars-sur-Moselle et ACTISUD



Edition #1 2022

## EXPLOITATION DE L'OUTIL DE COMPTAGE PIÉTONS MYTRAFFIC

et productions de rapports sur la fréquentation du marché de Noël 2022, Fournirue suite piétonnisation. Outil mis en place et financé par l'Eurométropole de Metz.



## INGÉNIERIE TOURISTIQUE (Secteur hébergement)

Le pôle attractivité économique de l'agence en collaboration avec le pôle tourisme accompagne les entreprises du secteur tourisme pour :

41

entreprises rencontrées  
en 2022

### — Etablir une offre d'accompagnement pour les entreprises du secteur du tourisme

- Identification des secteurs concernés et des besoins potentiels
- Proposition d'action sur les thématiques suivantes : transition numérique, transition écologique, mobilité, labels et certifications, communication, et formation.

### — Promouvoir et prescrire les dispositifs d'aide de l'Etat, de la Région et du Département de la Moselle

### — Accompagner à la transformation numérique, à la certification et à la labellisation



## IMPLANTER DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES EXOGÈNES



# 81

**demandes entreprises nationales  
ont été traitées**

50% sont encore à l'étude.



# 30

**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 – positionnement du territoire

### ZOOM SUR EXOGÈNE INTERNATIONAL

Secteur d'activité	bases Invest Eastern France et Inspire Metz
Production	3 %
Service	13 %
R&D	13 %
Logistique	1 %

Pays	bases Invest Eastern France et Inspire Metz
Etats-Unis	6
Tunisie	4
Chine	3
Luxembourg	2
Brésil	2
Italie	2
Angleterre	2

**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 ET ANIMER LE TISSU ÉCONOMIQUE MÉTROPOLITAIN ET 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 38.382m<sup>2</sup> permettant l'implantation d'entreprises artisanales.

 **11** projets en cours de finalisation devraient aboutir en 2023

Nous travaillons d'ores et déjà avec une dizaine de TPE et 3 grandes entreprises sur les prochaines réservations de futures parcelles qui devraient être commercialisées.

Fin de commercialisation de la ZAC Pointe Sud dédiée aux activités de petite logistique et d'artisanat de production représentant une surface foncière de 9 ha.

 **108**

demandes enregistrées à ce jour.



## Promotion de la commercialisation de la phase 2 du pôle Santé Innovation de Mercy



Pour une surface totale de 11 hectares supplémentaires.

- Collaboration, en lien avec les services Développement Eco et ESRI de la métropole, à la définition du positionnement stratégique métropolitain en matière de santé avec le cabinet Alcimed... : ingénierie-santé, aco-santé, qualité de vie
- Démarrage de la prospection concernant la phase 2 du pôle Santé Innovation de Mercy
- Participation à la semaine de l'innovation-santé MEDTECH à Twente, Pays-Bas

**Parc de Technopole** 6 projets d'entreprises à l'étude sur une surface de 4ha

**Actisud – Moulins-lès-Metz** LOISIRAMA futur plus grand centre de loisirs indoor de France.

**Centre-ville de Metz**  
+ communes de l'Eurométropole de Metz

Commerces, marchés plein vent, accueil et hébergement touristique, relevé et analyse de la vacance commerciale.

**Démarche EIT (Ecologie Industrielle et Territoriale)  
sur zones du plateau de Frescaty, Actisud et Marly  
en partenariat avec l'Eurométropole de Metz**

**11**  
entreprises  
participantes



**237**  
synergies potentielles  
identifiées



**Les synergies peuvent être**

- Des synergies de substitution qui portent sur la valorisation et l'échange de matière et d'énergie entre entités.
- Des synergies de mutualisation qui reposent sur des approvisionnements communs, des services communs et des partages d'équipements ou de ressources

**PROMOTION DU TERRITOIRE DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ  
SUR DES ÉVÉNEMENTS LOCAUX, RÉGIONAUX, NATIONAUX  
À FORT RAYONNEMENT**

**NUMÉRIQUE**

#GEN, Metz : 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

**TRANSPORT – LOGISTIQUE**

Semaine de l'innovation Transport et Logistique 2022, Paris



Salon SITL

**SANTÉ**

MEDTECH à Twente, Pays-Bas

**INDUSTRIE DU FUTUR**

BE 4.0 2022 à Mulhouse

**BUSINESS ACT REGION  
GRAND EST**

360 GRAND EST, à Starsbourg

**IMMOBILIER D'ENTREPRISE**  
Salon de l'immobilier (SIMI)  
à Paris

**CRÉATION/REPRISE D'ENTREPRISE**  
SALON GO de la création  
reprise 2022, Metz

**ÉVÉNEMENTS SPORTIFS**

FC Metz, Metz Handball, Moselle Open

**ÉVÉNEMENTS BRANCHES  
SECTORIELLES**

Tomorrow in motion, Show Industrie

**À L'INTERNATIONAL**

WTCA European Regional Meeting à Lisbonne  
Select USA à GeorgiaTech-Europe, Metz

# ACTION TRANSFRONTALIÈRE ET INTERNATIONALE

**Organisation de la 4<sup>ème</sup> conférence transfrontalière sur les Mobilités dans le cadre de l'événement TOMORROW IN MOTION** sur la thématique des nouvelles mobilités et nouveaux métiers : évolutions et transformations des métiers de l'automobile et des mobilités



Jeem #5 /p-13

## WTC Metz-Saarbrücken : événements marquants 2022 :

- **Business Lunch sur le Plateau de Frescaty**  
avec visite Amazon Center et Centre d'entraînement du FC Metz
- **Délégation d'entreprises allemandes, luxembourgeoises et françaises au Salon international du Numérique à Abidjan**  
Côte d'Ivoire – événement Choose France avec WTC Abidjan
- **Mission salon ALGEST en Algérie** avec WTC Alger  
Salon dédié à la sous-traitance industrielle

**Objectif :** Acquérir des informations fiables et détaillées

- mettre en relation des entreprises avec des industriels sous-traitants
- favoriser de nouveaux partenariats



# MISSION D'ACCUEIL HOSPITALITÉ

## ATTRACTIVITÉ ÉTUDIANTE ET ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS

### ACCUEIL ÉTUDIANTS

- **Co-organisation avec Image'Est d'une séance d'éducation à l'image, sur le thème de la « Réalisation d'un court métrage »** en présence de 3 réalisateurs et 2 producteurs
- **Organisation de rencontres étudiantes** : offre de printemps découverte touristique, Commerces-partenaires
- **Organisation d'un événement de promotion de la destination étudiante métropolitaine** lors de la prérentrée CentraleSupélec à Paris-Saclay en lien avec le Pôle Enseignement supérieur-Recherche-Innovation de l'Eurométropole de Metz



- **Organisation de présentations dans les grandes écoles (ENSAM, GTL) + participation au Welcome Desk étudiants internationaux**
- **Participation à Metz l'étudiante #2** (stand, partenariat commerces), organisation d'une soirée cinéma en plein air
- **Partenariat avec le BDE de l'ENIM** pour la création d'un rallye Photo pour les journées d'intégration et soutien à des événements étudiants (handigame)
- **Réalisation en lien avec le Pôle Communication de l'agence et en partenariat avec Moselle Attractivité** d'une vidéo de promotion du territoire de l'Eurométropole de Metz et de la Moselle auprès de la cible étudiante nationale « Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux ! », et déclinaison de différents supports de promotion de la destination (flyers, kakemonos...)

## RÉFLEXION AUTOUR DE L'ANIMATION DE LA VIE ÉTUDIANTE

- **Mise en place d'un questionnaire Vie étudiante** (attentes et besoins des étudiants) avec recherche d'un panel d'étudiants : 200 réponses
- **Mise en place d'un groupe de travail** constitué d'une dizaine d'étudiants (ateliers sur les offres de rentrée et étude des besoins étudiants)
- **Site internet consacré aux étudiants** (benchmark, pistes, ...)

## EMPLOYABILITÉ DES JEUNES

- **Organisation d'un job dating Étudiants avec jeu concours**
- En partenariat avec Moselle Attractivité, **préparation d'une opération d'accueil des collégiens pour le stage de 3ème dans les entreprises métropolitaines** en lien avec les collèges locaux

## ACCUEIL NOUVEAUX ARRIVANTS

- **4 accompagnements à l'installation sur le territoire**
- **Préparation de la mise à jour du Guide des nouveaux arrivants**
- **Participation aux salons : Tomorrow in Motion, Show Industrie et Salon de l'orientation Oriaction**
- **Organisation d'un Networking Nouveaux arrivants au Moselle Open**
- **Participation aux différents accueils de nouveaux arrivants** (Ville de Metz, 3è RH, Base de défense)



© Agence Inspire Metz



© Agence Inspire Metz

Accueil nouveaux arrivants - Mairie de Metz

Post FB / Accueil nouveaux arrivants

# BUREAU DES TOURNAGES

## ACCUEIL DES TOURNAGES

### ACCUEIL/ORGANISATION ET ACCOMPAGNEMENT DE TOURNAGES

Accueil et soutien de 7 tournages : 2 longs-métrages, 3 courts-métrages et 2 tournages de vidéos institutionnelles en lien avec le service communication de l'agence Inspire Metz



#### ■ LE PRINTEMPS DE L'HOMME

Court métrage réalisé par Arthur Beaudoin & Flavien Duvoix et produit par Ere productions

#### ■ CIMEX LECTULARIUS

Court métrage de Rémi Giordano et Clémentine Decremps, produit par Chaz Productions

#### ■ LA FILLE DE SON PÈRE

Long métrage réalisé par Erwan Le Duc et produit par Domino Films

#### ■ UN SILENCE

Long métrage de Joachim Lafosse et produit par les Films du Losange, Stenola Production et Samsa Films

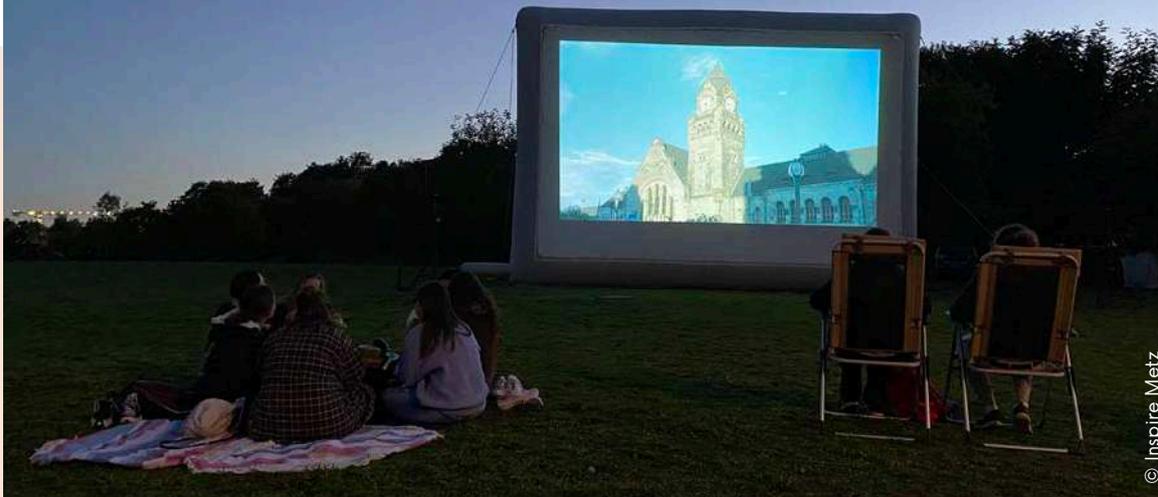
#### ■ ROSA

Court métrage réalisé par Massimo Riggi et produit par Nouvelle Donne Production et Mon Voisin Production

7  
tournages



Ciné plein air - Metz l'étudiante



© Inspire Metz

## ORGANISATION D'ÉVÉNEMENT

### 9 événements

- **Co-organisation de 2 avant-premières :**  
Le Visiteur du futur + Épisode 8 Nexus VI
- **Organisation de 2 points presse**  
avec le service communication
- **Co-organisation d'une soirée**  
Ciné Plein air (Metz l'étudiante)
- **La Fête du court métrage :**  
organisation de la soirée d'inauguration  
(260 personnes)
- **Co-organisation d'une table Ronde**  
**sur les productions audiovisuelles**  
avec le WTC Metz-Saarbrücken
- **Mise en place de 2 séances de**  
**casting** au sein de l'agence Inspire Metz

## PARTICIPATION À D'AUTRES OPÉRATIONS

- **Paris Images Production Forum**  
(plusieurs contacts, promotion du territoire)
- **Networking ICC au Moselle Open**
- **Partenariat avec le Festival « Les Petits Claps »**  
(+ de 120 spectateurs)

## SUPPORT DE COMMUNICATION

Création d'un carnet de tournage

RETROUVEZ-LE ICI !



CINÉ'METZ		2023/2024
FILM CARNET DE TOURNAGES		
PRODUCTION EUROMÉTROPOLE DE METZ		
SCÈNE	SÉQUENCE	RÉALISATEUR
1	57	INSPIRE L'AGENCE METZ



# 3 Congrès

*L'année 2022 marque de façon très nette la reprise d'activités dans le secteur du tourisme d'affaires. Les demandes d'organisation d'évènements professionnels sont revenues (en nombre) à leur niveau de 2019 avec cependant des changements très importants dans leur nature et dans leur temporalité. En effet, les demandes converties en 2022 montrent que l'évènement type (en majorité) est associatif, local, de moins de 100 personnes, sur 2 jours et qui s'est déroulé à court terme c'est-à-dire pendant l'année 2022. Les organisateurs se sont décidés rapidement voire en dernière minute pour la mise en place de leur évènement, et cette tendance semble s'inscrire durablement.*

*Le fait remarquable est la durée de ces évènements car pour la 1ère fois depuis la création du bureau des congrès en 2017, celle-ci est supérieure à 1 jour en majorité, ce qui signifie que le nombre de nuitées générées a très fortement augmenté (multiplié par 4) par rapport à 2021, ainsi que le nombre de journée congressistes (multiplié par 2). Les retombées économiques pour le territoire ont fortement augmenté également.*

*Les salons ont pu se tenir de façon habituelle, sans report ni annulation dus à un contexte sanitaire défavorable comme cela avait encore été le cas en 2021.*

*Et c'est dans ce contexte de reprise que le Bureau des Congrès a multiplié ses présences en tant qu'exposant sur près de 12 salons et workshops soit en propre, soit en partenariat, notamment avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est et avec Metz Evènements.*

*Ainsi, en plus des salons récurrents comme Heavent Cannes, IMEX Frankfurt, les workshops Pure Meetigns & Events et Mice Place, de nouvelles opérations de promotions prospection ont été mise en place comme les roadshow à Luxembourg, Bruxelles, Lille, Paris et Lyon ainsi que le salon IBTM de Barcelone. Cette présence accrue de la destination sur ce type d'opérations explique aussi en partie un nombre de demandes en hausse par rapport à 2021.*

*Enfin l'année 2022 a été marquée par l'obtention - pour le Bureau des Congrès et l'Office de tourisme - de la Certification ISO 20121 valable pour 3 ans, ainsi que de la labellisation Destination Innovante Durable (DID) pour le territoire de l'Eurométropole également valable pour 3 ans. Ce coup double prouve que le territoire de l'Eurométropole de Metz sait conjuguer attractivité et durabilité. La certification et la labellisation reconnaissent également la gestion durable des évènements par l'agence Inspire Metz et viennent récompenser un travail commencé dès la fin de l'année 2020.*

# Développement MICE\*



**+40%**

**d'activité**  
par rapport à 2021

■ **Un taux toujours élevé de concrétisation des demandes de 53%** (55% en 2021), soit 62 évènements confirmés

■ **La majorité des demandes concerne des évènements locaux associatifs de moins de 100 participants**  
répartis en majorité sur moins de 1 jour et sur 2 jours (respectivement 36% et 33%)

## LES PROJETS CONVERTIS

**117**

**demandes traitées  
directement  
par le pôle**



**53%**

**de ces demandes  
ont abouti,**

30% n'ont pas abouti,  
17% sont encore en attente  
de réponse  
3% ont été reportées

**Ces 53% de demandes converties représentent 62 évènements signés** émanant d'associations en majorité (56%) mais avec une très forte demande d'entreprises (42%), ce qui est inhabituel.

**La jauge des projets convertis est en majorité inférieure à 100 participants (55%),** mais les évènements de plus de 500 participants sont en hausse par rapport à 2021 (13% en 2022 vs 2% en 2021).

L'élément le plus important est la durée de ces évènements : elle est de 2 jours pour 41%, 1 jour pour 35%, ce qui signifie que **la majorité des projets convertis a généré au minimum 1 nuitée.**

**L'autre élément remarquable concerne l'échéance de ces évènements** : ils se sont déroulés à 81% en 2022 (19% sont prévus en 2023). Cela signifie que **la demande était en très grande majorité à court voire très court terme** et que les organisateurs se sont décidés rapidement, voire au dernier moment.

**Enfin 69% des projets convertis ont généré des nuitées, dont 81% programmées en 2022 et 19% en 2023.**

# LA PROMOTION PROSPECTION EN 2022

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

Le programme de promotion- prospection était très dense :

## Inspire Metz a participé à 12 salons/workshop en 2022



### ■ Pure France à Paris,

le 10 mars en partenariat avec Metz Evènements :

11 rendez-vous (agences événementielles, corporate et associations/fédérations)

### ■ Pure France à Paris,

le 19 septembre en partenariat avec Metz

Evènements :

16 rendez-vous en contacts

### ■ Mice Place, « destinations à +/- 2 heures de Paris »,

à Paris le 24 novembre en partenariat

avec Metz Evènements : 10 rendez-vous

### ■ Workshop France, organisé par l'ART Grand Est,

à Lille le 28 juin, à Paris, le 29 juin et à Lyon le 30 juin : 51 contacts et rendez-vous

### ■ Salon Heavent à Cannes,

du 19 au 21 avril : 32 contacts et rendez-vous

### ■ Salon IMEX à Frankfurt, en partenariat avec l'ART Grand Est

du 31 mai au 2 juin : 21 contacts et rendez-vous

### ■ Salon IBTM, en partenariat avec l'ART Grand Est

à Barcelone du 29 novembre au 1<sup>er</sup> décembre :

23 contacts et rendez-vous



En parallèle de ces opérations, des campagnes d'emailing et de phoning ont été lancées à plusieurs moments de l'année.

  
**+de 350**  
messages de prospection très ciblés ont été envoyés en 2022

# The MIX

## LE SALON THE MIX : UN NOUVEL ÉVÈNEMENT DÉDIÉ AU SECTEUR DU TOURISME D'AFFAIRES

Le Bureau des congrès est, avec Metz Evènements, à l'initiative de la création d'un nouveau salon dédié au tourisme d'affaires, appelé The MIX, salon MICE des 4 frontières, qui se déroulera à Metz au centre de congrès Robert Schuman les 14 et 15 juin 2023.

Le travail de préparation d'un nouvel évènement de cette envergure a commencé fin 2021. Ce nouveau salon transfrontalier sans équivalent national, avec une récurrence annuelle souhaitée, a pour objectif de réunir et mettre en avant environ 150 exposants, acteurs professionnels du secteur d'activité MICE (hôtels, traiteurs, sites de réception, agences,...) venus du Grand Est, d'Allemagne, de Belgique et du Luxembourg, et d'inviter 200 top acheteurs nationaux et internationaux, décideurs et organisateurs d'évènements issus des plus grandes sociétés, agences et associations.

Ce salon favorisera la rencontre et les affaires par l'intermédiaire d'agendas pré-organisés de rendez-vous grâce à une plateforme numérique dédiée. Une communication nationale et transfrontalière a débuté en septembre dernier.

Ce projet montre un engagement fort du territoire en matière d'attractivité et sera une occasion unique de faire rayonner l'Eurométropole de Metz et ses infrastructures ainsi que la Grande Région, auprès des professionnels du tourisme d'affaires et de l'évènementiel. Ce salon qui deviendra incontournable, permettra de démontrer tout notre savoir-faire en matière d'accueil et d'organisation d'évènements.

DANS LA CONTINUITÉ DE 2020 ET 2021, D'AUTRES ACTIONS/INITIATIVES À L'INTENTION DES ACTEURS LOCAUX ONT ÉGALEMENT ÉTÉ MISES EN PLACE.

Une commission tourisme d'affaires et tourisme de loisirs a été organisée le 27 juin à l'attention des professionnels du territoire. L'ordre du jour concernait le tourisme durable (certification ISO 20121 et label DID) ainsi que les prestations de restauration.

The MIX  
Salon MICE\* des 4 frontières  
France - Luxembourg - Allemagne - Belgique

**METZ**  
14 et 15 Juin 2023

150  
Exposants

200  
Top décideurs

Agenda de rendez-vous,  
soirées networking\*\*,  
conférences...

themix-metz.com

METZ INSPIRE METZ METZ EVÈNEMENTS

MICE\*: Meetings (réunions), Incentives (séminaires), Conventions, Exhibitions (exposition)

eventmaker  
Networking\*\* : mise en réseau

## 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).

## CONCRÉTISATION DE LA 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 2022 jusqu'à l'audit de certification qui s'est déroulé le 24 mars.

La certification obtenue par le Bureau des Congrès et l'Office de tourisme est valable pour 3 ans avec des audits de suivi chaque année.

Pour rappel, cette norme lie les activités des pôles tourisme de loisirs et tourisme d'affaires avec les actions de développement durable et représente également un atout d'attractivité touristique.



## CONCRÉTISATION DE LA DÉMARCHE

### DE LABELLISATION DID (DESTINATION INNOVANTE DURABLE)

En parallèle de la démarche ISO s'est également poursuivie celle de la labellisation DID. Piloté par France Congrès & Evènements, 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.

L'audit de labellisation a été réalisé le 13 mai par le Bureau Veritas, en présence également des partenaires engagés dans la démarche et signataires des conventions : le Centre Pompidou-Metz, Metz Congrès Robert Schuman, l'UMIH de Moselle et L'Eurométropole de Metz.

**Le territoire de l'Eurométropole est donc labellisé « Destination Innovante Durable » et le bureau des congrès avec l'Office de Tourisme ont piloté cette démarche depuis le début pour le compte de l'Eurométropole.**

**Cette labellisation est valable pour 3 ans et devra faire l'objet d'un audit de suivi tous les 18 mois.**

## CONGRÈS

Centre des Congrès Metz Robert Schuman - ©L. Boegly



### Quelques congrès qui se sont tenus à Metz en 2022 :

#### ■ Congrès International de l'Écologie

(SFE2 – GFO-EEF) :

au centre Schuman du 21 au 24 novembre.

Plus de 800 participants

#### ■ Congrès des Bibliothécaires de France

(ABF) :

au centre Schuman du 2 au 4 juin. Plus de 800

participants

#### ■ Congrès de la Ligue de l'Enseignement

(FOL) :

au centre Schuman du 23 au 26 juin.

600 participants

#### ■ Congrès de France Tiers Lieux :

à BLIIDA du 17 au 19 octobre. 400

participants

#### ■ KPMG Luxembourg,

au Centre Schuman. 900 participants

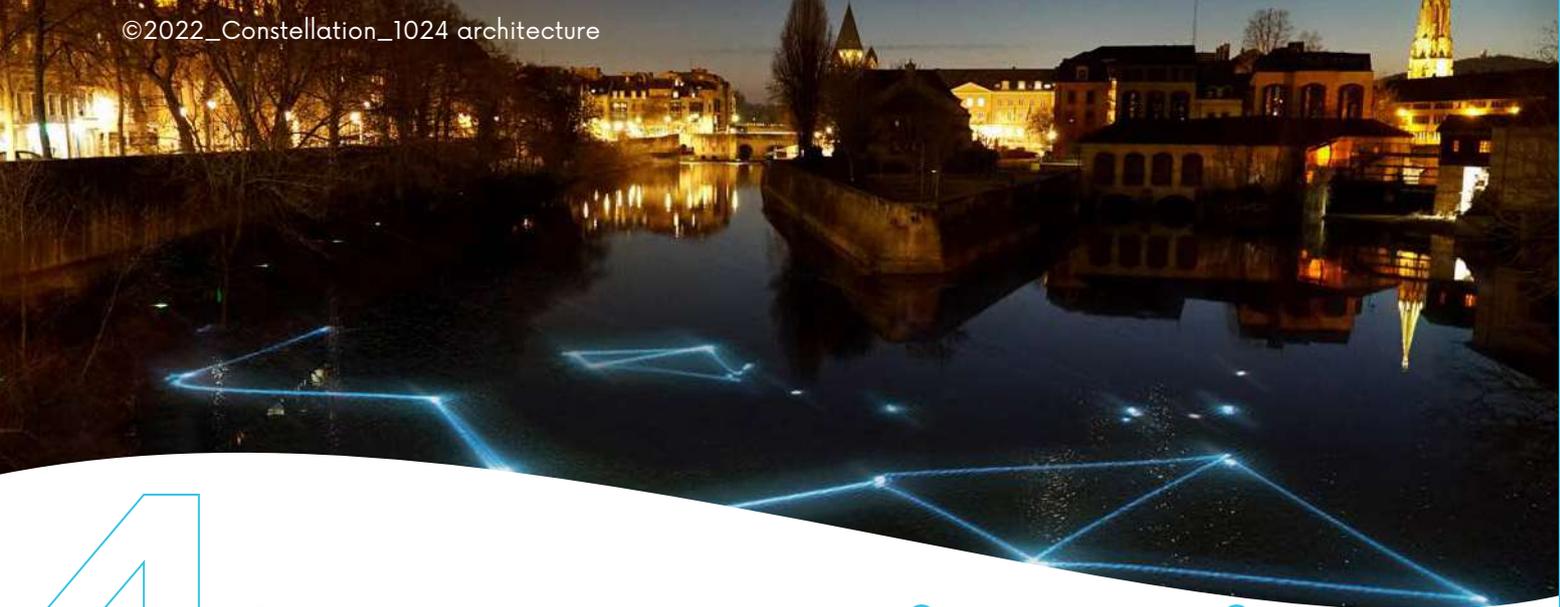
#### ■ AG des Commissaires aux Comptes,

au Centre Schuman, au Centre Pompidou-Metz et au FC Metz Stadium. 150 participants

#### ■ AG de la Fédération des Entreprises de Propreté du Grand Est

les 28 et 29 avril, à l'Arsenal et au FC Metz Stadium.

120 participants



# 4 Communication

L'année 2022 a été marquée par une forte reprise des activités, même si le contexte reste fragile avec les crises sanitaire ( toujours présente) et énergétique. L'occasion pour le pôle communication de relancer les grandes campagnes de communication touristique. Ainsi, la campagne estivale, initiée en 2021 en partenariat avec l'Eurométropole de Metz, la Ville de Metz et la CCI57, a été reconduite et cela sans contrainte sur les cibles, notamment étrangères (Allemagne, Luxembourg, Belgique et Pays-Bas).

Proposant des visuels ludiques et placés sous le signe des Lumières d'Europe, la campagne a été très remarquée dans le métro parisien avec 380 faces (quais et couloirs). Réalisé au début de l'été, le film sur le territoire a performé sur les réseaux sociaux. La campagne sur les marchés de Noël a pris le relais dès la mi-novembre. Les 3 visuels très colorés ont particulièrement bien fonctionné en affichage avec une visibilité très importante dans le métro parisien. Pour ces 2 temps forts (été/hiver), les 2 jeux sur facebook ont permis d'engendrer 18 535 participants sur la cible française.

Le pôle communication, au service des 3 métiers de l'agence, a bien sûr réalisé l'ensemble des supports nécessaires aux activités de l'agence en synergie avec les pôles (tourisme, tourisme d'affaires et

attractivité économique). Parmi les temps forts du début d'année, au niveau du tourisme d'affaires, une campagne testimoniale et une charte graphique pour le salon The Mix ont été réalisées. En plus des numéros bimestriels du journal économique « jeem », 2 hors-séries ont été réalisés sur des sujets d'actualités : l'emploi, pour répondre aux problématiques de recrutement des entreprises et le tourisme dans les communes de l'Eurométropole au lancement de la saison estivale. Toujours au plus près des communes de l'eurométropole, le pôle communication a réalisé en interne une vidéo d'une minute pour chaque commune afin de présenter leurs atouts touristiques.

Enfin, outre la préparation des salons économiques, les pôles communication et attractivité économique ont renforcé leur travail commun sur l'attractivité du territoire sur le volet « jeunes talents ». Dans ce cadre, un travail partenarial a été mené avec le service ESRI de l'Eurométropole de Metz et Moselle Attractivité, en cohérence avec les actions de Metz l'étudiante et de la Ville de Metz. C'est ainsi qu'est née la vidéo décalée « Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux ! ». Saluée par le réseau des communicants publics, il lui a été décerné le prix Attractivité et marketing territorial lors du grand prix CAP COM 2022.

# Communication et promotion

## SALONS ET ÉVÉNEMENTS

- **SITL, salon de la logistique** qui s'est tenu à Villepinte du 5 au 8 avril : travail partenarial d'organisation du salon (réservation, suivi standiste, documentation et communication) en lien avec nos différents partenaires (Moselle Attractivité, Business Sud Champagne et Lorr'up). Une rencontre/temps d'échange avec les élus a été organisée sur le stand
- **SIMI, salon de l'immobilier d'entreprise** à Paris : travail partenarial d'organisation du salon sous la bannière Grand Est avec Moselle Attractivité et Lorr'up
- **BE 4.0** : préparation du salon et supports du stand en commun
- **Aide à la préparation, création de visuels et/ou suivi photo et communication digitale** : Business Lunch Plateau de Frescaty / jobs dating/ Tomorrow in motion...
- **Metz l'étudiante** : participation à la mise en place de job dating de l'été



## LES SUPPORTS

### AGENCE

- **Réalisation du rapport d'activités 2021** de l'agence
- **Réalisation du dossier de presse 2022 (+dossier de presse durable 2022)** de la destination touristique en lien avec le pôle tourisme + les versions étrangères
- **Finalisation du travail avec un prestataire sur un diagnostic de la data de l'agence** et mise en place d'un nouveau CRM en lien avec la newsletter, plus moderne et plus adapté à la cible
- **Création de divers supports print** tels les nouveaux kakémonos par métier et création de visuels publicitaires avec une stratégie d'information (choix sujets) sur une cible endogène et exogène en cohérence avec les enjeux de développement du territoire
- **Création de supports digitaux** Newsletters et supports quotidiens sur réseaux sociaux

Visuel - Courrier Messin



Newsletter Inspire Metz



#### – Réalisation de vidéos :

- **Tournages et montages** de 45 films touristiques pour les communes de l'Eurométropole de Metz et autres vidéos comme celle du témoignage de Robert Pirès sur la destination
- **3 vidéos de restaurateurs adhérents** dans le cadre de la St-Valentin et de l'aide à la relance économique
- **Captation vidéo table ronde** sur le thème du cinéma – février 2022

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

#### EXEMPLE D'UNE VIDÉO DE COMMUNE



#### MEILLEURS VOEUX POUR L'ANNÉE 2023 !



#### TIMBRES MIS EN VENTE À LA BOUTIQUE



### TOURISME

- **Réalisation d'un nouveau plan touristique format A3**, remise à jour des plans audio-guides
- **Création de timbres**
- **Réalisation d'un guide facile à lire et à comprendre** pour les personnes en situation de handicap et en apprentissage de la langue FR
- **Réalisation d'un livret Toutourisme**
- **Création du nouveau logo et visuel du City Pass**

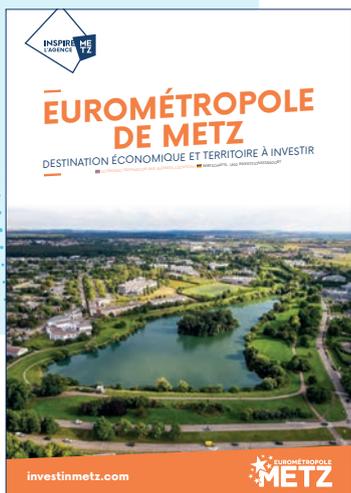
### TOURISME D'AFFAIRES

#### Réalisation de divers supports :

- **Dossiers de candidature de congrès**
- **Catalogue « Team Building »**
- **Charte The Mix**
- **Visuels publicitaires dans les supports print spécialisés MICE**
- **Bâche pour les salons type « Heavent Cannes »**



## ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE



- Réalisation d'une plaquette généraliste  
3 volets



- Rédaction en interne des numéros 4, 5, 6, 7 et 8 du journal économique «jeem» : en lien avec le pôle attractivité économique + réalisation de 2 hors-séries sur les thèmes de l'emploi en mai et du tourisme intitulé « Votre été dans l'Eurométropole de Metz » diffusé fin juin à 100 00 exemplaires dans l'Eurométropole de Metz et en Moselle.

- Réalisation d'une brochure « jeune public » ainsi que de nombreux supports sur l'attractivité étudiante - Brochure / flyers / Kakemonos

- WTC : réalisation de supports divers et aide à la communication.



## LES GRANDS PARTENARIATS

### PARTENARIATS SPORTIFS

Mirabelle d'Or, FC Metz et Moselle Open.

### CONSTELLATIONS DE METZ

Travail avec la Ville de Metz et l'Eurométropole de Metz sur la campagne de communication de l'événement (média planning...).

### CENTRE POMPIDOU-METZ

#### Etude barométrique des publics

Particulièrement importante en termes d'information et de connaissance des publics. Ces résultats sont bien sûr analysés et comparés par rapport à ceux de l'Office de Tourisme et d'autres partenaires (ART...).



## CAMPAGNE ESTIVALE PARTENARIALE 2022 DE PROMOTION DE LA DESTINATION DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

À l'instar des 2 années précédentes, l'agence a renouvelé le partenariat avec l'Eurométropole de Metz, la Ville de Metz et la CCI Moselle Métropole Metz pour réaliser une campagne touristique d'envergure sur la destination avec un média planning puissant et à destination des cibles prioritaires : Grand Est, Paris-Île de France, Hauts-de-France, pays frontaliers (Luxembourg, Belgique et Allemagne + les Pays-Bas). Cette campagne mix média a été pilotée par l'agence, en tenant compte notamment des enseignements de l'année précédente et des autres campagnes de communication (Constellations...). L'objectif : faire venir les visiteurs et les touristes pour générer un maximum de retombées économiques sur le territoire (hôtellerie, restaurants, cafés, commerces, ...).

Conçue et réalisée par Lab Agency, cette campagne, créative à l'image de l'eurométropole, proposait des visuels ludiques sur le thème du jeu et de la découverte en détournant des slogans

connus de tous et en jouant avec les atouts du territoire : la nature, l'eau, le patrimoine, les événements culturels, l'art de vivre, etc.

Placée sous le signe des Lumières d'Europe, cette campagne mix média a été diffusée de manière symbolique dès le 9 mai 2022, journée de l'Europe, avec des visuels donnant envie de (re)découvrir l'eurométropole : en affichage (dans les villes du Grand Est, puis dans les métros parisiens et lillois, à Luxembourg, Sarrebruck, Maastricht et Namur), en format presse (au national) et en digital (réseaux sociaux et bannières web).

Un premier jeu concours sur facebook, en partenariat avec la Citadelle MGallery et l'UMIH 57, à destination de la cible française a permis de recueillir plus de 9 800 réponses avec 3 gagnants issus des départements : 77, 51, 02. Il est important de préciser que les datas recueillies dans le cadre des jeux sont particulièrement intéressantes pour mieux connaître nos publics cibles et analyser leurs centres d'intérêts. Pour la cible française, plus de 50% des participants ont accepté de recevoir des informations du territoire afin de leur envoyer les newsletters touristiques.



## BILAN DE LA CAMPAGNE ESTIVALE

La campagne a engendré plus de 76 millions d'ODV (Occasion de Voir) rien que dans le métro parisien avec 380 faces (quais et couloirs) pendant 2 semaines avec de très bons retours en testimonial.

On peut également noter une très bonne performance du jeu-concours sur facebook. A savoir : la tranche d'âge la plus représentée est celle des années 1970-1979 à 24,72 %, suivie de celles des années 1980-1989 à 22,58 %. **Leurs centres d'intérêts dans l'ordre : Nature et loisirs** (balade, rando, vélo, parc de loisirs...) à **35,95%**, **Patrimoine** à **25,70%**, **Culture** (expos, concerts...) à **20,17%** et **Gastronomie et oenotourisme** à **18,18%**.

Au niveau de la campagne digitale, au total, plus de 10 millions d'impressions ont

été comptabilisés permettant donc une forte visibilité avec un taux de clic performant.

**A savoir : Le film de la campagne a très bien fonctionné sur les réseaux sociaux notamment sur une cible de proximité, constat intéressant au regard du développement de la fierté d'appartenance à un territoire.**

En résumé, les cibles de la campagne correspondent au retour attendu avec 2 cibles significatives : Ile-de-France et les Pays-Bas.

Le métro parisien reste une valeur sûre. Le film a particulièrement bien complété le dispositif en renforçant la notoriété de la destination.



## CAMPAGNE PARTENARIALE DES MARCHÉS DE NOËL



**Affichage dans le métro francilien : 380 faces (quais et couloirs) : 93,6 millions de contacts.**

**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, Luxembourg et Pays-Bas), **la campagne mix média** (print et digital) a été menée en partenariat avec le soutien financier de l'Eurométropole de Metz, de la CCI 57, de Moselle Attractivité et avec l'aide de la Ville de Metz en étroite collaboration avec la Fédération des Commerçants de Metz.

**Un média planning très important** avec un dispositif d'affichage puissant : Métro parisien, Grand Est (Nancy, Reims, Strasbourg) et un affichage en digital dans les pays frontaliers (Sarrebruck, Namur, Liège, Arlon et Luxembourg). Les visuels ont également été diffusés dans la presse nationale et au travers d'un dispositif digital : réseaux sociaux et bannières web.

**La promotion de la destination a également été menée avec l'ART Grand Est, notamment pour la partie relation presse.**

**En coordination avec ses partenaires, l'agence Inspire Metz a réalisé en interne une multitude de supports print et digitaux type** : Bâches, flochage poubelles, Mettis, cloison Lürä, supports chaussettes pour signalétique, dossier de presse, dossier de 4 pages intégré dans le supplément Noëls de Moselle de MOSL Attractivité, actualité sur les manifestations dans l'Eurométropole de Metz, Ecocup, logo Noël à Metz, vidéos et posts sur tous les réseaux sociaux.

**À noter cette année** : la création d'un dépliant avec un plan des marchés et un flyer sur les animations proposées par la Ville de Metz.



## BILAN DE LA CAMPAGNE DES MARCHÉS DE NOËL

La campagne a très bien fonctionné avec une grande performance entre mi-novembre et mi-décembre.

On retrouve les publics cibles des audiences (IDF, GE, HDF pour la France et les pays frontaliers ciblés : Luxembourg, Allemagne et Belgique et Pays-Bas) sur l'ensemble des données avec :

- **3 pics très nets de trafic** (site tourisme et réseaux sociaux) : au lancement, au moment du jeu et lors de la dernière vague.
- **Un trio de villes s'impose** : Paris, Luxembourg et Strasbourg.
- **Dispositif digital (RS + bannières) : 132 459 clics**
- **Facebook et Instagram : taux de clic très bon**, baisse progressive surtout après le pic de la 3<sup>ème</sup> vague (10/12)  
**Au total 88 posts sur FB, 112 contenus sur Instagram et 5 vidéos sur TikTok**



### INSTAGRAM

Les 3 Reels qui ont le plus performé du 04.11.2022 au 04.12.2022.



### TIK TOK

Vidéo de Noël qui a performé avec 285 800 vues sans sponsorship.



Pari gagnant pour le jeu-concours sur les RS (cible FR) avec 8.719 participants en 10 jours :

Leurs centres d'intérêts prioritaires :

- 86,3% des participants choisissent de « (re) vivre les traditions de Noël et Saint-Nicolas ».
- 41,7% : faire du shopping pour les cadeaux de Noël et achats de produits locaux, âgés de 33-42 ans à 25,7% et 43-52 à 25,6%, en majorité des femmes

Sur l'ensemble de la campagne, l'impact le plus important : la cible parisienne avec l'affichage dans le métro

## LES AUTRES CAMPAGNES

### UNE COMMUNICATION TESTIMONIALE

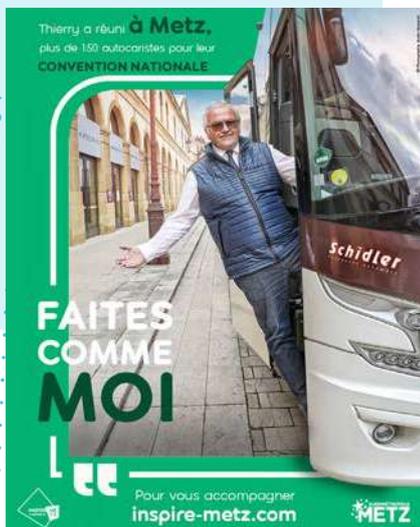
En lien avec le pôle tourisme d'affaires, cette campagne avait pour objectif d'inciter les acteurs locaux à organiser leurs événements professionnels sur le territoire de l'Eurométropole et à porter des candidatures.

**Pour ce faire, les 3 visuels réalisés montrent 3 acteurs locaux/témoins ayant porté des candidatures avec 3 profils différents :**

— une sage-femme (Journées d'études Nationales à Metz Congrès Robert Schuman),

- un autocariste (Convention Nationale à l'Arsenal de Metz)
- et un sportif-judoka (Assises Nationales à Metz Congrès Robert Schuman)

**Ces visuels ont été diffusés en affichage (2m2 à Metz) et en sponsorship sur FB et LinkedIn (avec un ciblage très précis) et ont fait l'objet de parution en local et dans le jeem d'avril-mai. Cette campagne s'est déroulée de mi-mars à la mi-avril**



## DÉVELOPPEMENT DE LA STRATÉGIE DIGITALE

— **Renforcement du positionnement sur les réseaux sociaux**

LinkedIn / facebook / Instagram

— **Réalisation du jeu FB** (profil de l'agence jaune/ tourisme). Le principe étant de faire redécouvrir les 45 communes de l'Eurométropole de Metz en floutant un de leurs monuments emblématiques et de le faire deviner à la communauté

— **Développement du profil TikTok** lancé en septembre, en parallèle de la campagne attractivité étudiante («Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux»)

— **Poursuite des vidéos sur les adhérents de l'agence** qui permettent d'aider à la relance de l'activité économique et au rayonnement du territoire

— **Création de vidéos sur les talents de l'Eurométropole de Metz**

— **Travail sur l'audience, le référencement** (en lien avec le travail sur la data)

— **Relations presses** (organisation de conférence de presse, communiqués...)

— **Reportages photos**

# NOUVEAUX DOSSIERS DE L'ANNÉE 2022

## ATTRACTIVITÉ ÉTUDIANTE

Travail avec le pôle attractivité économique, l'Eurométropole de Metz, la Ville de Metz et Moselle Attractivité sur différents supports. Une série de publicités sur les formations d'excellence de l'Eurométropole de Metz a été réalisée en interne par le pôle communication de l'agence et diffusée à destination de la cible locale dans le but de garder les talents locaux.



VISIONNEZ LA VIDEO !



L'agence, en partenariat avec Moselle Attractivité et l'Eurométropole de Metz a piloté la réalisation d'un film de promotion de la destination étudiante intitulé « Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux ! » et un reportage photos. Il a été décidé de choisir un projet décalé avec la participation d'un rappeur/artiste originaire de l'Eurométropole de Metz.

## STRATÉGIE DIGITALE

**Réflexions et ouverture du compte TIK TOK.**

**Captation vidéo** table ronde sur le thème du cinéma en février 2022

**Jeu de piste** pour la St-Valentin.

**Réflexion également sur la refonte de l'arborescence des sites.**

**Remise à jour de la Une du portail Inspire Metz par cible.**

## MOSELLE TV

Coordination sur les sujets du rendez-vous de l'éco, émission économique de Moselle TV réalisée en partenariat avec Moselle Attractivité. Inspire Metz a permis de mettre en lumière 3 entreprises locales (2 vidéos + 1 invité en plateau) chaque mois avec diffusion sur les réseaux sociaux.



**INSPIRE** **ME**  
L'AGENCE **TZ**

AU SERVICE DES  
46 COMMUNES DE  
L'EUROMÉTROPOLE  
DE METZ



AMANVILLERS  
ARS-LAQUENEXY  
ARS-SUR-MOSELLE  
AUGNY  
CHÂTEL-ST-GERMAIN  
CHESNY  
CHIEULLES  
COIN-LÈS-CUVRY  
COIN-SUR-SEILLE  
CUVRY  
FÉY  
GRAVELOTTÉ  
JURY  
JUSSY  
LA MAXE  
LAQUENEXY  
LE BAN-ST-MARTIN  
LESSY  
LONGEVILLE-LÈS-METZ

LORRY-LÈS-METZ  
LORRY-MARDIGNY  
MARIEULLES-VEZON  
MARLY  
MÉCLEUVES  
METZ  
MEY  
MONTIGNY-LÈS-METZ  
MOULINS-LÈS-METZ  
NOISSEVILLE  
NOUILLY  
PELTRE  
PLAPPEVILLE  
POUILLY  
POURNOY-LA-CHÉ-  
TIVE  
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

## LES PARTENAIRES ET FINANCEURS





INSPIRE  
L'AGENCE



AGENCE INSPIRE METZ  
03 87 39 00 00  
contact@inspire-metz.com