

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024

Tourisme

Attractivité économique

Tourisme d'affaires





UNE AGENCE / 3 MÉTIERS

TOURISME

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

ÉCONOMIE

Implantez-vous & développez-vous dans l'Eurométropole de Metz (votre entreprise, filiale ou enseigne).

CONGRÈS

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

INSPIRE ME
TZ

INSPIRE ME
TZ

INSPIRE ME
TZ



SOMMAIRE

p.5

LES TEMPS FORTS

6

1. TOURISME / DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

7

BILAN DE FRÉQUENTATION

9

COMMERCIALISATION ET PRODUITS

Réceptif

12

PROMOTION ET MARKETING

12

PRODUITS TOURISTIQUES

12

OBSERVATION TOURISTIQUE ET PROSPECTIVE

13

ÉDITIONS

13

DIGITALISATION

14

COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

15

DÉVELOPPEMENT DURABLE

15

DESTINATION D'EXCELLENCE

QUALIFICATION DE L'OFFRE ET MANAGEMENT PAR LA QUALITÉ

16

PARTENARIATS

16

PERSPECTIVES 2024

17

2. ECONOMIE / ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET DÉVELOPPEMENT

18

ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

Chiffres clés / Aides et dispositifs mobilisés / Expertise dans les transitions /

19

TRANSITION – TRANSFORMATION

Focus accompagnement : Nimesis

20

INFORMATION – SENSIBILISATION / VEILLE

Nouveau magazine JEEM / Événements de sensibilisation / Autres événements

Observatoire du commerce métropolitain

22

Focus commerce : Seconde main

23

DISPOSITIFS AAP ET AMI À DESTINATION DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

24

OFFRE ÉCONOMIQUE & DÉVELOPPEMENT DES ZAE

Recherches immobilières et foncières

25

VIE DES ZONES / *Focus zone d'activités : Parc du Technopôle*

26

REQUALIFICATIONS URBAINES

26

PROMOTION PROSPECTION ATTRACTIVITÉ

Promotion Salon / Prospection d'IDE (Investissements directs étrangers)

28

ACTIONS INTERNATIONALES ET TRANSFRONTALIÈRES

29

MISSION ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS

29

ACCUEIL DES ÉTUDIANTS

30

ACCUEIL DES TOURNAGES

31

Focus tournage : Les Burgers Volants

33

3. CONGRÈS / DÉVELOPPEMENT MICE *Meetings (réunions), Incentives (séminaires),*

Conventions, Exhibitions (Expositions)

34

LES PROJETS CONVERTIS

35

LA PROMOTION PROSPECTION EN 2024

36

COMMUNICATION DU PÔLE

37

DÉMARCHE RESPONSABLE

39

4. COMMUNICATION ET PROMOTION

40

SALONS ET ÉVÉNEMENTS

41

LES SUPPORTS

44

MARKETING TERRITORIAL ET GRANDS PARTENARIATS

45

CAMPAGNE ESTIVALE 2024

47

CAMPAGNE PARTENARIALE DU MARCHÉ DE NOËL À METZ

52

LES AUTRES DOSSIERS DE COMMUNICATION

53

NOUVEAUTÉS 2024



LES TEMPS FORTS

JANVIER

- Workshop presse ADN Tourisme
- Forum emploi insertion
- Festival Les Petits Claps
- Salon Studyrama

FÉVRIER

- WTC / Du Grand Est vers le Monde
- Salon Festivitas - Tourisme
- Touristik Messe Koblenz - Tourisme
- Job-dating Métiers du transport de voyageurs
- Webinaire Eau & Industrie du Réseau des agences du Grand Est
- Salon des tournages Paris
- Reisewelt Düsseldorf grand public - Salon Tourisme

MARS

- Délégation économique des WTC Francophones vers Bangalore
- International Media Marketplace Travel média - Tourisme
- Workshop Market Place for Meeting Planner (MP2)
- Fête du Court-métrage
- Atelier IA au service du recrutement
- Semaine des métiers du tourisme
- Heavent Meetings Cannes - Tourisme d'affaires
- Rendez-vous en France - Salon Tourisme
- Petit-déjeuner «Tout savoir sur la RSE »

AVRIL

- Business Lunch transfrontalier
- WTC / « Du Grand Est vers le Monde» Spécial Allemagne
- Job-dating étudiants saisonniers

MAI

- Commande publique : « Les astuces pour remporter vos appels d'offres »
- WTC - Stammtisch réveiller la pratique de la langue allemande
- Lancement de la campagne estivale « Un été à Metz... »
- « Mercredi du MICE », visio de présentation de la destination auprès des responsables MICE Atout France - Tourisme d'affaires

JUIN

- 6^{ème} édition de la Conférence franco-allemande sur les mobilités
- Délégation économique d'entreprises vers Dresden en Allemagne
- Printemps du commerce de L'Eurométropole de Metz

JUILLET - AOUT

- Festival International Constellations de Metz
- Diffusion du film estival : nouvelle version courte
- Fêtes de la Mirabelle

SEPTEMBRE

- Accueil de nouveaux étudiants / Présentation à l'ENSAM
- Journée d'accueil des familles / Base de défense
- Workshop Pure Meetings & Events - Tourisme d'affaires
- Atelier «Développer ses compétences professionnelles grâce au sport électronique»
- Salon CSE à Nancy
- Eductour Destination Vignobles

OCTOBRE

- Soirée d'accueil des étudiants de 1^{ère} année de l'Université de Lorraine et des Grandes écoles au FC Metz Stadium / Eurométropole de Metz et Moselle
- Opération de promotion à la Maison de la région Grand Est à Paris, 2 thématiques : MICE et marché de Noël en partenariat avec Metz Événements et Moselle Attractivité
- Campagne MICE « Expérimentez une nouvelle destination... » - Tourisme d'affaires
- Stammtisch franco-allemand sur le Pavillon transfrontalier de la FIM
- Point Presse - Sauce Piquante / Tournage Sauce Piquante
- Salon Event Days - Salon Tourisme d'affaires
- Accueil d'une délégation d'entreprises wallones (AWEX) : «Rencontre Construction durable»
- Atelier RSE avec Esslie

NOVEMBRE

- Moselle Open - 21^e édition
- Rentrée des internes / CHR Metz-Thionville
- Forum franco-allemand - Secteur de l'automobile : Regards croisés France-Allemagne / Fil rouge industrie
- Salon SITV Colmar - Tourisme
- Stand à Show industrie à la FIM / Afterwork sur les Parcours de transformation
- Salon IBTM (MICE à Barcelone) - Tourisme d'affaires
- MAPIC - Salon international de l'immobilier commercial à Cannes
- Lancement de la campagne du Marché de Noël à Metz / compte à rebours J - 30
- ARTIGIANO IN FERIA - collectif d'artisans métropolitains à MILAN

DÉCEMBRE

- Audit de suivi certification Iso 20121
- 35 ans du WTC Metz-Saarbrücken
- SIMI, salon immobilier d'entreprise à Paris
- Marché de Noël : Campagne avec nouvelle charte graphique « Noël à Metz, marché merveilleux»

1 Tourisme

L'année 2024 a marqué une étape dans la stratégie de développement touristique de la destination, illustrant un engagement renforcé pour l'innovation, la durabilité et l'attractivité du territoire. En s'appuyant sur le diagnostic réalisé en 2023, le Schéma de développement Touristique, fruit d'un travail collaboratif avec les acteurs du territoire, a été adopté par les élus métropolitains en décembre 2024, fixant ainsi la feuille de route jusqu'en 2030.

Dans les grands événements que l'agence Inspire Metz et son Pôle Tourisme ont accompagné, on notera, outre le Festival International Constellations de Metz et le marché de Noël, ainsi que la programmation festive, sportive et culturelle de la métropole, les 80 ans de la Libération de Metz, la semaine franco-allemande, BellissiMetz...

Parmi les réalisations marquantes de l'année, on citera :

- **La mise en place d'un connecteur Avizi-SITLOR pour le site de la Ville de Metz**, opérationnel depuis juillet 2024, garantissant un agenda événementiel complet et accessible.

- **Le recrutement de deux nouvelles alternantes**, remplaçant les recrutements précédents, dans une démarche d'engagement pour le développement des compétences en adéquation avec les besoins de la structure et du territoire. Cela rejoint les actions engagées par l'agence Inspire Metz avec l'UMIH, par exemple pour la Semaine des Métiers du Tourisme.

- **L'observation des clientèles touristiques sur le territoire en synergie avec l'agence régionale du tourisme Grand Est (ART GE) et Moselle Attractivité**, avec notamment la participation à une enquête marketing clientèles couvrant la période d'avril 2024 à avril 2025.

- **Le travail sur le tourisme fluvial** avec Voies Navigables de France (VNF) et l'Eurométropole de Metz, amorcé en 2023, et l'intégration des nouvelles dynamiques patrimoniales, comme la mise en tourisme progressive du Cloître des Récollets.

- **L'élargissement de la gamme de produits et animations de la boutique**, avec des initiatives innovantes comme des démonstrations de soufflage de verre et de nouveaux produits locaux emblématiques.

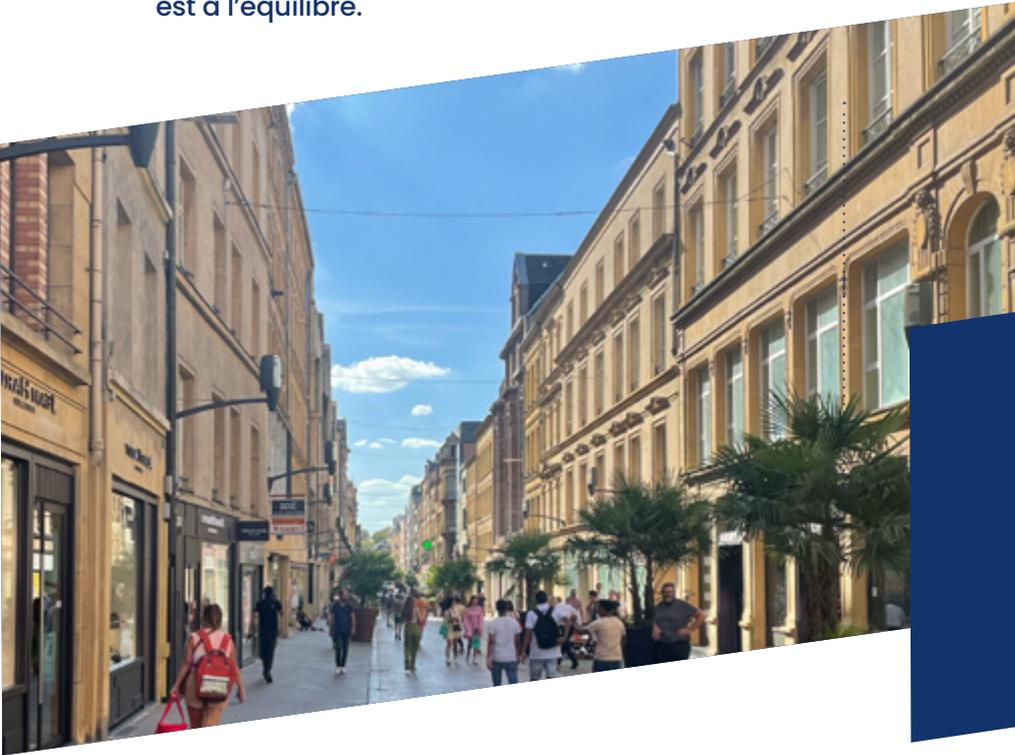
En parallèle, des efforts significatifs ont été consacrés à **l'extension de l'offre de médiation**, avec **l'élargissement du panel de guides micro-entrepreneurs** et la **création de nouvelles visites thématiques**, adaptées à des publics variés.

Ces réalisations ne représentent qu'un aperçu des actions déployées en 2024, dont les détails seront développés dans les pages suivantes. Elles témoignent du **travail engagé pour un tourisme plus responsable et solidaire** permettant aux habitants et aux visiteurs de profiter des atouts, emblématiques ou encore à valoriser, de l'Eurométropole de Metz et de ses 46 communes.

Développement du tourisme

BILAN DE FRÉQUENTATION

La fréquentation de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme est stable par rapport à 2023, avec près de 126 000 visiteurs accueillis. Le ratio clientèle française (49,9%) et clientèle étrangère (50,1%) est à l'équilibre.



+1 186
City pass vendus

Quelques éléments saillants

Clientèles françaises :

- Si la clientèle locale diminue, ce qui est dû à un changement de comportement, Internet et les réseaux sociaux étant le premier medium d'information notamment pour les événements, la clientèle française d'autres régions augmente, notamment les franciliens qui représentent 8,7% de la fréquentation (+2,6% / 2023, +5,44% / 2019).
- on note une nette progression des visiteurs en provenance d'Auvergne-Rhône Alpes (+4,3% / 2023).
- Les clientèles des Hauts-de-France sont en croissance de 10% / 2023.

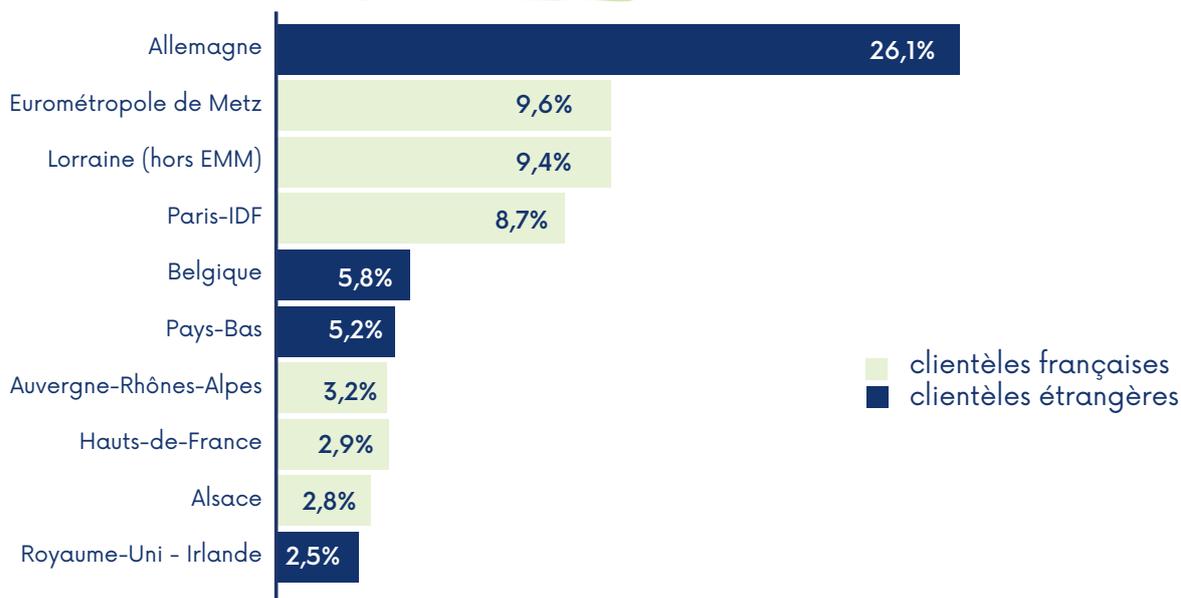
Clientèles étrangères :

- Les clientèles allemandes (26,2% des visiteurs) poursuivent leur retour (+5,1% / 2023), de même que les Néerlandais (5,2% des visiteurs, +1,5% / 2023).
- Les Belges sont la deuxième clientèle étrangère et représentent 5,8% des visiteurs.
- Le Royaume-Uni représente 2,5% des visiteurs, les britanniques ont augmenté de 20% en 2024.
- La clientèle espagnole est en croissance de 22% / 2023.

Les visiteurs ont aimé

- Les grandes manifestations culturelles et populaires (Festival International Constellations de Metz, Festival Hop Hop Hop, Fêtes de la Mirabelle, Marché de Noël, expositions au Centre Pompidou-Metz) et sportives (Passage de la flamme olympique, actualité du Metz-Handball, FC-Metz).
- Les promenades en bateau, les visites en petit train, et les randonnées dans l'Eurométropole de Metz, en Pays Messin et en Moselle (à pied, à vélo...) ainsi que les lieux de baignade en eau libre.
- Durant la période de l'Avent : l'artisanat et les savoir-faire locaux (arts du verre et notamment les boules de Meisenthal).
- Les guinguettes dans toute l'Eurométropole de Metz.

Répartition des principales clientèles en vis-à-vis



Fréquentation cathédrale

La fréquentation du 1^{er} janvier au 31 décembre 2024 s'élève à 810 451 visiteurs.

	2024	2023	Comparatif 2024/2023
Janvier	36 616	31 616	+15,81%
Février	45 076	39 060	+15,40%
Mars	63 332	35 571	+78,04%
Avril	59 745	71 092	-15,96%
Mai	78 315	65 103	+20,29%
Juin	55 712	55 977	-0,47%
Juillet	65 503	66 708	-4,80%
Août	71 539	81 810	-12,55%
Septembre	51 694	51 855	-0,31%
Octobre	66 878	42 633	+56,87%
Novembre	70 107	49 196	+42,51%
Décembre	147 934	135 844	+8,90%
TOTAL	810 451	726 465	+11,56%



COMMERCIALISATION ET PRODUITS

La boutique poursuit sa mue et intègre toujours plus de nouveautés pour répondre aux attentes des clientèles : 98 produits nouveaux en 2024, créations uniques identitaires du territoire, savoir-faire des artisans locaux ou en accompagnement des grands événements.

Parmi les principales nouveautés

- Monnaie de Paris
- Jeux et activités pour enfant Marc Vidal
- Biscuiterie La Bascule
- Produits Coeur d'Or Messin
- Produits déclinés de la campagne «Noël à Metz »
- Quelques artisans producteurs pour le comptoir de Noël : Modibulle, Paradis des Senteurs, Anaïs Chappron, Confitures de la Hoube

Top 5 des ventes (en CA)

- Billetterie petit train
- Boules de Meisenthal (Kaktus)
- Peluche Graouilly
- Billetterie concert Hugues Aufray
- Carterie



© Agence Inspire Metz

3

démonstrations
d'art verrier

ont eu lieu à l'agence Inspire Metz,
durant le week-end de Pâques,
pour les Fêtes de la Mirabelle
et pour le marché de Noël.

Répartition du chiffre d'affaires 2024 de la boutique par catégories

hors services : timbres, LE MET'

	2024	2023
Total boutique (€)	205 183	182 172
Éditions (€)	19 640	21 177
Souvenirs (€)	57 940	55 584
Produits de bouche (€)	10 200	16 660
Artisanat d'art (€)	51 824	43 036
Prestations touristiques (€)	25 989	24 897
Billetterie (€)	34 395	17 347
Prix moyen (€)	6,94	6,24

Réceptif

2024 est une excellente année pour le Service Réceptif, qui voit à nouveau son CA augmenter, et des réservations pour les produits packagés groupes et individuels en croissance.

CA Pôle Réceptif

incluant visites guidées
et forfaits séjours

483 768 €



La fréquentation, comme le chiffre d'affaires, est en nette hausse en 2024, pour les produits packagés groupes et individuels. Les forfaits groupes pour des associations sont en forte augmentation en mai (clients français et belges), mais aussi en fin d'année. L'offre élaborée pour le marché de Noël a rencontré un grand succès.

De manière générale, la clientèle allemande poursuit son retour en force, de même que la clientèle belge. On note un pic de fréquentation pour les visiteurs en provenance des USA dès l'été et pour la Libération de Metz (novembre).



PROMOTION ET MARKETING

- Participation au salon Festivitas à Mulhouse et au salon CE de Nancy dans le cadre de QuattroPole (grand public et organisateurs de voyages groupes).
- Participation au salon Rendez-Vous France à Toulouse (partage de stand destination Nancy, sur l'espace Grand Est).
- En partenariat avec l'ART Grand Est : éductour multimarchés sur la filière œnotourisme.
- E-mailings ciblés par le Service Réceptif auprès des organisateurs de voyages groupes (avec propositions de séjours saisonnières et brochures), mais aussi des établissements scolaires de l'Eurométropole de Metz.



+ de **160**
thèmes

différents proposés
pour découvrir
l'Eurométropole de Metz

PRODUITS TOURISTIQUES

- Développement du réseau Greeters avec 2 nouveaux « Inspirés de l'Eurométropole de Metz ».
- Visites familles pour Pâques (dont chasse aux œufs), ateliers « patrimoine et création » pour enfants.
- Visites familles « Futur athlète, prêt ? On y va ! » pour les JO.
- Visite pour les 40 ans de Metz-Technopôle.
- Conventonnement avec un nouveau guide pour visite « Metz Entier ».

OBSERVATION TOURISTIQUE & PROSPECTIVE

- 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 GE
- Participation à l'enquête marketing clientèles (partenariat ART GE et Moselle Attractivité) d'avril 2024 à mai 2025
- Participation aux enquêtes ADN Tourisme & Moselle Attractivité (toute l'année)



ÉDITIONS (en synergie avec le Pôle Communication)

- Dossier presse 2024 (FR - GB - D - NL)
- Dossier presse durable 2024 (FR)
- Réédition rallyes découvertes et jeux de piste
- Réédition du plan touristique cœur de ville format A3 (FR - GB - D)
- Réédition plans visites audio-guidées (F - GB - D)
- Brochure groupes 2025 (F - GB - D)
- Brochure hébergement, gastronomie (F - GB - D)
- Brochure plan et animations du Marché de Noël



DIGITALISATION

Mise en place d'un connecteur entre le site de la Ville de Metz et SITLOR pour avoir l'agenda le plus exhaustif possible.

Utilisation de la plateforme Elloha

pour la commercialisation des visites guidées et l'accompagnement des prestataires dans le cadre du dispositif d'ingénierie touristique.

Accompagnements des artisans locaux qui le souhaitent vers une commercialisation sur les plateformes [explore-grandest.com](https://www.explore-grandest.com) et [metzemplettes.eu](https://www.metzemplettes.eu)

En partenariat avec l'ART GE, déploiement des offres sur [explore-grandest.com](https://www.explore-grandest.com) & mailing commun à destination des prestataires du territoire.



COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

- Participation au workshop IMM Trav media à Paris (13.03.24), partenariat Moselle Attractivité.

- Participation au workshop presse ADN Tourisme «Partir en France».

- **Bilan de campagne SNCF Connect :**

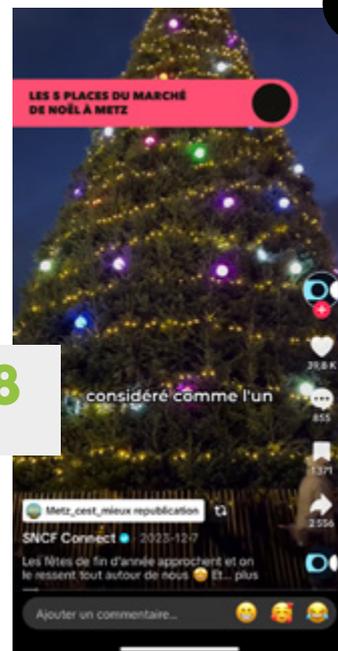
Une opération ciblée sur les clients SNCF Connect sur les cibles Ile-de-France, Hauts-de-France, Grand Est (notamment une offre à partir de 38€ sur Paris-Metz) a eu lieu du 28.10 au 30.11. 2024 dans un double objectif de notoriété et de conversion passagers à destination de Metz.

La vidéo TikTok a obtenu des résultats remarquables, renforçant la visibilité et l'impact global de la campagne.

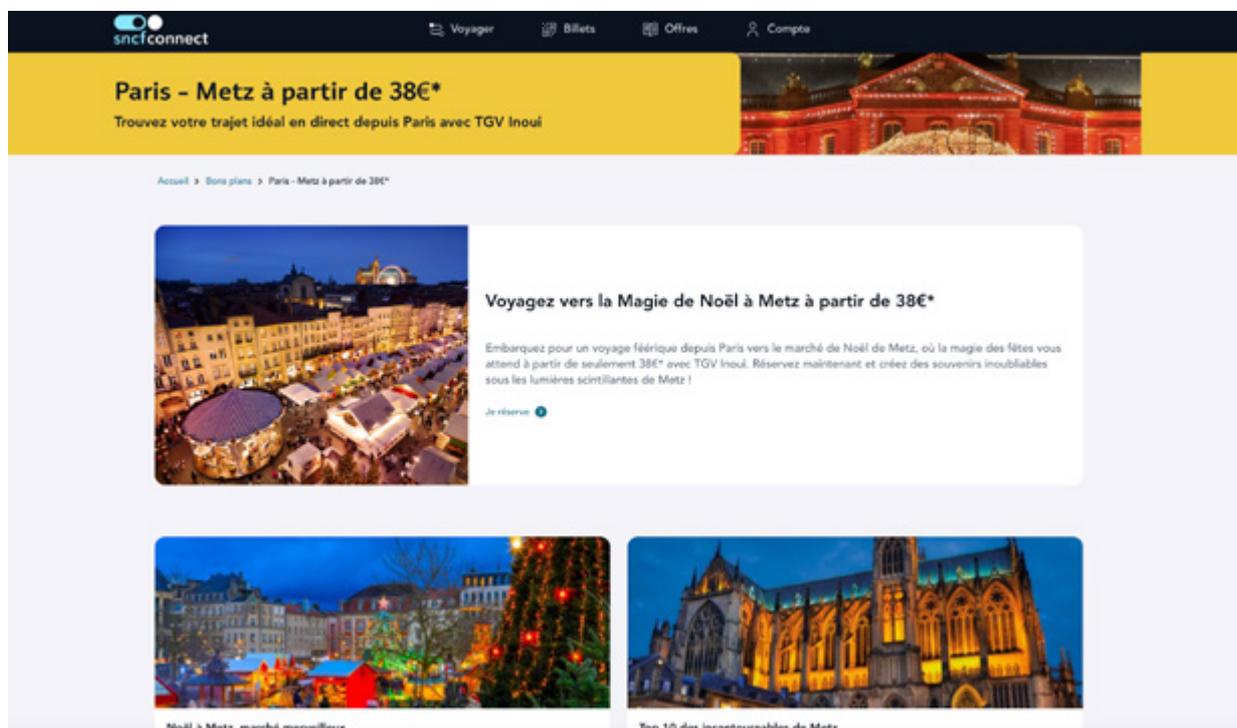
33

journalistes ou influenceurs
accueillis avec le pôle
communication en 2024

(dont Elle Belgique, Saarbrücker Zeitung,
M6, Saarländischer Rundfunk...),



8 768
vues



À retenir :

La conversion de

2207
ventes de billets
vs 1 444 en 2023

DÉVELOPPEMENT DURABLE

■ **Renouvellement et nouveautés :**

Visites mensuelles des serres du jardin botanique, visite du Mont-Saint-Germain, visite du Mont-Saint-Quentin, création en cours d'un circuit sur l'eau dans l'eurométropole, visites à vélo, remparts & jardins...

■ **Partenariats avec la VDM :**

Insertion dans l'agenda bimensuel des seniors (toute l'année), renouvellement de la participation au pass avantages Ville de Metz

■ **Greeters :** poursuite des découvertes avec le réseau (nombre de balades en croissance sur 2024, notamment sur les visiteurs locaux) + extension du réseau avec 2 nouveaux Greeters

■ **En partenariat avec la Ville de Metz et VNF,** travail sur une valorisation du tourisme fluvial / fluvestre

■ **En partenariat avec la Ville de Metz :**

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



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



■ Audits interne (15.11) et de suivi (13.12)
certification ISO 20121 (en synergie avec le Pôle Tourisme d'Affaires)

■ Suivi de la labellisation Destination Innovante Durable et travail sur le bilan des émissions de gaz à effet de serre avec l'Eurométropole de Metz (en synergie avec le Pôle Tourisme d'Affaires)

■ Suivi de la marque «Qualité Tourisme»

■ Travail sur le renouvellement et l'extension du label Ville et Pays d'Art et d'Histoire (en synergie avec l'Eurométropole de Metz)

■ **Semaine des Métiers du Tourisme (en synergie avec le Pôle Attractivité Économique) :** organisation de la 2nde édition avec 20 interventions dans les collèges de la métropole, en partenariat avec l'UMIH et GL Events



PARTENARIATS

■ **Poursuite du partenariat avec la Cité Musicale.**

■ **En partenariat avec l'Eurométropole de Metz :**

participation aux réunions France Urbaine, et au travail sur le fluvial et fluvestre avec VNF » par : animation des groupes de travail, rédaction des fiches-actions et participation au COTECH pour le Schéma de Développement touristique de la métropole, et travail sur le fluvial et le fluvestre avec la VNF.

■ **En partenariat avec l'ART – GE :**
participation aux réunions du club Nova et développement du tourisme durable.

■ **Participation aux réunions du Groupe de Travail Tourisme de QuattroPole.**

■ **En partenariat avec la Ville de Metz :**

accompagnement des temps forts (BellissiMetz, marchés fermiers).

■ **Participation aux travaux de l'ADOT-GE**

(Association des Directeurs d'Office de Tourisme du Grand Est).

■ **En partenariat avec le Club Hôtelier et l'UMIH 57 :**

Organisation de visites mensuelles gratuites pour les prestataires adhérents, observation touristique...

■ **Participation au comité stratégique du pôle tourisme urbain (Atout France) et aux travaux d'ADN Tourisme sur le plan national.**

L'année 2025 s'annonce exceptionnelle pour le développement touristique de la destination. Metz accueillera la cérémonie du Guide Michelin France 2025 (territoire hôte destination Moselle), un événement d'envergure qui renforcera son attractivité gastronomique. Le Centre Pompidou-Metz célébrera ses 15 ans, consolidant son rôle de moteur culturel. L'ouverture du Pavillon de la Biodiversité au Musée de la Cour d'Or - Eurométropole de Metz, enrichira l'offre muséale, tandis que de nouveaux établissements hôteliers, dont la Maison Heler et un nouvel Ibis Styles, viendront dynamiser l'hébergement. Ces atouts stratégiques renforceront la position de Metz comme destination culturelle, gastronomique et durable.

Dans ce contexte, l'Agence Inspire Metz – Office de Tourisme poursuivra en 2025 des actions structurantes, en cohérence avec le Schéma de Développement Touristique métropolitain :

■ **Rayonnement et attractivité** : intensifier la communication en synergie avec le pôle communication, sous la signature « Lumières d'Europe », amplifier les grands événements culturels et sportifs, et renforcer la coopération avec les territoires voisins.

■ **Valorisation du patrimoine et des itinéraires** : développer des circuits thématiques (oenotourisme, savoir-faire locaux) et promouvoir un tourisme de mémoire autour du patrimoine militaire et européen.

■ **Tourisme durable et itinérance douce** : améliorer les infrastructures pour la mobilité douce, renforcer l'offre cyclotouristique et fluviale et mettre en place des parcours nature.

■ **Qualité et accessibilité** : l'agence s'engagera dans le renouvellement des label et marque Tourisme & Handicap et Qualité Tourisme, tout en consolidant la certification ISO 20121 et le label Destination Innovante Durable (avec le pôle Tourisme d'Affaires). Ces démarches renforceront Metz vers l'objectif de « Destination d'Excellence ».

Avec ces ambitions, Inspire Metz inscrira son action dans une dynamique de croissance responsable et durable, au service des visiteurs et des habitants.

2 économie

Une année de transformation et de croissance

L'année 2024 a été marquée par des avancées significatives et des transformations profondes pour l'Eurométropole de Metz. L'engagement d'Inspire Metz au service du développement économique, de l'innovation et de la transition écologique a porté ses fruits, comme en témoignent les chiffres et les initiatives présentés dans ce rapport.

Accompagnement et soutien aux entreprises

Nous avons accompagné 326 entreprises, dont 80 PME et startups, dans leurs projets d'investissement et de transition. Grâce à des dispositifs tels que le Parcours de transformation de la Région Grand Est et l'AMI Rebond Industriel, nous avons aidé les entreprises à identifier des leviers de transformation, à mettre en œuvre des plans d'action sur mesure et réaliser des investissements productifs. Ce soutien a permis de renforcer la compétitivité et la résilience de notre tissu économique local. Retrouvez notre focus Accompagnement avec le témoignage de l'entreprise NIMESIS page 19.

Attractivité et développement économique

L'Eurométropole de Metz continue de se positionner comme un acteur clé au cœur du Grand Est et de la région transfrontalière. En 2024, nous avons réalisé 57 implantations, dont 28 commerces, générant 250 intentions d'embauche. Nos efforts de prospection et de promotion ont également abouti à l'identification de 144 projets fonciers et immobiliers, dont 46 % d'origine locale. 3 implantations à capitaux étrangers et 4 accueils de tournages ont également été obtenus. Ces initiatives renforcent notre attractivité et notre rayonnement économique. Découvrez page 25 notre focus sur le Parc du Technopôle et les dernières implantations d'entreprises réalisées et page 31 notre focus sur l'accueil du tournage des Burgers Volants.

Transition écologique et numérique

L'accompagnement à la transition industrielle, numérique et environnementale reste une priorité. Nous avons initié plusieurs modules transformants, notamment dans les domaines de l'environnement et de l'industrie 5.0. Ces actions visent à préparer nos entreprises aux défis de demain et à les rendre plus performantes et durables.

Événements et sensibilisation

En 2024, nous avons organisé 20 événements de sensibilisation aux enjeux de transformation et d'internationalisation, touchant 465 entreprises. Ces rencontres ont permis de partager des connaissances, de créer des synergies et de mobiliser des dispositifs d'aide pour améliorer la performance des entreprises.

Le Printemps du commerce, par exemple, a rassemblé 170 commerçants autour de thématiques telles que les tendances de consommation, la promotion des métiers et la requalification urbaine comme levier de fréquentation et de consommation. Page 22, nous proposons un focus sur le marché de la seconde main réalisé par l'Observatoire du Commerce et de la Consommation de la CCI Moselle.

Perspectives d'avenir

L'année 2024 a été riche en réalisations et en collaborations fructueuses évoquées également dans le nouveau format du magazine JEEM qui met en lumière les atouts et les attraits du tissu économique de l'Eurométropole de Metz. Nous restons déterminés à poursuivre sur cette lancée, en renforçant notre soutien de proximité aux entreprises et nos compétences d'accueil, en développant notre attractivité, en favorisant les transitions nécessaires pour un avenir durable. Ensemble, continuons à bâtir une Eurométropole de Metz dynamique, innovante et résiliente.

Attractivité économique & développement

Inspire Metz avec son pôle économique, toujours proche et engagée aux côtés des entreprises et des commerces métropolitains pour les aider dans leurs développements, leur installation, l'internationalisation de leurs activités, leurs transitions environnementales, digitales et énergétiques.

ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

Chiffres clés

 **326**
entreprises
rencontrées

(correspond au nombre d'entreprises pour lesquelles au moins un planning et actions ont été enregistrés)

dont

80
PME / Startups suivies
en continu
dans le cadre d'une convention
avec la Région Grand Est


200
accompagnements
renforcés
tous types d'entreprise
et d'activités

dont

33%
de commerces

144
projets fonciers et
immobiliers

identifiés dont 46%
d'endogènes



57
implantations
réalisées
dont 28 commerces
et 250 intentions d'embauche

innovation, foncier, financement, digital,
investissement, environnement, international,
immobilier, RSE, emploi

29 projets
d'investissement
& de transition

Aides et dispositifs mobilisés

25
prescriptions RGE

Parcours de transformation, Grand Est compétitivité, innovation, Artisanat de demain, AMI Rebond Industriel, Fonds de dotation de Mercy, Alizé, Initiative Metz, Parcours de transformation, Artisanat de demain, aide à l'emploi FIFE Région Grand Est.

Expertise dans les transitions

Accompagnement à la transition industrielle, numérique ou environnementale : identification des besoins, préconisation de dispositifs et d'aides, suivi de mise en oeuvre.

TRANSITION / TRANSFORMATION



L'agence Inspire Metz avec Grand Est Développement et la Région Grand Est aident les entreprises à être plus performantes et les appuient dans leurs projets en identifiant des leviers de transformation. Des parcours d'accompagnement sur-mesure sont ensuite proposés selon les besoins de l'entreprise (santé, environnement, numérique et industrie 5.0) ainsi que des plans d'actions.

La Région
Grand Est

Grand Est
Développement
INTERNATIONAL

10
parcours
de transformation

amorçés avec des entreprises
métropolitaines



5
modules
transformants
initiés

3 Environnement
et 2 Industrie

FOCUS accompagnement

Nimesis

“ L'agence Inspire Metz en tant que référent de proximité nous a accompagnés dans la réalisation de plusieurs projets au travers de différents dispositifs :

- Parcours de transformation : Diag 360° + Module transformant Industrie excellence opérationnelle
- Investissement : AMI rebond Industriel
- Recrutement : convention de revitalisation.

Ce soutien de l'agence est une aide précieuse pour accompagner le développement de l'entreprise ”

Alain Hautcoeur, CEO



Cliquez pour
 visionner la vidéo



INFORMATION - SENSIBILISATION

VEILLE

L'agence, référente de proximité des entreprises métropolitaines, organise le dialogue entre acteurs économiques, partenaires et déploie la stratégie métropolitaine et régionale d'animation territoriale du développement économique.

Elle valorise le tissu économique et crée des événements pour informer et sensibiliser les entreprises aux thématiques d'avenir à enjeux, réalise une veille économique, facilite la mobilisation de dispositifs, compétences et aides pour leur permettre d'être plus performantes.

NOUVEAU MAGAZINE JEEM

— Anciennement sous forme de journal, le nouveau magazine économique met en lumière la vie des acteurs économiques de l'Eurométropole de Metz.

Les Indicateurs ont pour source l'INSEE, Banque de France, URSSAF Lorraine.



ÉVÉNEMENT DE SENSIBILISATION

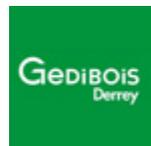
20
événements
de sensibilisation
organisés



465
entreprises
sensibilisées



Atelier RSE –Gédibois



Atelier commande publique



PRINTEMPS DU COMMERCE #2

DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

— Printemps du commerce #2

170 commerçants ont participé.

Tendances de consommation et offre commerciale métropolitaine, recrutement et formation, réenchantement de la rue Serpenoise et la destination sportive métropolitaine comme levier de développement économique.

— Invité d'honneur en cette année des JO 2024 : David DOUILLET.



OBSERVATOIRE DU COMMERCE MÉTROPOLITAIN

Contribution à la réalisation du Schéma de développement commercial de l'Eurométropole de Metz.

Etude des zones commerciales de l'Eurométropole de Metz et étude de la consommation avec l'Observatoire du commerce et de la consommation de la CCI Moselle.

Le commerce en Moselle attire & génère

700 M€

annuels par des consommateurs hors département

Taux d'attraction interne des ménages de l'EMM*

75%

8%

de hausse du marché annuel de consommation (tous produits) des ménages de l'EMM*

Les secteurs les plus porteurs

- alimentaire
- équipement de la maison
- produits culturels et de loisirs
- hygiène santé beauté
- boulangerie

4 340
établissements implantés sur le territoire de l'EMM*

19 200
salariés dont 12 400 rien qu'à Metz

12 400
à Metz

- **Forte progression de la vente en ligne dans les achats non alimentaires des ménages de l'Eurométropole de Metz** : représente 18% des dépenses, à égalité avec les commerces de - de 300m².

- **Pour les achats alimentaires**, les ménages ont repris leurs habitudes d'avant crise sanitaire et les formes de vente fréquentées en 2024 sont identiques à celles observées dans la précédente enquête de 2019.

- Evasion commerciale

Les 4 premières destinations d'achats hors Eurométropole de Metz en 2024 :

- La vente à distance avec 10% de dépenses des ménages
- CC Rives de Moselle : 7%
- CC Mad et Moselle : 4%
- Luxembourg : 2%

Focus

commerce

seconde main

Le marché de la seconde main représente 41 M€ de dépenses

Essentiellement en équipement de la personne : 15 M€ et de la maison : 14 M€.

Les transactions s'effectuent pour moitié dans la vente à distance, suivie des grandes surfaces (24%).



DISPOSITIFS, APPEL À PROJETS (APP)

ET LES APPELS À MANIFESTATION D'INTÉRÊT (AMI)

À DESTINATION DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Identification du concours « plus beaux centres-villes commerçants et sportifs » organisé par les Vitrites de France.

Aide à la candidature de la Ville de Metz et palmarès : le consortium Ville de Metz, Eurométropole de Metz et Fédération des commerçants, a remporté le prix du plus beau centre-ville commerçant et sportif dans la catégorie des villes de plus de 100 000 habitants, avec la photographie intitulée « Le FC Metz et son Graouilly enflamment les commerces de la rue Taison ».

OFFRE ÉCONOMIQUE

& DÉVELOPPEMENT DES ZAE



© L. Rothan

VUE AÉRIENNE

DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

RECHERCHES IMMOBILIÈRES ET FONCIÈRES

Exemples de recherches foncières ayant abouti à une nouvelle implantation :

— **FRESCATY**

GD Fermetures sur le Plateau de Frescaty

— **MERCY**

Laboratoire CYPATH (1000 m² de bâti)

— **MARLY-BELLEFONTAINE**

Comptoir Dentaire Lorrain
& Maison STELLA



144

projets immobiliers accompagnés dont

- 100 endogènes
- 40 nationaux
- 4 internationaux

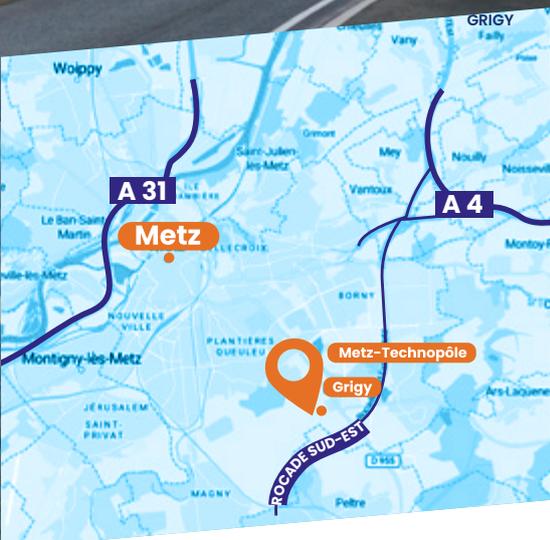


57

projets immobiliers réalisés

FOCUS Zone d'activité

Parc du Technopôle



Caractéristiques :

10 entreprises

actuellement en activité
& près de **350 emplois**
(Sysco et Sequoia étant les 2 plus gros employeurs)

Périmètre de la ZAC : 54,7 hectares

Le programme global prévisionnel des constructions : 230 000 m² dont :

- **Tertiaire** : 135 000 m²
- **Production** : 40 000 m²
- **Commerces & services** : 5 000 m²
- **Habitat** : 50 000 m²

Commercialisation foncière en 2024 par Inspire Metz

27 600 m² de foncier pour des activités de production

Nouvelles implantations économiques sur le Parc du Technopôle :

- KAR Nord France (ÜLKER, Turquie) :

distribution de produits d'épicerie pour les grandes surfaces importés de Turquie. 1 site implanté en région parisienne. Implantation d'un site logistique de 13 600 m² à Metz pour la distribution en Grand-Est.

- KARM AGENCEMENT : déjà implanté sur la zone. Projet d'extension sur une parcelle de 14 000 m².

8 projets d'implantation à l'étude apportés par Inspire Metz : activités tertiaires et de production représentant un peu plus de 20 000 m² de foncier. On notera par ailleurs le renforcement de l'offre de formation métropolitaine avec l'arrivée sur le

Parc du Technopôle de l'Institut en Innovation.

Logistique I2L, école d'ingénieurs :

établissement d'enseignement supérieur technique privé spécialisé dans les domaines de la formation, de la recherche, de l'innovation et de l'entrepreneuriat appliqués à la logistique : <https://www.institut-innovation-logistique.fr/>



Restant à commercialiser : 17 200 m² pour des activités tertiaires uniquement.

Retrouvez l'actualité des zones dans notre magazine économique rubrique « Sur Zone »



REQUALIFICATIONS URBAINES

Contribution au projet de requalification commerciale des Halles Sollac, de Woippy, à la recherche de repreneurs pour le site Auchan de Woippy, au programme de requalification de l'ensemble immobilier du magasin Printemps en centre-ville de Metz, accompagnement à l'achat de Metzanine par HMarket et contribution au projet de foncière pour le centre-ville de Metz.

PROMOTION PROSPECTION ATTRACTIVITÉ

L'agence avec son pôle économique affirme la place de l'Eurométropole de Metz et de la Région Grand Est au cœur de l'Europe pour renforcer son rayonnement et son attractivité économique.

Le pôle fait connaître la destination économique métropolitaine et régionale via des participations à des salons spécialisés en France et à l'international et à des positionnements du territoire pour capter et accueillir des projets à capitaux étrangers identifiés par Grand Est International et par le réseau des World Trade Centers.

Prospection Salons :

Prospection de projets d'implantation (toutes activités confondues) pour l'Eurométropole de Metz :

- **SIEC**: 15 contacts
- **SIMI**: 12 contacts qualifiés dont 4 enseignes commerciales
- **MAPIC**: 15 contacts dont 3 projets d'installation
- **Salon de la franchise** : 21 franchises ont été rencontrées dont 3 qui cherchent activement une implantation à Metz et 1 en cours d'installation



14
Salons
professionnels



6
en tant
qu'exposants

SITL, SIMI, Show Industrie, MAPIC,
Salon Go, Salon des Tournages



Prospection d'IDE (Investissements Directs Étrangers)

avec Grand Est International
World Trade Center



WORLD TRADE CENTER®
METZ-SAARBRÜCKEN



Grand Est INTERNATIONAL
Développement

15 positionnements effectués



3 visites

1 promotion renforcée en Allemagne

Silicon Saxony, Dresden



1 implantation réussie à capitaux luxembourgeois

dans le secteur des Industries Créatives et Culturelles

PICTURE FACTORY



Fabrique D'IMAGES

1 implantation d'un groupe japonais

dans le secteur de la santé

KINBOSHI



Brilliant Together
KINBOSHI

ACTION INTERNATIONALE ET TRANSFRONTALIÈRE

En partenariat avec :



Conférence
transfrontalière



Business Lunch
Spécial Allemagne



Visite de la Plateforme Lidl



35 ANS DU WTC



Animation, sensibilisation à l'international

6^e édition de la Conférence transfrontalière sur les mobilités, le 6 juin.

Tables rondes et regards croisés de différents experts de la Grande Région sur le thème de la décarbonation du transport aérien et des stratégies d'avenir des aéroports de la Grande Région.

Focus sur le marché allemand : Organisation d'une série d'événements « Du Grand est vers l'Allemagne ».

Visites d'entreprises locales à capitaux étrangers : visite de la plateforme logistique de la Direction Régionale du Groupe Lidl France à Montoy-Flanville en Moselle et une visite de l'Usines Claas France de Woippy.

Accueil de délégations étrangères
Ukraine,
Cambodge,
Kansas City USA.

Célébration des 35 ans du WTC.



MISSION D'ACCUEIL

DES NOUVEAUX ARRIVANTS

- **Offre de solutions de logement** en lien avec les agents immobiliers
- **DEPAFI** : recherche immobilière pour 9 collaborateurs
- **Accueil nouveaux collaborateurs** : Claas, Ensam, BGE, CPM, LIVEA / 5 entreprises accompagnées
- **Accueil de nouveaux arrivants** dans les communes de l'Eurométropole de Metz et au sein de la Base de Défense Nord-Est (Armée)

5 cérémonies en Mairies

Longeville-lès-Metz / Woippy / Marly / Fey / Metz

- **Finalisation Guide Nouveaux arrivants** en synergie avec le pôle communication

ACCUEIL ÉTUDIANTS

- **Co-organisation avec l'Eurométropole de Metz et le Département de la Moselle de la soirée des Grandes Ecoles**
938 étudiants
- **Organisation d'un job dating étudiants**
+ de 200 étudiants présents
+ de 300 offres d'emploi

- **Partenariat sur de nombreux projets/événements** :
Metz l'Event, Welcome Days, Webapp, Echanges gourmands, Stage en poche



Welcome Days



Job dating



ACCUEIL DES TOURNAGES

Tournages accueillis dans l'Eurométropole de Metz :

- « **Dans la Boue** » : Court métrage sur la guerre 14-18 / 5 jours de tournage à FEY (champs) fin octobre-début novembre.

- « **Un pied dedans** » : Court métrage comédie musicale folk / 7 jours de tournage à METZ (rues centre-ville + studio d'enregistrement) mi-décembre.

- **4 tournages soutenus :**

Enveloppe de 35 000 euros totalement utilisée

- « *Dans l'eau* » (projet 2023 – 16 000 €) ;
- « *Les Burgers Volants* » (8 000 €),
- « *Dans la boue* » (5 000 €)
- et le documentaire sur l'Opéra Théâtre (6 000 €).

- Nouveau partenariat avec Kino Mirabilis : journées de rencontres audiovisuelles.

- **Événements :**

Soirée d'inauguration de la Fête du court Métrage, Festival « *Les Petits Claps* », FUDGE, Festival International du Film Industriel (FIFI).

3 Avant-premières : *Pari.s* (04/07), *Par Amour* (02/12), *Leurs enfants après eux* (15/11).

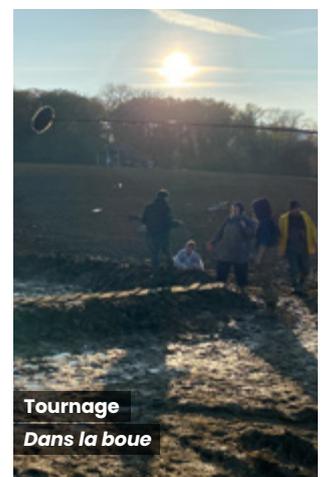
Mise à jour du carnet de Tournages en synergie avec le pôle communication.



Avant-première
Par amour



Avant-première
Jouer avec le feu



Tournage
Dans la boue



Tournage
Les burgers volants



Avant-première
Pari.s

FOURMI ROUGE et arte présentent

Les Burgers volants

Une comédie interactive diffusée en direct sur Twitch et YouTube

réalisée par Camille Duvelleroy

À vous de choisir !

arte

FOURMI ROUGE

CNC

La Région Grand Est

Bureau des Images Grand Est

INSPIRE



ANGOA

PROCIREP

Focus Tournage

Les Burgers Volants

Long métrage interactif et tourné en direct à Bliiida à Metz (restaurant l'Amour food + cour)

Comédie en direct et interactive sur Twitch le 10/10/2024

Témoignage

« Nous avons bénéficié d'un accueil exceptionnel pour notre tournage à Metz. Que ce soit en amont ou pendant le direct, nos interlocuteurs se sont rendus disponibles pour nous offrir un cadre de travail optimal. DE la recherche de décor en passant par la couverture par la presse de notre film, nous avons été soutenus tout au long pour que notre événement soit un succès. Par ailleurs, nous avons tous sentis un profond enthousiasme des équipes du pôle tournage de l'Eurométropole de Metz, et cela fut très agréable dans un contexte de grand stress provoqué par la préparation de notre direct. Un grand merci à celles et ceux qui se reconnaîtront ! »

Fabien GIURGIU,
Producteur de Fourmi Rouge



EUROMÉTROPOLE DE METZ
**EXPÉRIMENTEZ
UNE NOUVELLE
DESTINATION...**

• 85 MIN. DE PARIS 

**& ORGANISEZ
VOS ÉVÉNEMENTS
À METZ !**



©Inspire Metz / Photographie : Studio Huszenot

Terrasse de l'Opéra Théâtre - Eurométropole de Metz avec vue sur la Cathédrale de Metz.
Artistes du corps de ballet de l'Opéra Théâtre.



Contact : Agence Inspire Metz

Pierre-Jean Guerra / Directeur du Bureau des Congrès
+33 (0)3 87 16 96 85 pjguerra@inspire-metz.com



3 Congrès

L'année 2024 confirme le dynamisme et l'attractivité de la destination d'affaires Eurométropole de Metz.

Après une année 2023 consacrée en grande partie à la création du salon The MIX, 1^{er} salon professionnel transfrontalier du tourisme d'affaires, une promotion- prospection accrue a été mise en place tout au long de 2024.

En effet, en plus des salons professionnels et workshops reconduits généralement chaque année, de nouvelles opérations ont été testées en autonomie ou en partenariat avec des acteurs locaux. **La destination d'affaires a donc été représentée plus souvent en 2024, dans davantage de salons et workshops que les années précédentes.** Le Convention Bureau (Bureau des Congrès) a ainsi été exposant sur les salons Heavent Cannes en mars, Pure Meetings & Events en septembre, et IBTM à Barcelone en novembre. Nous avons également été présents sur le workshop Event Days à Deauville en octobre et sur l'opération spéciale organisée par l'agence Inspire Metz à Paris en octobre.

En parallèle de ces opérations de promotion – prospection en présentiel, un programme de communication dans la presse professionnelle spécialisée a également été mis en place. La destination d'affaires a donc été davantage visible dans un nombre important de magazines, dont plusieurs pour la première fois en 2024 : Meet & Travel Mag, Tendances Nomade, Ecoréseau Business, Business Event, Meet In.

Cette visibilité accrue dans les salons professionnels et les médias spécialisés a porté ses fruits puisque le nombre de demandes traitées par le Convention Bureau a augmenté de 35% par rapport à 2023. Les organisateurs d'évènements professionnels ont donc davantage sollicité les services d'Inspire Metz.

Ces demandes ont porté en majorité sur des évènements d'entreprises, avec une jauge inférieure à 250 personnes et qui se sont déroulés en 2024. Cela signifie que les organisateurs se sont décidés rapidement pour le choix de leur destination ce qui est nouveau, et ce même s'ils ont attendu souvent tardivement pour faire leur demande.

Enfin **le Convention Bureau, en partenariat avec le pôle Office de tourisme a continué de travailler tout au long de l'année sur le volet responsable de l'agence et de la destination.** En effet, les audits de suivi de la certification ISO 20121 et du label Destination Innovante Durable ont été passés avec succès, prolongeant ainsi pour la dernière année le cycle de 3 ans, avant leur renouvellement en 2025.

Développement MICE*

*Meetings, Incentive, Conferences, Exhibitions / Events

139

demandes traitées
directement
par le pôle



51%

de ces demandes
ont abouti,
40% n'ont pas abouti
9% sont encore en attente de réponse

- Une hausse de 35% par rapport à 2023
- Un taux élevé de concrétisation des demandes de 51% (soit 71 événements confirmés)
- La majorité des demandes concerne des événements locaux - régionaux (60%), corporate issus d'entreprises (49%) ou avec une jauge inférieure ou égale à 250 participants (74%).

LES PROJETS CONVERTIS

Les 51% de demandes converties représentent 70 événements signés, émanant d'entreprises à 49% puis d'associations à 43%.

La jauge de ces projets est pour 74% d'entre eux, inférieure ou égale à 250 participants. Les événements de plus de 300 personnes sont en hausse par rapport à 2023 et atteignent 16%.

Le changement important en 2024 est la durée des événements : la majorité (59%) ne dure que 1 jour. Ce sont des séminaires n'engendrant donc pas de nuitée. Le reste des événements se répartit sur une durée de 2 jours, soit 1 nuitée (21%) et 3 jours et plus, soit 2 nuitées et plus (10%).

41% des événements signés engendrent donc au minimum 1 nuitée.

Le rayonnement de ces événements signés est le même qu'en 2023, à savoir : une majorité

d'évènement avec une participation locale-régionale (60%), puis 30% d'évènements nationaux et 10% d'évènements internationaux.

La majorité de ces événements se sont déroulés en 2024 (61%) et les 41% restants se dérouleront en 2025. Ces derniers chiffres montrent une visibilité à relativement court terme : les organisateurs d'évènements professionnels ne se projettent pas dans le temps. Cette méfiance ou frilosité peut être due à plusieurs facteurs dont le contexte politique instable, une incertitude économique et financière,...

Le secteur de l'évènementiel professionnel est généralement l'un des premiers à subir les conséquences d'un contexte global instable ou incertain.

LA PROMOTION PROSPECTION EN 2024

Le nombre de salons et workshop auxquels le Convention Bureau a participé cette année est important. La promotion-prospection a été un axe prioritaire d'actions afin de donner davantage de visibilité à la destination sur le plan régional, mais aussi national et international. Ces opérations sont faites en autonomie ou en partenariat : Metz Evènements est le partenaire historique depuis plusieurs années ainsi que l'agence Régionale du Tourisme Grand Est.

Mais en 2024 un nouveau partenariat a été noué avec Maison Heler dans la perspective de l'ouverture de l'hôtel du même nom, prévue en 2025.

Ces partenariats permettent une complémentarité dans la représentation de la destination. Ils permettent aussi de partager les coûts, souvent importants pour être exposant sur un salon ou workshop. L'agence Inspire Metz a renouvelé en 2024 l'opération spéciale de promotion, créée en 2023 dans la maison de la région Grand Est à Paris, mise à disposition à cette occasion. Cette opération 2024 a été plus importante car elle a comporté 2 temps : une 1^{er} consacré au tourisme d'affaires sur le temps d'un cocktail déjeunatoire et une 2^e dans l'après-midi consacré au tourisme de loisirs avec la promotion des marchés de Noël auprès de journalistes nationaux.



5

ÉVÉNEMENTS DE PROMOTION À LA UNE

- **Salon Heavent à Cannes,**
du 26 au 28 mars en partenariat avec Metz Evènements : **50 rendez-vous réalisés**
- **Pure Meetings & Events à Paris,**
le 16 septembre en partenariat avec Maison Heler : **17 rendez-vous réalisés**
- **Opération spéciale de l'agence Inspire Metz à Paris**
Le 3 octobre, en partenariat avec Metz Evènements : **13 contacts réalisés**
- **Workshop Event Days à Deauville**
du 14 au 15 octobre : **15 rendez-vous réalisés**
- **IBTM à Barcelone**
du 19 au 21 octobre : **20 rendez-vous réalisés**



La destination d'affaires a été très présente dans la presse professionnelle spécialisée : plus de 10 insertions pleine page ont été réalisées dans 5 magazines différents. Des articles complets sur la destination ont également paru au cours de l'année dans plusieurs de ces revues professionnelles.

En parallèle de ces actions, des campagnes d'emailing et de phoning ont été réalisées à différents moments de l'année : 200 messages de prospection ciblée ont été envoyés en 2024.

Enfin une campagne de communication très ciblée a été mise en place pendant plusieurs semaines sur le réseau social professionnel LinkedIn afin de communiquer auprès de « décideurs », organisateurs potentiels d'évènements professionnels.

Le Convention Bureau, avec l'appui du pôle communication, a réalisé plusieurs candidatures pour l'accueil de congrès : la Fédération des Usagers de la Bicyclette (FUB), la Fédération Européenne des Journalistes (FEJ), les Assises de l'association des financiers, gestionnaires évaluateurs des collectivités territoriales (AFIGESE), la Fédération Française des Masseurs Kinésithérapeutes (FFMKM),...



DÉMARCHE RESPONSABLE

Comme chaque année depuis son obtention, la certification ISO 20121 fait l'objet d'un audit de suivi le 13 décembre. Un audit interne a également été réalisé pour cette norme le 15 novembre.

L'opération de promotion de l'agence Inspire Metz à Paris, réalisée le 3 octobre, a été audité dans ce cadre.

La certification a été reconduite pour la dernière année du cycle de 3 ans.

La labellisation Destination Innovante Durable obtenue, comme la certification ISO 20121 en 2022 n'a pas fait l'objet d'audit de suivi (programmé en 2025), mais plusieurs actions ont été réalisées dans ce cadre par les équipes du Convention Bureau et de l'Office de tourisme qui pilotent cette thématique du développement durable (partenariats divers, opération défi j'y vais 2024, action Zéro déchets dans la nature,...).



**Opération «Zéro déchet»
par l'Agence Inspire Metz**



UN ÉTÉ À METZ

pour s'amuser



La Porte des Allemands

Le Graouilly rue Talson

Parade nocturne de la Fête de l'eau

Lumières
d'Europe



tourisme-metz.com

© Agence Images Metz © Luc Bervus © Philippe Gosselwech / Ville de Metz
LUB AGENCY RCS : Lyon B 663 397 807 - Visi' d'arrivage, Lyon - SIRET : 683797907

4 Communication

En 2024, le pôle communication a poursuivi sa stratégie de développement de la notoriété de l'Eurométropole de Metz et de ses 46 communes, avec la réalisation de nombreux supports print et digital (actualités, posts, newsletters, vidéos, brochures, flyers, cartes, invitations, dossiers de candidature, dossiers de presse...), la coordination et/ou organisation d'événements & salons et la réalisation de diverses campagnes de communication dans les 3 domaines d'activités d'Inspire Metz (tourisme, tourisme d'affaires et attractivité économique).

Une communication digitale renforcée au service des communes.

Afin de poursuivre la promotion des richesses de notre territoire, 46 nouvelles vidéos touristiques intitulées « L'instant commune » ont été diffusées lors de l'été 2024, avec un format plus court et actuel sous la forme d'anecdotes. Lors de l'été 2024, le pôle communication, en lien avec le pôle tourisme, a renouvelé cet exercice avec la réalisation de 23 vidéos proposant 2 nouveaux parcours thématiques (le tourisme de mémoire et les coteaux) qui seront diffusées lors de l'été 2025.

Une nouvelle série vidéo économique : « Je m'installe/je me développe/j'innove » présentant des entreprises de l'Eurométropole de Metz a également été initiée et la série « L'instant Talent » s'est poursuivie.

La création d'une nouvelle série de visuels « Eurométropole de Metz - Expérimentez une nouvelle destination & organisez vos événements à Metz ! » a permis le renouvellement des images et éléments de langage de la destination de tourisme d'affaires.

Des grandes campagnes partenariales pour engendrer des retombées économiques directes et renforcer le rayonnement du territoire.

À l'instar des années précédentes, l'agence a piloté des campagnes partenariales touristiques d'envergure à destination des cibles prioritaires.

La campagne estivale « Un été à Metz... pour s'amuser, pour vibrer, pour s'enflammer ! » déclinait 3 visuels qui proposaient des activités/expériences à réaliser dans l'eurométropole.

La seconde campagne concernait la communication du marché de Noël à Metz. Comme chaque année, l'agence a également pris part à la communication exogène du Festival International Constellations de Metz.

« Noël à Metz », une marque qui fait gagner l'eurométropole en notoriété

L'agence a travaillé sur la création d'une nouvelle charte pérenne de la marque « Noël à Metz, marché merveilleux ». Les visuels de la campagne ont permis de présenter la destination Noël avec des éléments emblématiques et singularisants. Les indicateurs issus du bilan de la campagne du Marché de Noël à Metz sont très positifs suite notamment à la forte visibilité dans le métro parisien (365 faces pour plus de 100 millions de contacts publicitaires).

L'année 2024 a permis de fédérer les partenaires et acteurs locaux autour d'une communication originale, souvent décalée selon les cibles et de se projeter vers **une année 2025 qui sera placée sous le signe des transitions et de l'innovation.**

Communication et promotion

Une année encore décalée et révélatrice des talents & atouts du territoire

de nombreux visuels ou brochures renouvelés et de nouvelles réalisations, notamment pour le tourisme d'affaires, et des vidéos toujours décalées, marque de fabrique de l'agence.

Au niveau du marketing territorial, **l'année 2024 a été à nouveau très chargée avec les 3 grands temps forts des grandes campagnes de communication** : Campagne estivale, Festival international Constellations de Metz et le Marché de Noël à Metz, toujours menées avec le soutien des partenaires et en complémentarité avec les acteurs et institutionnels locaux.

SALONS ET ÉVÉNEMENTS

Comme chaque année, en lien avec les pôles Attractivité Économique, Tourisme et Tourisme d'affaires :

SIMI, salon de l'immobilier d'entreprise

à Paris, qui s'est déroulé du 10 au 12 décembre 2024 : travail partenarial de préparation du salon avec Moselle Attractivité, Lorr'up et pour la 1^{ère} année avec le Grand Reims sous la bannière Grand Est et réalisation des supports et communication.



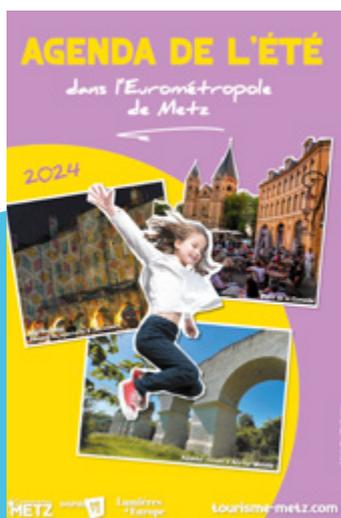
Pour l'ensemble des événements de l'agence : aide à la préparation, création de visuels et/ou de vidéos, coordination presse, suivi photos et modération sur les réseaux sociaux : Printemps du Commerce de l'Eurométropole de Metz (remise à jour visuels et flyers, réalisation d'une vidéo teasing, goodies, presse...), événements Inspire Metz/World Trade Center / jobs dating/ Semaine des métiers du tourisme pour la seconde édition...

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION PAR MÉTIERS

- Réalisation du rapport d'activités 2023 de l'agence.
- Création de visuels publicitaires divers pour les 3 métiers (invitations, flyers...) avec une stratégie d'information en cohérence avec les grands enjeux de l'Eurométropole de Metz.
- Réalisation du dossier de presse 2024 de la destination touristique ainsi que les versions étrangères.
- Travail sur la charte graphique de l'agence.

TOURISME

- Remise à jour du plan touristique format A3 et du livret du City Pass, réalisation de cartes pour la boutique, création du catalogue des produits de la boutique, remise à jour de la brochure jeune public ainsi que celle du toutourisme.



- Réalisation des Calendriers mensuels des visites de l'Office de Tourisme.
- Préparation du support touristique digital « Agenda de l'été des événements dans l'Eurométropole de Metz » en lien avec les 46 communes.

TOURISMED'AFFAIRES

- Réalisation de dossiers de candidature de congrès pour le pôle tourisme d'affaires.
- création d'une nouvelle série de 3 visuels « Eurométropole de Metz - Expérimentez une nouvelle destination & organisez vos événements à Metz ! » permettant le renouvellement des visuels et éléments de langage pour diffusion dans des supports print spécialisés. et sur les réseaux sociaux (campagne sponsorisée sur LinkedIn)...



ECO/WTC

- Réalisation du guide des nouveaux arrivants.
- Réalisation de supports, visuels divers et aide à la communication.
- Remise à jour ou création de divers supports.
- JEEM : coordination des numéros 14, 15 et 16 (spécial commerce), préparation du nouveau marché pour une formule version magazine et accompagnement sur le 1^{er} numéro de la version magazine.
- Remise à jour du Carnet de tournages et création du Guide d'accueil des nouveaux arrivants (80 pages).
- Réalisation d'opérations en lien avec divers partenaires tels que la Fédération des commerçants de Metz.



PRESSE / PHOTOS/VIDÉOS ET AUTRES :



– « **L’instant Talent** » : la série s’est poursuivie sur les réseaux sociaux pour mettre en lumière les talents du territoire avec un nouvel habillage.

Le concept : réaliser une courte vidéo d’un talent d’un des 3 métiers de l’agence, en lien avec l’actualité du territoire, pour diffusion également dans la newsletter.

Cette rubrique est également déclinée dans le « jeem ».

Les talents : *Massimo Riggi* à l’occasion de la Fête du court métrage, *Souffleurs de Rêve* pour Pâques, *Chiara Parisi* en lien avec l’interview dans la rubrique Talent de Jeem, la semaine des métiers du tourisme avec *Manon Dolata* et *Nicolas Rapenne* (El Théatris/adhérent), *Valérie Siebenborn* capitaine du Metz’O, *Charles Coulombeau* nouveau chef au restaurant du Centre Pompidou-Metz. Mais aussi *Morgane Giannangeli*, créatrice de Gabi Infini, *Laurent Buonvino*, Président du WTC Metz-Saarbrücken, *Olivier Paris* du restaurant Timilia, *Patrick Thill* pour Les 10 ans de la BAM, *Mélanie Eyl* – Responsable de l’atelier costumes de l’Opéra-Théâtre, *NIID* de Constellations et *Ludovic Depp* – Gérant d’Hyfen, *Paolo Del Vecchio* – artiste résident au FC Metz.

– **Le travail important sur la création d’une photothèque** avec des entrées par métier. L’occasion de répertorier les besoins et de programmer des séances photos y compris lors de l’année 2025.

– **Réalisation de tableaux de bord avec les principaux indicateurs par métier** des sites internet et réseaux sociaux.

– **L’instant Commune** : tournage réalisé durant l’été 2024 avec la création d’une nouvelle série de vidéos.

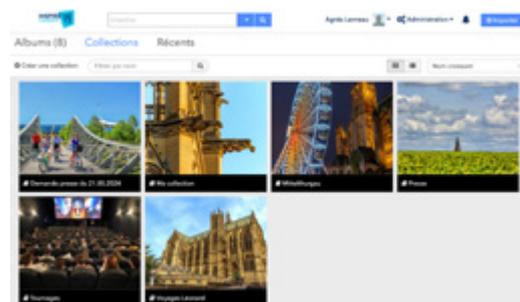
Dès l’été 2023 une première série de vidéos touristiques des communes de l’Eurométropole de Metz avait été réalisée par le pôle communication d’Inspire Metz en interne.

– **Réalisation de reportages photos et vidéos en interne et animation des différents comptes de l’agence sur les réseaux sociaux avec des temps forts** : St Valentin, Pâques, campagne estivale, Constellations, Marché de Noël...

Pour Tik Tok, un travail a été mené avec une stagiaire pour tester de nouveaux formats et sujets de vidéos. Elle a également réalisé une enquête diffusée auprès des étudiants pour en savoir plus sur leurs utilisations du réseau et leurs attentes.

115

CONTENUS VIDEOS RÉALISÉS EN 2024



Afin de poursuivre la découverte et la promotion des richesses de notre territoire initiées en 2023, 46 nouvelles vidéos intitulées « L'instant communes » ont été diffusées sur les réseaux sociaux et sur le site tourisme, lors de l'été 2024, avec un format plus court et actuel sous la forme d'anecdotes.

46

NOUVELLES VIDÉOS «INSTANT COMMUNES» RÉALISÉES

23

VIDÉOS

2 THÉMATIQUES

TOURISME DE MÉMOIRE

Amanvillers

~ Fort

Ars-sur-Moselle

~ Fort Driant

Gravelotte

~ La Halle du souvenir

Le Ban-Saint-Martin

~ La Tour Bismarck

Lorry-lès-Metz

~ Batailles à travers l'histoire

Marly

~ Le crash du Lancaster

Metz

~ Fort de Queuleu

LES CÔTEAUX

Châtel-Saint-Germain

~ Au cœur du canton des coteaux de Moselle

Jussy

~ Ancien village de vigneron

Lessy

~ Village perché sur le Mont St Quentin

Longeville-lès-Metz

~ La nature sous toutes ses formes),

Plappeville

~ De vignes en lavoirs

Rozérieulles

Noisseville

~ La bataille de Noisseville-Servigny

Pornoy-la-Chétive

~ De la destruction à la renaissance

Roncourt

~ Les combats de Septembre 1944

Saint-Privat-la-Montagne

~ Entre mémoire et résilience

Saint-Julien-lès-Metz

~ Fort

Vernéville

~ l'empreinte de la guerre de 1870

Woippy

~ Fort Gambetta

~ Un tableau bucolique

Sainte-Ruffine

~ Un village habité depuis le néolithique

Scy-Chazelles

~ Village avec vue !

Vaux

~ Entre vestiges et tradition viticole



Durant l'année 2024, une nouvelle série de vidéos a été à nouveau réalisée par le pôle communication (en interne) avec 2 parcours thématiques sur 23 communes de l'eurométropole :

Les vidéos seront diffusées sur les pages des communes sur le site tourisme-metz.com et sur les réseaux sociaux (lors de l'été 2025). En 2026, 2 autres circuits thématiques seront réalisés sur les 23 autres communes.

MARKETING TERRITORIAL & GRANDS PARTENARIATS

Le bilan des grandes campagnes de communication 2023 a permis d'affiner à nouveau les **personas (cibles marketing)** du territoire et de déterminer notamment les pics de fréquentation du site tourisme afin de préparer les nouvelles prises de parole médiatique avec les partenaires dans le cadre de la stratégie de mutualisation.

FESTIVAL INTERNATIONAL CONSTELLATIONS DE METZ

Travail avec la Ville de Metz et l'Eurométropole de Metz sur la campagne de communication de l'événement et gestion du média planning sur la cible exogène.



Affichage Métro - Lille



Affichage Métro - Paris



CAMPAGNE ESTIVALE PARTENARIALE 2024

PROMOTION DE LA DESTINATION DE L'EUROMÉTROPOLE DE METZ

A l'instar des 4 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 à destination des cibles prioritaires : Grand Est, Paris-Île-de-France, Hauts-de-France, pays frontaliers (Luxembourg, Belgique et Allemagne et 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, Centre Pompidou-Metz...).

L'objectif : faire venir les visiteurs et les touristes pour générer un maximum de retombées économiques sur le territoire (hôtellerie, restaurants, cafés, commerces, ...).

À noter cette année, la CMA 57, qui avait déjà participé à la campagne du Marché de Noël à Metz, a souhaité soutenir la campagne estivale en tant que partenaire sur la partie digitale.



Le média planning a repris les supports qui ont fait la réussite des prises de parole des précédentes campagnes : print (affichage y compris dans le métro parisien) et digital (réseaux sociaux et display). Destinée aux cibles prioritaires de la destination touristique, la campagne a été diffusée du 10 mai jusqu'à la fin juin avec une relance pendant l'été. Nationale et européenne, cette campagne a été traduite en allemand et en néerlandais. Suite aux bons résultats sur Francfort à Noël (la cible allemande étant une cible prioritaire), l'affichage a été renouvelé en gare de Francfort.

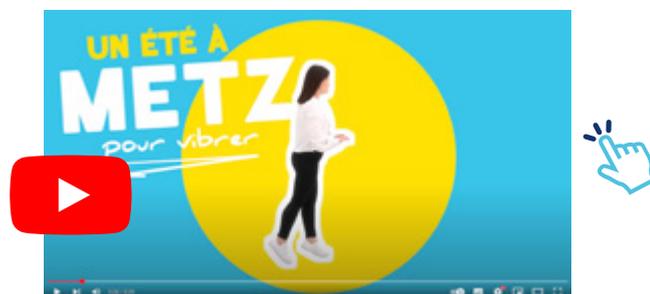
Nouveauté pour cette campagne : un test sur l'aéroport de Luxembourg en complémentarité avec la campagne de Constellations.

Pour chaque visuel : 3 exemples d'activités pour chaque cible.

Cette nouvelle campagne « Un été à Metz... pour s'amuser, pour vibrer, pour s'enflammer ! » a présenté 3 visuels qui proposaient des activités/expériences à réaliser sur le territoire par persona/cible.

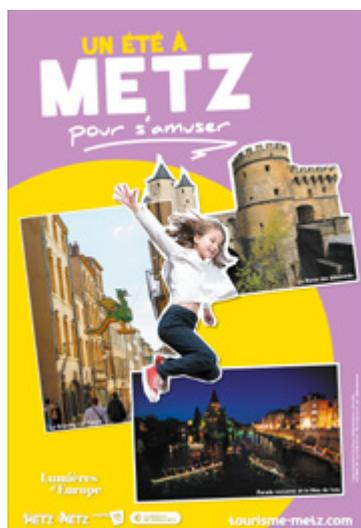
Enfin, **le film estival 2022 a été remonté afin de réaliser une version de 15 secondes pour les réseaux sociaux notamment pour diffusion en relance sur les cibles** (un budget sur la partie digitale a été conservé à cet effet dans le cadre de cette campagne).

Pour compléter ce dispositif, une newsletter et des actions envers la presse ont été menées avec le pôle tourisme en lien avec Moselle Attractivité et l'ART Grand Est avec lesquels nous travaillons en complémentarité.



Le bilan de la campagne à retenir :

- Un important dispositif d'affichage y compris dans le métro parisien avec plus de 56,6 millions d'ODV (Occasion De Voir) et une sponsorisation en digital (réseaux sociaux et youtube).
- **On peut noter une très bonne performance (en particulier sur la cible séniors) sur le site tourisme** avec une fréquentation en hausse de 46,6% sur la cible Francfort par rapport à 2023 et + 20,6% pour l'Allemagne.



- Toujours sur le site tourisme, **la cible Paris est toujours en augmentation avec + 30,4% et + 28,6% pour l'IDF par rapport à 2023**, même si les pics de fréquentation les plus importants cette année se retrouvent en août et non en juin (suite à l'affichage dans le métro parisien). Un changement de comportement à mettre en parallèle avec la fréquentation enregistrée à l'Agence Inspire-Metz - Office de tourisme et le contexte du début de l'été (élections, JO, météo en juillet), même si **la sponsorisation sur youtube de la vidéo a performé sur la cible IDF** (plus de 434 000 impressions et près de 54 000 interactions) et en particulier sur les couples 30-45 ans, ce qui confirme donc l'intérêt pour la destination et renforce sa notoriété.



La fréquentation sur le site tourisme-metz :

- La plus importante dans l'ordre par pays : France, Allemagne, Pays-Bas, Belgique
- Dans l'ordre par ville (hors 57) : Paris, Strasbourg, Francfort

Les chiffres pour le digital :

- 4,2 millions d'impressions
- 163 257 interactions et près de 25 000 clics vers le site tourisme
- Sponsorisation sur youtube de la vidéo : 813 799 impressions



CAMPAGNE DU MARCHÉ DE NOËL À METZ

Du 1^{er} novembre au 22 décembre 2024 pour le média planning.
 À partir du 23 octobre par le pôle communication sur les réseaux sociaux (RS)
 Les dates du marché de Noël à Metz : du 22 novembre au 30 décembre.

LES GRANDS CHIFFRES DE LA CAMPAGNE (MEDIA PLANNING)

Affichage dans le métro parisien :

106 841 000
contacts publicitaires

Affichage Grand Est : (Nancy et Strasbourg)

+ de 9,3 M
d'occasions de voir

Affichage DOOH* : sur l'hyper centre de Strasbourg

+ de 82 000
diffusions de spots publicitaires

Affichage Sarrebruck, Francfort et Bruxelles :

+ de 9,4 M
d'occasion de voir

Dispositif presse nationale :

+ de 12 M
de contacts

Dispositif presse HDF

en partenariat avec le groupe Elle :

+ de 2,5 M
de contacts sur 4 numéros

En local :

387 000
contacts publicitaires
en presse (Semaine et RL)
complétés par une campagne sur Moselle TV
avec 196 spots de 20 secondes

Digital : (tous territoires confondus) :

+ de 9,4 M
d'impressions

À noter : une progression des clics :
49 739 vs 29 197 en 2023.

Retrouvez la bande annonce
du marché de Noël !



*DOOH : Digital Out of home :
publicité extérieure sur écrans numériques) 47

LES VISUELS DE LA CAMPAGNE

UN ÉVÉNEMENT
NOËLS
DE LA MOSELLE



Noël à Metz

MARCHÉ MERVEILLEUX

DU 22 NOVEMBRE
AU 30 DÉCEMBRE 2024

tourisme-metz.com

Lumières d'Europe METZ METZ INNOVATION CCM Moselle uem BEST OF EUROPE 2024 METZ

UN ÉVÉNEMENT
NOËLS
DE LA MOSELLE



Noël à Metz

TRADITION ENCHANTÉE & FESTIVITÉS DE LA SAINT-NICOLAS

DU 22 NOVEMBRE
AU 30 DÉCEMBRE 2024

tourisme-metz.com

Lumières d'Europe METZ METZ INNOVATION CCM Moselle uem BEST OF EUROPE 2024 METZ

UN ÉVÉNEMENT
NOËLS
DE LA MOSELLE



Noël à Metz

FÉERIE DES LUMIÈRES & SENTIER DES LANTERNES DU DÉPARTEMENT DE LA MOSELLE

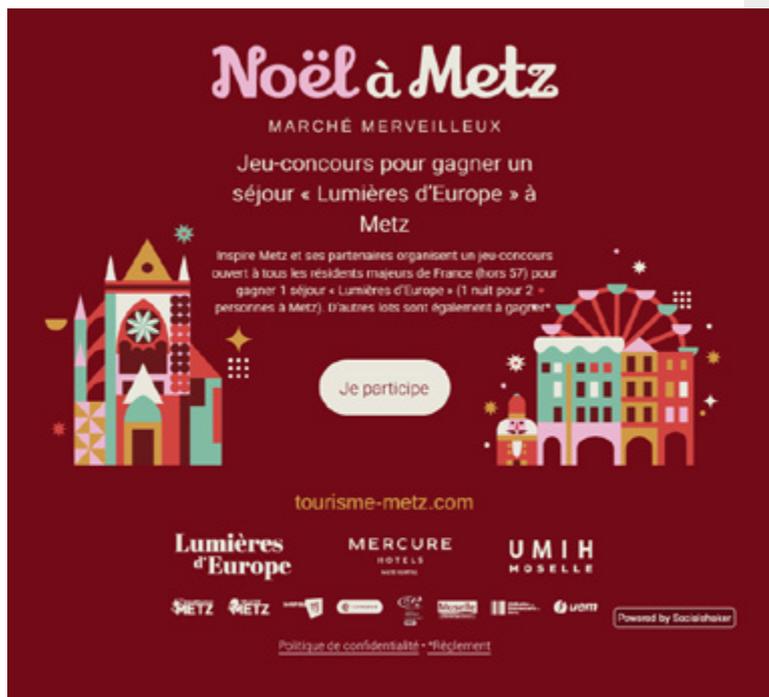
DU 22 NOVEMBRE
AU 30 DÉCEMBRE 2024

tourisme-metz.com

Lumières d'Europe METZ METZ INNOVATION CCM Moselle uem BEST OF EUROPE 2024 METZ



UN JEU CONCOURS NOEL 2024



**Le post a généré 1 121 939 impressions
pour 8.458 clics**

Comme les années précédentes, un jeu-concours **Facebook**, ouvert à tous les français majeurs (hors 57) et sponsorisé sur les cibles IDF et Dijon (1^{er} test), a été organisé en **partenariat avec l'UMIH et le Mercure Metz centre**.

6 802 participants

Plus de 40% des participants ont accepté de recevoir des informations de l'agence. Le test sur Dijon a été très concluant avec un taux de clics bien plus élevé que la moyenne habituellement observée.

Il y aura donc lieu de poursuivre l'exposition médiatique sur la cible Dijon.

QUESTIONS DU JEU CONCOURS

À la question « Connaissez-vous le marché de Noël ? »
les participants ont répondu non à 72,8%.

Et à la question « Envisagez-vous de venir à Metz prochainement ? »
63,7% répondaient positivement (contre 60,6% en 2023)
dont 40,8% dans l'année à venir et 22,9% dans le mois à venir.

Parmi ceux qui ont répondu positivement, outre les participants du Grand Est, on retrouve bien **les cibles sponsorisées IDF et Dijon**.

Ces derniers sont d'ailleurs les plus nombreux, toute cible confondue, à souhaiter découvrir Metz dans l'année à venir.

LES PARTICIPANTS AU JEU

23,7%

ont entre 35 et 44 ans

25,7%

ont entre 45 et 54 ans

21,1%

ont entre 55 et 44 ans



NOUVEAUTÉS 2024

Un compte à rebours sur les réseaux sociaux

Chaque jour, à partir du 23 octobre et jusqu'à l'ouverture du marché, des chiffres clés, des nouveautés, des animations musicales, des attractions à ne pas manquer ont été dévoilés avec une mise en lumière des artisans du Grand Est présents cette année dans les chalets des places du marché.

Création d'objets en vente aux couleurs de Noël

à l'Agence Inspire Metz - Office de Tourisme



Réalisation d'un jeu concours avec la SANEF

« Week-end féérique à Metz »

Ce jeu s'est déroulé du 8.11.24 au 17.11.24 avec une diffusion sur Facebook et 4 annonces à l'antenne par jour sur 107.7.

À gagner : une nuitée pour 2 personnes à la Citadelle, un déjeuner au restaurant Umé du Centre Pompidou-Metz et d'autres lots.

Sur Facebook : 26 973 impressions pour 24 742 personnes touchées et 7 001 interactions.

Metz aux couleurs de Noël

En plus des nombreux posts, vidéos, reels, stories, brochures, dossiers de presse et plans réalisés par l'agence, le pôle communication a également réalisé de nombreux autres supports pour habiller la Ville de Metz aux couleurs de Noël à Metz grâce à la nouvelle charte facilement déclinable (objets à la vente, flocage Mettis et poubelles ...).

FRÉQUENTATION DU SITE TOURISME

Le plus gros pic s'est déroulé le dimanche 24 novembre (avec un effet ascendant dès le 10 novembre/ce pic correspond à la même période que l'année dernière) - avec la cible Paris dans les visiteurs les plus nombreux

- suivi d'un second pic le 30 novembre, sachant que la campagne a été affichée dans le métro du 4/11 au 13/11 avec une relance sur 35 faces sur des quais de stations importantes la semaine du 26/11 au 2/12.

On a donc, comme chaque année, toujours un effet métro au lancement qui monte en puissance dans les 15 jours suivant l'exposition.

Particularité cette année, un pic tardif le 26 décembre, preuve que les cibles ont bien mémorisé les dates de fin du marché de Noël à Metz.

L'ORIGINE DES VISITEURS DU SITE TOURISME

Ce sont des femmes à 60,2%. Les internautes ont utilisé un mobile à 75,3%.

■ Pays d'origine (dans l'ordre) :

France, Allemagne, Belgique, Luxembourg, Pays-Bas, Espagne, Royaume-Uni.

Par rapport à l'année passée, on retrouve les mêmes pays - qui correspondent aux cibles de la campagne et aux statistiques des visiteurs de l'Agence Inspire Metz - Office de Tourisme.

■ Les régions : IDF (Ile-de-France), Grand Est, Hesse, Wallonie, HDF (Hauts-de-France), Rhénanie-Palatinat, Sarre, Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle Aquitaine.

Les Villes : Paris, Strasbourg, Metz, Francfort, Luxembourg, Bruxelles, Anvers, Lille, Sarrebruck.

CONCLUSION

La campagne du Marché de Noël à Metz 2024 a très bien fonctionné avec une **forte visibilité notamment dans le métro parisien** qui a engendré, comme les années passées, le **plus gros pic sur le site tourisme**. On peut noter d'ailleurs sur ce site une **augmentation de plus de 26,5% de visiteurs vs 2023**

très forte augmentation des internautes issus de Paris +107,2%
& Francfort +35,2%

Au niveau des pays, **c'est la Belgique qui a la plus forte progression (+ 25,8%)**. La Cible **Strasbourg reste toujours très importante en se plaçant en 2^e position juste après Paris**.

Sur l'ensemble de la campagne, on remarque de **très bons résultats sur les cibles IDF, Allemagne et Belgique qu'on retrouve dans les statistiques de fréquentation de l'agence Inspire Metz-Office de Tourisme (+ 25,2% de franciliens et + 22,9% d'allemands vs 2023) et dans les retours des professionnels** (source UMIH).

Le jeu-concours a encore très bien fonctionné même si nous avons enregistré un peu moins de participants que l'année dernière en raison notamment du décalage de la date de lancement qui a laissé la place au jeu avec la SANEF (cf. p.50), qui cela dit, a permis également d'offrir une belle visibilité à la destination sur 107.7 et sur Facebook.

Au-delà des chiffres, nous avons pu enregistrer de **nombreux retours qualitatifs sur la campagne** (commentaires très positifs sur les RS) **et des verbatims de touristes notamment parisiens** - que ce soit à l'accueil de l'Agence Inspire Metz - Office de Tourisme ou au chalet MOSL - qui sont venus à Metz suite à l'exposition dans le métro parisien.

Un couple de visiteurs parisiens a d'ailleurs même précisé avoir décidé de venir au marché de Noël à Metz après avoir été exposé à l'affichage dans le métro parisien et à la publicité sur France télévision de Moselle Attractivité (le soir même), **preuve que nos partenariats et échanges permettent une complémentarité efficace sur les cibles et des retombées économiques directes sur la destination**.



AUTRES DOSSIERS DE COMMUNICATION

– **Etude barométrique des publics du Centre Pompidou-Metz** : comme chaque année depuis sa création, l'étude co-financée par l'agence, permet de connaître les publics du Centre, leurs dépenses et leur ventilation (restaurant, hôtels, shopping...), les visites effectuées, leur satisfaction

Cette étude permet également de calculer le CA engendré et donc l'impact économique sur la destination. Un communiqué de presse a ainsi été réalisé en avril permettant d'établir le bilan du baromètre de l'année 2023 et des grandes tendances.

– **Attractivité étudiante** : travail avec le pôle attractivité économique, l'Eurométropole de Metz, la Ville de Metz et Moselle Attractivité.

Accueil & présentation de l'EMM
aux étudiants de l'ENSAM



Poursuite de la campagne de communication « Metz, c'est mieux, la Moselle c'est mieux » avec une sponsorship commune (Inspire Metz et Moselle Attractivité) sur les réseaux sociaux et youtube au moment du lancement de la plateforme Parcoursup®.

Organisation d'une soirée étudiante pour l'accueil des étudiants de 1^{ère} année des grandes écoles de l'Eurométropole de Metz et de Moselle et des étudiants de 1^{ère} année de l'Université de Lorraine.



Soirée étudiante 2024
au FC Metz Stadium



NOUVEAUTÉS 2024

Un projet innovant avec une start-up messine

Un projet innovant utilisant l'IA et la synchronie labiale a été réalisé fin 2024 avec une start-up messine pour les vœux de l'agence. D'autres projets utilisant l'IA sont à l'étude pour l'année 2025 dans le cadre de jeem notamment.



- Organisation d'une journée de promotion de la destination de tourisme et de tourisme d'affaires à la Maison de la Région Grand Est à Paris



Atelier biscuits



Atelier décoration

En septembre 2023, le pôle tourisme d'affaires, avec l'appui du pôle communication, avait testé la formule en invitant une cible BtoB MICE. L'idée était donc de profiter du renouvellement de cette opération MICE pour réaliser une seconde opération le jour même à destination de la presse nationale et co-organisée avec Moselle Attractivité dans le cadre de la promotion de la destination Noël.



Un décor avec des sapins, lanternes, boules de Meisenthal et de Lehrer a été créé pour inviter les journalistes de la presse nationale à découvrir Noël à Metz et en Moselle. Un dossier de presse en commun a été préparé, 2 ateliers avec des producteurs locaux (issus de Metz et de Forbach) ont été réalisés (biscuits et couronnes de

l'aveut). Une quinzaine de journalistes ont répondu présents. Suite à cet événement, un journaliste de M6 est venu à Metz pour réaliser un reportage de plus de 45mn. Intitulé « Le marché de Noël que l'Europe nous envie », il a été diffusé dans le cadre de l'émission « Un jour, Un doc » sur M6 le 9 décembre, permettant d'offrir une visibilité alors que le marché battait son plein (encore disponible en replay).

- Formation pour le pôle sur After effect : un nouveau logiciel permettant des animations graphiques.
- Refonte des sites internet de l'agence : pour les rendre plus performants (hors site tourisme).

INSPIRE

ME
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

GRAVELOTTE

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-CHÉTIVE

RONCOURT

ROZÉRIEULLES

SAINT-PRIVAT-LA-MONTAGNE

SAINTE-RUFFINE

SAULNY

SCY-CHAZELLES

ST-JULIEN-LÈS-METZ

VANTOUX

VANY

VAUX

VERNÉVILLE

WOIPPY



TOURNAGE

« Les burgers volants » par Fourmi rouge



© inifinegatif



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

Les Partenaires et financeurs

Inspire Metz est l'agence d'attractivité au service des 46 communes de l'Eurométropole de Metz. Elle est également soutenue par la Région Grand Est sur le volet Attractivité économique.

