

Jeem

Le Journal Économique
Eurométropole de Metz



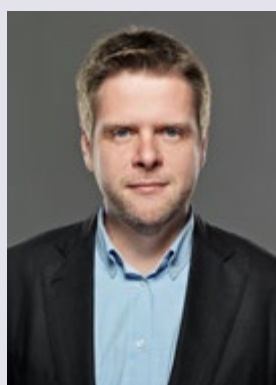
p.6 :

DRAGOU

Dinertia ou la rééducation en 3D

© Dinertia

ÉDITO



Une fin d'année prometteuse

Les fêtes de fin d'année se dessinent et pour l'Eurométropole de Metz, il s'agit d'une période pleine de perspectives positives. Le marché de Noël dont la réputation est grandissante attire sur notre territoire de plus en plus de touristes en quête d'émotions inspirées par la magie de Noël et tellement bien incarnées dans l'Eurométropole de Metz. Un engouement qui impacte directement notre écosystème et place bon nombre de nos entreprises sur les rails d'un développement prometteur.

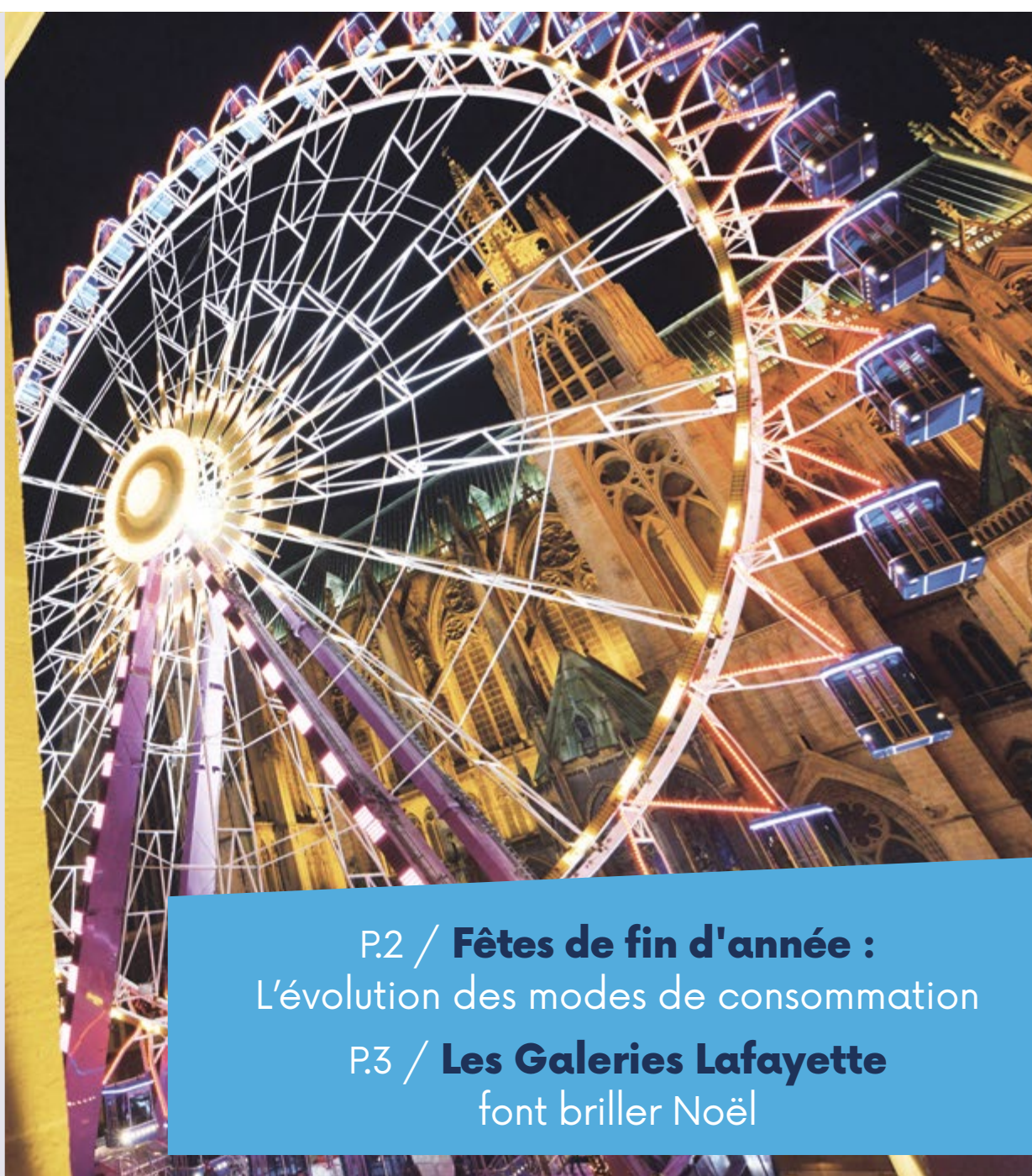
Dans ce numéro, vous découvrirez avec Eléonore Quarré, directrice conseil - Pôle Opinion chez OpinionWay, les évolutions de la consommation à Noël avec des indicateurs de comportement qui se révèlent très conformes aux transformations de notre société induites par des consommations plus durables et vertueuses.

Au sommaire aussi, la présentation du Noël des Galeries Lafayette de Metz par son directeur, Alexandre Boscher. Le grand magasin reste une locomotive de premier ordre pour l'eurométropole en termes d'image et d'activité commerciale. Une fin d'année audacieuse aussi, avec deux nouveaux événements qui méritent d'être mis en lumière : le premier Hackathon du QuattroPole (les 1^{er} et 2 décembre) portera deux projets de l'Eurométropole de Metz en rapport avec la santé et la première édition du salon professionnel « *The MIX* » (les 13 et 14 décembre) permettra aux organisateurs d'événements de la région transfrontalière d'aller à la rencontre des professionnels du tourisme d'affaires.

JEEM a aussi choisi de mettre en avant des entreprises et des personnalités de l'Eurométropole de Metz qui contribuent à l'esprit d'entreprendre : Benoit Voinot, directeur de l'ILP, fonds d'investissement indispensable au développement des entreprises de Lorraine qui célèbre ses 40 ans, Raphaël Morisset et Michel Dudot, deux boulangers résilients et engagés, la start'up Dragou avec sa solution digitale Dinertia pour prendre soin de notre santé.

Des entreprises d'avenir qui génèrent la vie économique et nous transportent déjà en 2024.

Cédric GOUTH
Président de l'agence Inspire Metz



Assemblée générale d'Initiative France, juin 2022 - © Frédéric Achbou.

P.2 / **Fêtes de fin d'année :**
L'évolution des modes de consommation

P.3 / **Les Galeries Lafayette**
font briller Noël

SOMMAIRE

- P.4 / **L'actu des entreprises :** les boulangers font face
- P.5 / **L'ILP** fête ses quarante ans
- P.7 / **Brèves de saison :** des nouvelles du territoire
- P.8 / **Zone d'Activités Le Breuil :** un site en devenir
- P.9 / **La Bière de Metz :** une entreprise locale et sans pression
- P.10 / **Salon The MIX :** interview de Catherine Gouttefarde
- P.11 / **Indicateurs économiques de l'Eurométropole de Metz et d'Inspire Metz**
- P.12 / **Transfrontalier :** Hackathon Santé QuattroPole, c'est 4 fois mieux !
- P.13 / **International :** La Distillerie de Mélanie, la mirabelle sans frontières
- P.14 / **Nouvel arrivant :** Cosmic Waves, la boutique pas comme les autres
- P.15 / **L'agenda de l'Eurométropole de Metz**

GRAND FORMAT

Fêtes de fin d'année : l'évolution des modes de consommation

À la veille de l'ouverture du marché de Noël à Metz et des festivités dans l'Eurométropole de Metz, Jeem a rencontré **Éléonore Quarré**, directrice chez OpinionWay, pour évoquer les évolutions de notre consommation à Noël.



Éléonore Quarré, directrice conseil - Pôle Opinion chez OpinionWay

© Éléonore Quarré

En 2023, peut-on dire que les habitudes de consommation à Noël ont changé ?

Avec l'inflation, depuis l'année dernière, on voit très sensiblement des évolutions, notamment sur les moyens de financer les achats de cadeaux. Les consommateurs ont nettement moins recours à leurs propres revenus et choisissent davantage des alternatives comme les facilités de paiement, les chèques et les bons cadeaux ou encore l'épargne. Parallèlement, ils se tournent plus souvent vers le reconditionné, à l'occasion. Cela s'installe progressivement dans les habitudes des Français. Ce qui est particulièrement marquant dans l'étude pour Sofinco (Sofinscope) sur Noël 2023, c'est que 25 % des Français disent envisager acheter des articles d'occasion pour leur entourage (+ 2 points par rapport à 2022) et qu'un tiers (37%) se disent prêts à demander à leurs proches de leur offrir des produits d'occasion ou reconditionnés (+ 4 points).

La question du développement durable est donc aujourd'hui un critère dans l'achat des cadeaux ?

En tout cas, 59 % des Français disent qu'ils seront attentifs à faire des achats écoresponsables pendant les fêtes de fin d'année. Pour leurs cadeaux, la décoration, l'alimentation, les vêtements, leur démarche est globale. À la base, il y a une réelle intention et une vraie sensibilité à la question environnementale, même si face au prix, leurs achats peuvent être d'une toute autre nature.

Quels produits en rapport avec la seconde main les Français envisagent-ils

d'acheter à Noël ?

Les jeux et les jouets (48 %), les vêtements (43%) les livres et les BD (41 %). Nous avons un top 3 assez net mais par rapport à l'année dernière, nous constatons que les vêtements gagnent 7 points tandis que les jeux et jouets, les livres et BD perdent 8 et 9 points. Les Français privilégient davantage des biens qui ciblent les besoins au quotidien au détriment de ceux en rapport avec les loisirs. Et nous observons que dans les canaux d'acquisition des produits d'occasion, la marque est un critère secondaire.

Cette année, peut-on déjà mesurer les effets de l'inflation sur les projections d'achat ?

Oui, très clairement, même si on ressent un certain paradoxe dans les comportements des Français. À la fois, 66% d'entre eux déclarent faire attention à leurs dépenses pendant la période des fêtes de fin d'année, pour éviter d'être dans le rouge. 35% économisent toute l'année en vue des fêtes. À la fois, 62% d'entre eux disent que c'est à ce moment-là de l'année qu'ils dépensent le plus, deux tiers ne voulant pas se restreindre. Dans ce contexte, 1 répondant sur 2 dit souvent dépasser le budget qu'il s'était fixé. Dès lors, pour garantir ce moment festif et de partage, les Français usent de différentes stratégies. 58% d'entre eux, quels que soient leurs revenus, anticipent leurs cadeaux de Noël pour étaler leurs dépenses sur plusieurs mois. D'autres petites astuces sont évoquées pour éviter de dépenser plus, comme acheter ses cadeaux de Noël uniquement pendant les périodes de promotion

ou offrir un seul cadeau pour un couple. 37 % ne font des cadeaux qu'aux enfants (+ 3 points). Au vu de la conjoncture, on voit une part importante de Français privilégier des alternatives moins coûteuses, notamment pour la nourriture. 50 % des Français disent qu'ils vont remplacer des produits type champagne* ou foie gras par du crémant* et de la mousse de canard. Reste qu'une part de Français prévoit aussi de reporter à l'année prochaine certaines dépenses pour faire davantage d'achats à l'occasion des fêtes. Cela souligne la nécessité de profiter des moments de vie partagés pour ne pas être constamment dans une logique de survie.

Peut-on toujours observer un attachement particulier aux commerces traditionnels et de proximité ?

Dans la même étude, on observe globalement que, pour leur consommation, les Français s'appuient à la fois sur les magasins physiques et sur Internet. 74% disent acheter leurs cadeaux en magasins et 72% sur Internet. Cela va de pair, dans le sens où l'on ne va pas y chercher la même chose. D'un côté, on recherche l'immédiateté et l'achat de dernière minute et de l'autre, les magasins qui contribuent à cette magie de Noël. Comme c'est le cas dans l'ensemble des communes de l'Eurométropole de Metz où l'offre commerciale variée permet de vivre pleinement la destination Noël au rythme des décorations et des illuminations.

* L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

Les Galeries Lafayette font briller Noël

Avec les fêtes de fin d'année, le grand magasin de la Place de la République tellement emblématique pour les habitants de l'Eurométropole de Metz, met en place un dispositif exceptionnel. Entretien avec Alexandre Boscher, directeur des Galeries Lafayette Metz.

En 2023, les Galeries Lafayette de Metz ont-elles choisi un thème particulier à l'occasion des fêtes de fin d'année ?

Nous allons célébrer les fêtes de Noël à travers un angle très créatif et mode grâce à un partenariat exclusif, avec Charles de Vilmorin, jeune créateur talentueux déjà finaliste du *LVMH Prize*, qui a fait une entrée remarquée dans le monde de la mode. Il nous a fait l'honneur d'écrire un conte de Noël avec un fil rouge, l'histoire d'une petite fille qui rencontre un pinceau magique dans un monde imaginaire et va pouvoir rêver de son Noël parfait. Toute notre thématique de Noël va converger vers ce conte. C'est une collaboration poétique et haute en couleur, avec une proposition très créative et très fantaisiste qui se traduira dans nos vitrines avec une scénographie rythmée par l'histoire du conte, merveilleux fil conducteur que l'on retrouvera dans tout le parcours client du magasin : de la décoration aux animations dédiées à Noël.

Est-ce que célébrer Noël implique pour les Galeries Lafayette la mise en place d'un dispositif particulier en termes de décorations, d'animations et d'opérations commerciales ?

Cela reste un moment charnière pour le grand magasin. Nous allons déployer un dispositif un peu hors norme, particulièrement dans nos vitrines, renouvelées cette année pour qu'elles soient plus modernes et plus lumineuses et qui, du même coup, vont exalter toute la magie de l'univers de Charles de Vilmorin. Cette année, nous allons exceptionnellement installer un sapin majestueux, de plus de 6 mètres de haut devant le magasin, à la mesure de ce moment exceptionnel. Nous avons prévu une illumination le 15 novembre pour nos clients, parce que Noël est une destination rythmée par des opérations commerciales, des ventes



Alexandre Boscher, directeur des Galeries Lafayette Metz

© Galeries Lafayette

privées, le Black Friday, fin novembre, qui reste un moment fort de notre activité commerciale et puis nous organiserons une « *Christmas party* », point d'orgue de ce moment festif très partagé.

Combien de temps vous faut-il pour préparer Noël et être fin prêt ?

Ce sont plusieurs mois de travail en amont, pour avoir l'appui des équipes du siège et pour mettre en place ce dispositif exceptionnel. Il faut envisager l'aspect création, la production, la fabrication de nos décors. Cela s'anticipe au moins un an avant. Durant l'été, nous avons déjà préparé un certain nombre de choses pour gagner du temps parce que le déploiement se fait entre fin octobre et début novembre donc le timing est très court. Programmer les décorations de nos 40 sapins dans le magasin, la scénographie, le parcours client, tout le matériel à mettre en œuvre, plus les équipes qui vont venir s'ajouter à nos 200 employés.

Que représente votre chiffre d'affaires à Noël, en pourcentage, par rapport à votre chiffre d'affaires annuel ?

C'est une période importante avec un volume d'affaires qui représente sur les deux derniers mois de l'année, 25 % de notre chiffre d'affaires annuel. C'est un moment fort en termes de fréquentation mais aussi en termes d'activité commerciale. Le grand magasin devient à ce moment-là la destination cadeau avec des offres mode, accessoire bijouterie, parfumerie. On déploie toute l'énergie nécessaire pour à la fois, être à la hauteur de l'événement, recruter et former les

équipes qui nous renforcerons pendant cette période pour conseiller au mieux nos clients, beaucoup plus nombreux pendant cette période. Les marchés de Noël nous permettent aussi de voir apparaître de nombreux clients de l'international. D'autant que l'Eurométropole de Metz, par son rayonnement et sa situation géographique, est de plus en plus attractive et que les fêtes de Noël sont propices à faire venir les clients de très loin.

Dans votre approche commerciale et en fonction des études que vous commandez, quel est le profil du client des Galeries Lafayette de Metz en 2023 ?

Les clients de Metz sont des clients très attachés et fidèles au patrimoine du grand magasin. Ils représentent une grande part de notre flux de clientèle, à laquelle nous ajoutons une part constante de clientèle étrangère. En ce qui concerne la typologie de nos clients, nous avons beaucoup de jeunes actifs qui cherchent des marques exclusives, des événements. Nous proposons une offre accessible à tous nos clients ainsi qu'un emplacement particulièrement visible et stratégique qui accentue le trafic : les Galeries Lafayette de Metz sont, au-delà de la consommation, un lieu d'événement, de plaisir, de découvertes et d'inspirations.

Galeries Lafayette

4, rue Winston Churchill, 57000 Metz
03 87 38 60 00

www.galerieslafayette.com



Les Galeries Lafayette au cœur de la ville

© Inspire Metz



L'ACTU des entreprises

De gauche à droite Raphaël Morisset et Michel Dudot

Les boulangers font face

Après l'envolée du prix de l'énergie et celui des matières premières, les boulangers doivent faire face aux effets de l'inflation. Témoignages de professionnels résistants et exemplaires, **Raphaël Morisset à Rozérieulles et Michel Dudot à Metz.**

« Nous avons des fours électriques et nous avons besoin de froid pour conserver nos produits. L'augmentation du coût de l'énergie impacte inévitablement nos coûts de fabrication. Ce coût, nous ne pouvons le répercuter sur le prix de vente de nos produits. Qui achèterait une baguette à 2 euros ? ». Raphaël Morisset fait ses comptes. Pour lui, ce sont 30 % de dépenses énergétiques en plus. « Et encore, j'ai la chance avec UEM, mon fournisseur d'énergie, dont les offres sont fonctions de nos moyens, d'avoir un prix du kilowattheure fixe sur 4 ans. Quand je vois certains de mes collègues qui ont cédé aux prix d'appel très séduisants de la concurrence et qui aujourd'hui doivent fermer boutique ! »

Michel Dudot confirme les effets de l'augmentation et la qualité de l'accompagnement de UEM, même si au 1^{er} janvier 2023, il a vu sa facture multipliée par 4,5. « Avec UEM, j'ai un contrat de trois ans. L'an prochain ce sera multiplié par 2 et en 2025 on devrait revenir aux tarifs d'avant crise ». Une crise énergétique qu'il avait anticipé en partie mais qui l'a contraint à augmenter ses prix à la fin 2022. « Le problème, c'est que les boulangers n'ont jamais vendu leurs produits au juste prix. Pendant 10 ans, nous n'avons pas augmenté la baguette. Ce n'est pas logique en termes économiques. La baguette a augmenté de 5 centimes et même si nous faisons beaucoup de baguettes, cela ne compense pas. Il faudrait qu'on fasse 100 fois plus de baguettes pour que cela compense l'augmentation du coût de l'énergie ! » Le boulanger de Metz ne manquant pas de souligner au passage que les grilles de salaires de ses 55 employés sont réévaluées tous les ans, justement indexés à l'inflation.

Concernant les matières premières, Raphaël Morisset situe le niveau d'augmentation autour de 25 % par rapport à 2020. « Tout est parti avec la guerre en Ukraine, la hausse a été forte dès le début de l'invasion et aujourd'hui, alors que les prix des céréales sont re-

venus au niveau d'avant crise, le prix de la farine n'a pas baissé. Plus globalement, sur la courbe des prix des matières premières, on ne voit pas de prix qui baissent. Le beurre n'a pas attendu cette crise pour augmenter ». Pour Michel Dudot, la situation est différente, même s'il a dû contenir les augmentations en rognant sur ses marges. « Si j'ai pu faire face à l'augmentation du coût de l'énergie et des matières premières en majorant légèrement les prix, c'est surtout en négociant avec mes fournisseurs sur les matières premières que j'ai pu limiter les effets des augmentations. J'ai 3 boulangeries et je dispose d'un poids non négligeable pour négocier les prix, donc je vis la crise moins durement que certains de mes collègues. » Raphaël Morisset, lui, connaît une situation préoccupante. Il enregistre cette année une baisse de 10 % de son chiffre d'affaires. « Je me suis pourtant installé en 2008, au moment de la crise financière, mais je dois dire que c'est la crise la plus dure que je vis depuis que je suis patron ». Pour ne pas répercuter davantage ces augmentations sur le prix des produits, il a été obligé de se séparer d'une partie de son personnel : une vendeuse et un pâtissier. Ils étaient neuf et aujourd'hui ils sont sept. Résultat, il pallie le manque de personnel en travaillant sept jours sur sept sur l'ensemble des postes de son entreprise. Le modèle économique de Michel Dudot ne ressemble pas à celui d'une boulangerie de quartier. « Nous sommes 55 personnes pour les 3 boulangeries. Mon objectif d'entreprise n'est pas de trouver des solutions en diminuant un personnel dont j'ai besoin mais de réorganiser, de sensibiliser et mécaniser. Nous avons réussi, tout en ayant une production supérieure avec un chiffre d'affaires en augmentation, à être en-dessous de nos dépenses d'énergie de l'année dernière, notamment, en rationalisant les productions dans les fours sans rien perdre en qualité ».

En attendant des moments plus propices, Raphaël

Morisset veut rester sur le métier en privilégiant son savoir-faire, la passion et l'exigence. « Les gens mangent toujours du pain et des pains au chocolat mais avec l'inflation, ils dépassent plus rarement le ticket moyen. Je les encourage donc à goûter mon pâté lorrain ».

Michel Dudot, anciennement président du Syndicat des Boulangers de Metz, a bien conscience que son modèle économique répond à une autre échelle. « Je n'avais pas cette optique de développement de mes affaires et je sais que les difficultés des boulangers ont des raisons multiples dont leur implantation. Je le vois avec ma boulangerie au centre de Metz. Nous avons une clientèle de passage et le fait d'être intégré à une halte touristique appréciée, cela change la donne. Je le vois par rapport aux deux autres boutiques. Ici c'est une locomotive. La carte de fidélité pour les 3 boutiques nous permet justement de diversifier nos propositions et d'ajuster la complémentarité entre les offres ».

Boulangerie Morisset

54, rue Jean Burger
57160 Rozérieulles
03 87 80 52 27

Boulangerie Dudot

METZ Saint Jacques
22, rue Ladoucette
03 72 39 56 26

METZ Botanique

22, rue de Pont-à-Mousson
03 87 62 61 52

Montigny-Lès-Metz

44, rue Saint-Ladre
03 87 65 74 96

L'ILP fête ses quarante ans

Avec cet anniversaire qui souligne sa longévité, ce fonds d'investissement, qui accompagne de nombreuses entreprises de l'Eurométropole de Metz et du territoire lorrain, peut s'enorgueillir de son adaptabilité au service du développement économique.

Rencontre avec **Benoît Voinot**, directeur général de l'ILP.

L'ILP fête cette année ses 40 ans, comment et pourquoi est né ce fonds d'investissement ?

Ce fonds a été créé en 1983 sous l'impulsion de la Région Lorraine ; à l'époque, suite à la première loi de décentralisation de 1981, le pouvoir économique a été transféré aux régions. Le président de l'époque, Jean-Marie Rausch, également maire de Metz, a souhaité créer un fonds d'investissement qui permette de financer les entreprises à leur création ou dans des phases de développement, de transmission avec des besoins de fonds propres. Nous sommes donc la réponse aux besoins des entrepreneurs qui ont des projets et manquent de fonds propres sur le territoire de l'ancienne région Lorraine.

Comment définiriez-vous votre domaine de compétence ou votre cœur de métier ?

Notre cœur de métier, c'est d'identifier des entrepreneurs qui ont des projets et qui manquent de moyens pour les réaliser. On s'attache vraiment à la valeur humaine, à la compétence et après, on essaie de trouver un plan de financement qui permette la réalisation du projet. Nous sommes une petite équipe sur un petit territoire, cela nous permet d'être proche du terrain, de pouvoir remonter un maximum d'informations sur les projets qui ont un véritable intérêt pour le territoire et manquent de fonds propre.

À quel moment de son développement une entreprise vient-elle vers vous ?

Cela dépend de la nature du projet. Nous avons des dossiers qui nous sont proposés avec le concours de partenaires, comme Inspire Metz, qui nous remontent un certain nombre d'informations. Ensuite, les entreprises peuvent aussi venir nous voir à n'importe quel moment de leur vie. Au moment de leur création et quand elles sont bloquées dans leur développement parce que le banquier leur dit, « *il vous faudrait un peu plus de fonds propres si vous souhaitez que j'augmente mes encours* ». Mais aussi parce que nous avons une certaine expérience, dans le cadre de transmission avec des cadres qui souhaitent reprendre l'entreprise dans laquelle ils travaillent.

Des entreprises avec déjà une certaine assise ?

Oui, parce que le fonds propre c'est déjà quelque chose qui coûte cher, donc il faut qu'il y ait un intérêt partagé. Aussi bien pour le chef d'entreprise que pour nous. Par exemple, on ne fait pas de ticket à moins de 100 000 euros ce qui, tout en étant minoritaire, concerne des sociétés qui ont déjà un certain nombre de fonds propres. Sur les créations, on peut intervenir sur des sociétés sur lesquelles on valorise les qualités intellectuelles du dirigeant et on amène l'argent : c'est le cas sur les start-ups notamment. Il faut croire en l'idée, il faut aimer le risque et avoir un peu de chance. Nous l'avons eue avec l'installation de SESAMm, qui fait un très beau parcours et qui, récemment, a fait une levée de fonds de 35 millions d'euros. Nous avons vraiment eu le rôle que nous souhaitons avoir. Nous y avons cru dès le début, nous avons mis une première petite somme, une seconde puis une troisième et quand ils ont commencé à se développer très fortement en levant



Benoît Voinot, directeur général de l'ILP

des fonds internationaux, nous avons récupéré notre mise plus une plus-value pour pouvoir investir dans le SESAMm de demain, tout en leur souhaitant le meilleur avec leurs nouveaux partenaires.

Pourquoi avoir mis en place 4 outils bien distincts (ILP Innovation, ILP Accélération, ILP Croissance et ILP Transmission) pour accompagner les entreprises dans leur développement ?

Les attentes et les risques pris par les différents fonds ne sont pas les mêmes. Certains actionnaires veulent bien prendre des risques sur des PME en croissance ou en transmission mais ne souhaitent pas forcément aller dans le secteur de la start-up. Parce que la start-up est plus risquée qu'une société déjà établie qui a déjà un modèle économique éprouvé. En fonction de l'appétence au risque, les actionnaires ne sont pas toujours les mêmes mais l'esprit reste le même : 50 % public et 50 % privé. La rentabilité qu'on va plus facilement dégager sur la croissance et la transmission vont permettre de soutenir nos activités innovation et accélération dont le risque est supérieur, donc par nature moins rentable. ILP

est un fonds d'investissement proche du terrain et proche du territoire, donc le principe de proximité est au cœur de ses compétences. Aujourd'hui, sur les 4 fonds nous avons deux présidents : François Werner pour la partie Croissance et Transmission et Cédric Gouth pour l'Innovation et l'Accélération. C'est important pour nous car la décision implique des élus qui ont vocation à légitimer nos actions. Une façon aussi de rester fidèle à l'esprit public-privé cher à Jean-Marie Rausch.

www.groupe-ilp.com

Chiffres clés

60 millions d'euros sous gestion

58 entreprises en portefeuille

557 dossiers pour **155 millions d'euros** d'investissement en fonds propre depuis 1983

22 créations d'entreprise et **32 entreprises en développement ou transmission** depuis les 5 dernières années



L'ACTU des entreprises

Arthur Comisso, Tristan Riquet et Maxime Lallo

Dragou Dinertia ou la rééducation en 3D

Dragou, jeune start-up qui a fait son chemin de Nancy à Metz, a mis en place une plateforme qui référence plus de 800 mouvements en 3D pour des séances d'activités physiques utiles aux kinésithérapeutes et à leurs patients. Une innovation à fort potentiel dont les applications sont multiples dans un esprit de santé publique*.

Tristan Riquet, Maxime Lallo et Arthur Comisso sont trois mousquetaires qui ne lâchent rien. Tous les trois sont voués au développement de leur projet où la technologie est au service de la kinésithérapie. Motivés, énergiques et « dopés » à l'esprit d'entreprise, ils ont imaginé Dinertia, la première plateforme qui référence plus de 800 mouvements en 3D qui permet de créer gratuitement n'importe quel type de séances d'activités physiques. Ce concept innovant imaginé et développé par ces trois jeunes entrepreneurs mosellans, accompagnés par une étudiante en communication, bénéficie aujourd'hui d'un excellent « bouche à oreille ». Le marché potentiel, le Covid 19 motivant les séances à domicile et les cabinets des kinésithérapeutes ne désespérant pas, expliquent l'intérêt croissant suscité par leur projet.

Dinertia, bibliothèque d'exercices en ligne est à la fois très pratique pour les kinésithérapeutes qui peuvent accéder à la plateforme et intégrer les exercices proposés à leurs programmes de rééducation à domicile et utiles pour les patients qui ont accès à une grande variété d'exercices qui contribuent à améliorer leur posture et leur santé. Dix-huit mois auront été nécessaires entre l'idée du projet, son développement et sa matérialisation sur le marché. Cette idée collective est née avant le Covid, tout droit sortie de l'esprit ingénieux de ces trois étudiants en L3 à Metz à l'UFR SciFA (Licence STAPS). Arthur Comisso le rappelle, « nous étions en Master en activité physique adaptée. On y acquiert la capacité à adapter l'activité physique en fonction des contraintes des personnes. Une semaine avant d'être

confinés avec le Covid, on planchait sur notre projet, on se posait la question du temps que nous aurions à lui consacrer avec les études et le Covid est arrivé ». « C'était comme une façon de nous dire, je me suis arrangé pour confiner tout le monde alors lancez-vous ! » renchérit Tristan avec malice avant d'ajouter « On voulait faire bouger les choses dans notre métier. On s'est dit qu'on allait fusionner nos connaissances en numérique avec celles sur l'activité physique. Chacun a amené sa touche et le projet s'est construit à trois de manière évolutive, parce que nous ne cessons de l'améliorer et nous, de progresser. Nous sommes issus d'une formation où nous n'avons pas forcément les bases sur l'entrepreneuriat donc il nous a fallu un an et demi pour structurer le projet, se former à la gestion, la comptabilité, même la gestion des ressources humaines. Concernant l'aspect numérique, on s'est aussi formés sur le terrain, nous étions tellement motivés par l'idée de faire exister ce projet, avec au départ les prestataires nécessaires pour nous accompagner dans notre projet et optimiser notre produit. Aujourd'hui, on est 100 % autonome : quand on a un mouvement à rajouter on l'enregistre, on l'adapte, on le modélise et on le met sur la plateforme pour le tester ». Une innovation technologique remarquable, au point que les trois amis ont reçu le e-Trophée, à l'occasion du Trophée MC6 en 2022, juste après la sortie de Dinertia. Pour Arthur, « c'est à partir de là que notre aventure a repris le chemin de Metz. Avec l'obtention du e-Trophée, nous avons été accompagnés par un coach, Olivier Fourquin directeur du CESI et "captés" par l'agence Inspire Metz. Les conseils d'entrepreneurs expérimentés sont vraiment formateurs,

parce qu'ils ont déjà traversé ce que vous vivez. Cela nous a permis d'avoir un retour crucial sur des choses que nous n'avions pas vues ». Cette remise en question au service du développement économique de la solution a motivé une autre stratégie, la prestation aux entreprises. « L'accès à Dinertia n'est pas payant : pour les kinés, nous avons choisi pour cette première version de fonctionner avec de la publicité-conseil qui touche leur domaine d'activité et c'est gratuit pour le patient qui va recevoir les exercices. Au départ, nous sommes partis de l'idée que les kinés avaient besoin d'un support pour diffuser de l'activité physique mais cela ne nous rapporte pas encore suffisamment d'argent. Il nous a donc fallu développer nos capacités commerciales. On intervient désormais aussi en présentiel, car c'est notre métier à la base, mais aussi afin de pouvoir facilement diffuser dans des structures comme les entreprises de l'activité physique de manière massive avec nos liens Dinertia. Avec la solution numérique on peut toucher tout le personnel d'une grande entreprise en une fois ! Nous nous sommes recentrés sur la viabilité de Dragou ». Une manière pour eux de générer du chiffre et de leur permettre d'envisager de vivre rapidement de leur activité. « Nous nous sommes adaptés : nous sommes enseignants en activité adaptée, donc cette compétence, c'est notre force ! »

* Dragou, présente tous les lundis après-midi au WTC Metz-Saarbrücken, a signé avec Moselle Move, le Réseau santé par le Sport, pour participer à la réalisation d'une vidéo 3D innovante dans le cadre du dispositif « Terre de Jeux » pour les JO de Paris 2024.

www.dinertia.com

Brèves de saison

Des nouvelles du territoire : informations tous azimuts qui contribuent au développement économique et à l'attractivité de l'Eurométropole de Metz.

De nouveaux locaux pour le groupe Poncelet

C'est au 13 rue du Juge Pierre Michel, au sein d'un bâtiment d'exception issu du patrimoine de la Ville de Metz, que le groupe Poncelet, résultat de l'alliance des cabinets Strong (expertise comptable) et Horus (spécialiste des transactions d'entreprises) a décidé de s'installer. 4 années de rénovation auront été nécessaires pour rejoindre cette adresse prestigieuse pour le Groupe pluridisciplinaire présidé par Djilali KHORDJ qui entend faire décoller son modèle de banque d'affaires. Le Groupe Poncelet propose ses services tout au long de la vie de l'entreprise : de la création ou rachat jusqu'à la cession de l'entreprise, en passant par le suivi comptable et social sans oublier l'organisation de la levée de fonds ou encore la mise en place du management de transition.

www.groupe-poncelet.com

Les ambulances HUNAULT ont 70 ans

70 ans, cela se fête ! Créé par Roland et Andrée Hunault en 1953 « S.O.S Ambulances HUNAULT » a longtemps existé rue Vigne Saint-Avoid à Metz, avant de rejoindre la rue du Général Metman puis de construire le Pôle Central de Coordination Ambulancière sur le Pôle Santé-Innovation de Mercy à Peltre, en face du CHR Metz-Thionville. 70 Ans durant lesquelles l'entreprise s'est étendue en Moselle, Meurthe & Moselle et récemment dans le Haut-Rhin. Au travers de ses 15 sites, l'entreprise compte près de 800 collaborateurs dont une grande majorité de professionnels de santé, à disposition des soignants et des citoyens du Grand-Est. Acteur incontournable de l'urgence préhospitalière, présente dans plusieurs SMUR, les ambulances HUNAULT remplissent plus de 1 500 missions quotidiennes, de la permanence des soins, programmés ou non, pour plus de 300 000 patients.

Pour en savoir plus, lire Jeem n°2 sur www.investinmetz.com
www.ambulances-hunault.com



Les 70 ans des Ambulances Hunault

Menway se renforce

Le Groupe Menway basé à Metz, acteur majeur des ressources humaines en France a fait l'acquisition de « Ma Bonne Fée », start-up qui propose une solution RH innovante dédiée à l'accompagnement des salariés en situation de vulnérabilité. Cette union marque une étape cruciale dans la mission du Groupe de répondre de manière globale aux enjeux complexes et variés des organisations en matière de gestion des ressources humaines.

Avec la reprise de cette petite structure de huit salariés qui lui permet d'élargir la palette de son projet « Caring », dédié à la santé et à la qualité de vie au travail, l'entreprise créée par Jean-Louis Petruzzi renforce ainsi son positionnement de niche tout en confortant sa stature nationale. Le groupe de 500 salariés pour 180 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022 réalise la moitié de son chiffre d'affaires grâce à son réseau d'une soixantaine d'agences de travail temporaire. Le groupe s'est doté d'un budget de 30 millions d'euros pour préparer ses prochaines croissances externes.

www.groupermenway.com

Des entreprises en or

Lors de la 31^e édition 2023 du Prix de l'Entrepreneur de l'année organisé par EY*, Laurent Villemain (Replace à Woippy), Manon Carre (La conserverie locale à Augny), Jonathan Metz (Groupe Verrissima à Goetzenbruck), Jean-Marc Chery (Groupe Gismic à Ars-Laquenexy) ont été récompensés pour leur engagement en région Est.

- **Le Groupe Replace**, prix de la start-up de l'année pour le recyclage des rebuts en plastique (plastiques complexes ou multicomposants), en ne transformant pas en granulés mais en les recyclant pour créer de nouveaux objets.

- **Le Groupe Verrissima**, prix de l'Entreprise familiale pour la diversification réussie de cette vieille entreprise de miroiterie (1923) depuis les années 2000.

- **Le Groupe Gismic**, prix Spécial du Jury pour son expansion exemplaire depuis sa création en 2008. Sa compétence d'expertise, pour l'inspection et le contrôle des équipements dans le secteur pétrolier lui permet de compter 6 entités en France, 4 à l'étranger et un centre de formation et d'employer 400 collaborateurs pour 39 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022.

- **La conserverie locale**, prix Engagement sociétal pour son action et engagement en matière de développement durable. Issue de l'initiative « Partage ton Frigo », l'association récupère des denrées destinées à être jetées ou laissées dans les champs et les transforme en confiture ou soupe.

*Le Prix de l'entrepreneur de l'année est organisé par EY, en partenariat avec Samsic, Verlingue, Steelcase et Bpifrance.

Un talent d'ici

Le 4 octobre dernier était présenté en avant-première au cinéma Le Klub « Mamina », le premier court métrage de Massimo Riggi qui a grandi à Woippy. Pour l'occasion, le public venu en nombre, a réservé à l'artiste messin un accueil enthousiaste. Film en partie autobiographique, d'une durée de 20 minutes, « Mamina » avec Noémie Lvovsky et Rod Paradot se déroule dans quelques endroits familiers de Woippy (quartier Saint-Eloy) et Metz (place de la Comédie). Le film produit par les messins Laurent Helas et Hugo Becker (Nouvelle Donne Productions) et Dominique Besnehard (Mon Voisin Production) a été accompagné par le Bureau d'accueil des tournages du Bureau des images, soutenu par la Région Grand Est et l'Eurométropole de Metz via Inspire Metz dans le cadre du réseau Plato ainsi que par le département de la Moselle, la Ville de Metz et la Ville de Woippy.



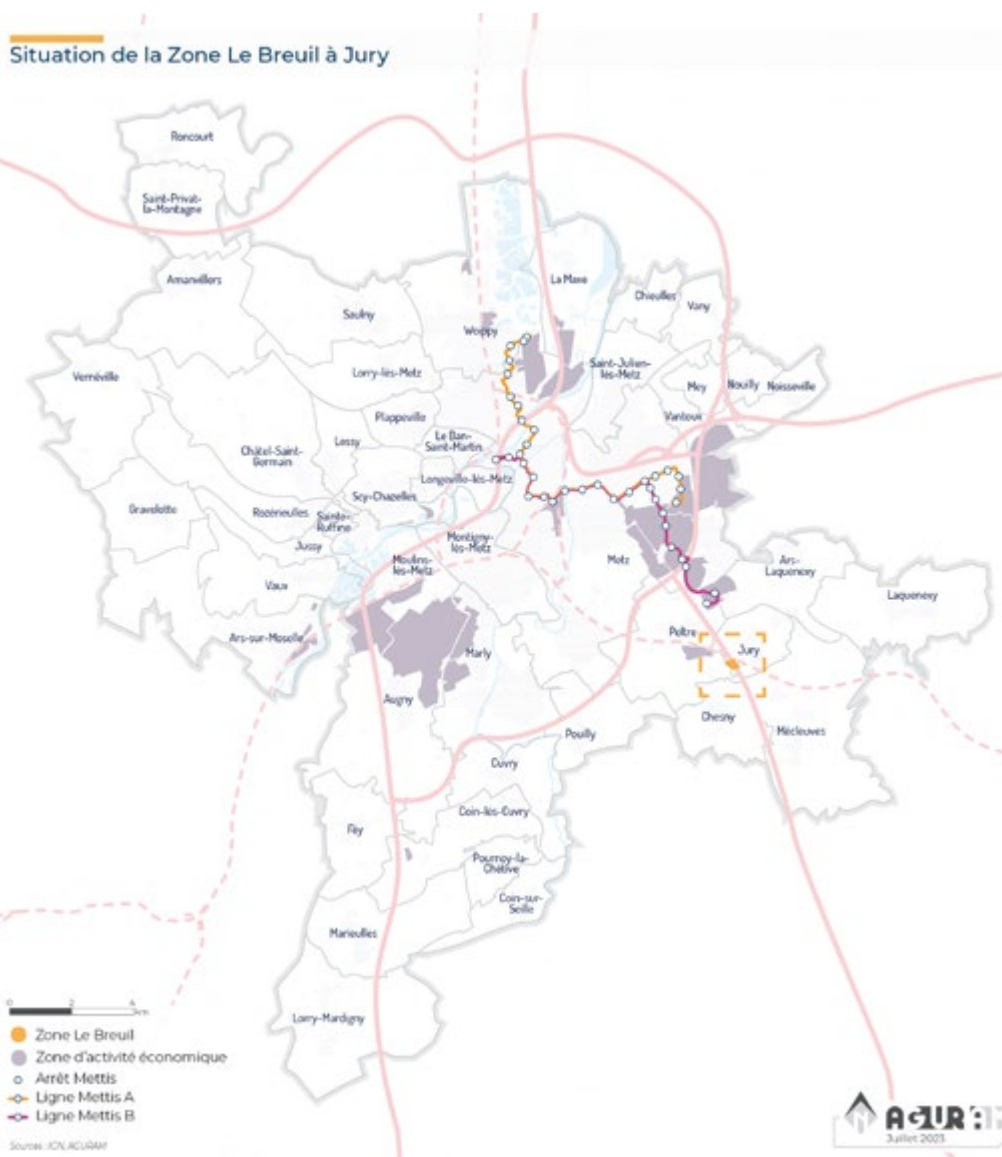
Avant - première de Mamina au cinéma le Klub

SUR ZONE



Zone d'Activités Le Breuil Un site en devenir

Localisée sur la commune de Jury,
la zone communautaire accueille depuis 2010 des entreprises artisanales et des commerces diversifiés.



Située dans le secteur Est de l'Eurométropole de Metz, la commune de Jury compte 1 317 habitants, 744 emplois et a longtemps été connue pour le centre psychothérapeutique qu'elle accueille depuis 1972.

En 2016, sur les 5 hectares de la ZAC du Breuil, on comptait pas moins de 15 entreprises employant 50 salariés. La zone d'activités s'est développée progressivement après l'installation inaugurale du magasin Lidl en 2010, implantation très importante pour les habitants du secteur et s'est poursuivie avec des projets à la mesure de ses besoins et de ses atouts avec le concours de l'agence Inspire Metz.

Aujourd'hui, la zone qui comprend 20 entreprises (15 TPE et 5 PME) pour 130 salariés répond essentiellement à des besoins de proximité. C'est dans cet esprit qu'elle accueillera une micro crèche en cours de construction dont l'ouverture est prévue pour février 2024. La zone rassemble aussi des services de proximité, des services spécialisés et des activités artisanales : elle peut faire valoir ses atouts en termes d'accessibilité grâce à sa connexion directe à la N431 qui fait le lien avec les autoroutes A31 et A4 et sa proximité directe avec le Pôle Santé-Innovation de Mercy, aménagé autour du Centre Hospitalier Régional Metz-Thionville, zone d'activités d'envergure.

Les activités dans la ZAC Le Breuil

Commerces de détail : un supermarché de proximité (Lidl), une boucherie, un restaurant (À la table 66).

Services de proximité : aide à domicile, médecine du travail (AST LOR' N), pompes funèbres (Florian Leclerc), agence immobilière.

Services et commerce automobile : ADDIS Car, MG Auto Service, SLI Auto et deux centres de contrôle techniques (DEKRA et AS Autosécurité).

Artisanat : un menuisier (GD Fermetures), un façadier (Metz façade, le plus important employeur de la zone), une microbrasserie (voir l'article sur « La Bière de Metz » page qui suit)

Services spécialisés : location de systèmes de son (DS Events), grosiste matériel électrique (ELECBR57), location matériel médical (ISIS Médical).

Situation de la zone d'activités Le Breuil dans l'Eurométropole de Metz

La Bière de Metz

Une entreprise locale et sans pression

La bière au service d'un projet de consommation durable et culturelle.
Tel est l'esprit décliné par « La Bière de Metz », entreprise basée à Jury qui, en 10 ans, s'est imposée sereinement dans le landerneau de la micro-brasserie.
Retour sur une expérience originale et un développement significatif.

« Je me souviens de mon émotion quand j'ai vu une personne choisir ma bière et la mettre dans son caddie. . Jean-Simon Renaud est un chef d'entreprise en quête de sens. Après un début de carrière dans la finance au Luxembourg, ce jeune quadragénaire a choisi de se réinventer dans une activité plus conforme à ses aspirations et son désir de proposer ce qu'il produit. Il se lance d'abord dans le domaine automobile à Jury et puis en 2013, toujours sur cette zone d'activité, il décide de se consacrer à la bière, breuvage populaire tellement bien ancré en territoire mosellan. Tout comme lui, aujourd'hui sur l'eurométropole, une quinzaine de micro-brasseries ont pris la suite de la légendaire Amos, brassée à Metz jusqu'en 1992. Un engouement qui parle aussi bien de l'époque que de la place de la bière sur le territoire. « Notre bière s'appelle La Bière de Metz, cela nous a permis d'avoir une visibilité immédiate. Personne n'avait choisi ce nom donc j'ai saisi l'opportunité. Notre installation a donc fait du bruit et c'était là, notre meilleure publicité ». La Bière de Metz perpétue la tradition mosellane, avec quatre bières bio (blanche, blonde, brune et ambrée), ni pasteurisées ni filtrées et fabriquées avec des méthodes de brassage traditionnelles et écologiques. « Pour créer la Bière de Metz, je n'ai pas fait de business plan. J'ai constaté l'intérêt suscité par les bières artisanales et mesuré le potentiel à Metz, région brassicole, où en 2011 on ne comptait que 3 micro-brasseries et pas encore de brasseurs bio. Je connaissais le processus de fabrication de la bière et avec ma formation d'ingénieur je voyais ce que je pouvais améliorer. Ce qu'il y a dans la bouteille est sur l'étiquette. Le développement commercial s'est fait tout seul. Les gens venaient à nous et j'ai aménagé sur le site une petite boutique pour la vente directe. » Aujourd'hui, La Bière de Metz, c'est 300 hectolitres de bières produits par an, ce qui correspond à 30 000 litres, soient 100 000 bouteilles. Un circuit de distribution sans cesse étoffé avec des cavistes de quartier, des enseignes de la grande distribution, comme Leclerc Thionville, qui souhaitent se positionner sur un produit haut de gamme et des restaurants qui jouent la carte terroir. Le développement de l'entreprise a été constant les sept premières années avant de se stabiliser. Cette année, pour la première fois, le chiffre d'affaires est en baisse de 10 %. Pour Jean-Simon Renaud, la concurrence, la morosité ambiante et l'argument inflationniste relevant d'une sorte de conditionnement, pourraient réfréner certaines de nos habitudes de consommation. Reste que le modèle économique le plus viable pour ce jeune chef d'entreprise est celui où le choix du dispositif de production est la clé du développement. « Depuis 2013, l'entreprise a amélioré son système de production avec des capacités 10 fois plus importantes. Au début, nous n'arrivions pas à produire assez, nous brassons 500 litres par 500 litres. Aujourd'hui nous brassons nos bestsellers 5 000 litres par 5 000 litres ». Pour gagner en qualité, en stabilité et en impact carbone mais aussi pour augmenter ses capacités de production, Jean-Simon Renaud a décidé de brasser conjointement à Jury et à la frontière belge. « On a choisi une solution



Jean-Simon Renaud, créateur de la Bière de Metz

durable plutôt que d'investir 500 000 euros dans une unité de production. La particularité d'un brasseur, c'est qu'il ne produit pas tout le temps, donc rien ne l'empêche de mettre à disposition ses installations ». En faisant le choix de brasser une partie de sa production à la frontière belge, certains lui disent « ta bière, ce n'est plus une bière de Metz ». Mais qu'est-ce qu'une bière de Metz ? Une question d'autant plus déterminante que les brasseurs achètent le plus souvent leur houblon en Tchéquie et en Allemagne. Est-ce la matière première, la production ou le savoir-faire qui justifie l'appellation locale ? « La recette de ma bière s'inspire d'une recette messine découverte lors d'une visite du musée de la bière à Stenay. Je l'ai adaptée, fabriquée et distribuée ici, à Jury. On ne peut pas parler de terroir mais c'est du local, dans une région où la bière est culturelle ». Jean-Simon Renaud veut exercer son métier avec conviction et aimerait vendre d'autres bières du territoire, comme il le fait déjà pour le brasseur de Bibiche en Moselle (Régal'Potes). « Les microbrasseurs devraient s'échanger ou se vendre leurs

bières et devenir ainsi des cavistes de bière. Nos clients sont curieux, c'est comme pour le vin ! Je suis convaincu que cela nous serait profitable à tous ! ».

La Bière de Metz
Rue de la Fontaine à l'Auge
57245 Jury
Tél : 03 87 63 83 41

**L'abus d'alcool est dangereux pour la santé,
à consommer avec modération**

SUR ZONE

TALENTS

Tous à " The MIX ! "

Les 13 et 14 décembre,
The MIX, salon MICE* des 4 frontières,
se déroulera à Metz Congrès Robert Schuman.
Parmi les participants et exposants,
l'ART Grand Est** qui prendra part à la mise
en lumière originale de l'attractivité du territoire
exposée aux décideurs.
Rencontre avec **Catherine Gouttefarde**,
directrice de l'ART Grand Est.



Catherine Gouttefarde, directrice de l'ART Grand Est

© Inspire Metz

Pourquoi est-ce important pour l'ART Grand Est de participer et exposer à The MIX ?

L'idée du salon The MIX est née du constat qu'il n'existe pas de grand événement professionnel sur le territoire de la Grande Région sur le thème MICE, surtout avec une connotation transfrontalière. Il s'agit donc d'un événement inédit qui offre à nos partenaires - les prestataires MICE du Grand Est (gestionnaires des centres de congrès et parcs expo, Convention, Bureau, hôtel d'affaires, agences d'événementiels, lieux de séminaire / événementiels et insolite etc.) - la possibilité de rencontrer les organisateurs d'événements de la région transfrontalière. C'est un salon professionnel de proximité qui s'adresse spécifiquement aux organisateurs d'événements intéressés par l'offre régionale. Son ambition et son audience transfrontalière constituent une formidable opportunité de présenter toute la diversité et l'étendue de l'offre du Grand Est.

Comment va prendre forme votre participation à ce nouveau rendez-vous, en termes de dispositifs et en matière de thématiques ?

Avec le soutien de la Région Grand Est, partenaire majeur de cet événement, l'ART Grand Est propose aux professionnels de l'événementiel du Grand Est de se mobiliser au sein d'un espace commun de type Village Grand Est, sous l'égide de la marque régionale dédiée au tourisme d'affaires "Explore Grand Est - Meet & Connect". Chaque exposant partenaire y disposera d'un stand valorisant sa propre identité, tout en s'inscrivant dans l'unité amplificatrice régionale avec la marque ombrelle du Grand Est.

Quel pan de vos actions et compétences, souhaitez-vous mettre en lumière à l'occasion de The MIX ?

L'offre MICE est en train de s'enrichir dans la région Grand Est. Nous disposons d'une offre diversifiée et structurée avec des acteurs professionnels dynamiques qu'il convient de valoriser. Nous souhaitons démontrer tout notre savoir-faire en matière d'accueil et

d'organisation d'événements à l'ensemble de la profession et de ses acteurs. La région Grand Est, c'est un territoire d'une richesse folle au sein duquel le capital culturel somptueux n'a d'égal qu'un patrimoine naturel luxuriant. Avec pas moins de sept places fortes inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO ainsi qu'un territoire très généreux dans sa production naturelle riche, notre région propose une offre de lieux événementiels à la fois atypiques, authentiques et éco-responsables. Parce que l'événementiel durable est l'avenir, les partenaires de la filière MICE de la région Grand Est, véritables pionniers, se sont fortement engagés depuis plusieurs années dans le développement d'événements durables et responsables. De plus, nombre d'entre eux sont déjà certifiés ISO 20121, une norme internationale visant à maîtriser les impacts sociaux, environnementaux et économiques d'un événement. Trois des onze destinations françaises labellisées Destination Innovante Durable, dont l'Eurométropole de Metz, sont issues du Grand Est.

En tant que porteur de projet événementiel, ce type d'événement est-il un moyen de mieux appréhender les attentes des acheteurs que vous allez rencontrer ?

Dans le secteur événementiel, le relationnel, les contacts personnels et les échanges entre prestataires et acheteurs sont particulièrement importants, notamment pour se démarquer de ses concurrents. C'est profitable pour les deux parties, car les prestataires peuvent mieux répondre aux besoins spécifiques des clients. C'est justement après la pandémie que les souhaits et les exigences des clients ont évolué. Le durable et la responsabilité sociale, par exemple, influencent davantage les décisions des organisateurs d'événements qu'il y a trois ans.

Ce rendez-vous exceptionnel a-t-il motivé de nouveaux objectifs pour l'ART Grand-Est ?

Ce projet démontre un engagement fort de notre

territoire en matière d'attractivité et pourra être une nouvelle occasion de faire rayonner la Région Grand Est. Il pourra en ce sens constituer une réelle opportunité de mettre en avant ses infrastructures auprès des professionnels du tourisme d'affaires. Nous souhaitons inscrire cet événement dans les grands rendez-vous d'affaires de la filière événementielle et lui conférer un caractère incontournable.

En termes de visibilité, que représente The MIX pour l'ART Grand Est ?

The MIX nous offre une opportunité unique de faire rayonner la diversité de l'offre MICE du Grand Est auprès de sa principale clientèle. De plus, The MIX nous offre une meilleure visibilité de l'offre MICE de notre belle région que lors des grands salons internationaux, où nous sommes en concurrence avec des méga-destinations comme Dubaï, Las Vegas, Singapour, etc. qui ont bien sûr un autre budget pour se faire connaître.

*MICE : Meetings, Incentives, Conférences & Exhibitions/Events (Séminaires, Conventions, Congrès)

**ART Grand Est : Agence Régionale du Tourisme Grand Est



INDICATEURS ÉCONOMIQUES

TOURISME DE FIN D'ANNÉE

Un Noël prometteur !

L'automne est à peine là que déjà le Marché de Noël se prépare : 125 chalets seront répartis sur 5 places emblématiques de la ville du 24 novembre au 30 décembre 2023.

Grand temps fort de l'année pour les commerçants, les artisans, et tous les acteurs du tourisme, et où l'on espère de nombreux visiteurs français (en particulier en provenance d'Ile de France grâce au TGV qui met Metz à 85 minutes de Paris), mais aussi belges, luxembourgeois, allemands et néerlandais.

Fréquentation piétonne 2022

(entre le 18 novembre et le 24 décembre)

3,576 millions de visiteurs

→ soit + 16,2 %
de visiteurs entre 2021
et 2022 (base même période)

Fréquentation Cathédrale Saint-Étienne 2022

(période des marchés de Noël)

→ **92 034 visiteurs**
avec pics de fréquentation très importants les weekends.
(source : écocompteur Cathédrale Saint-Étienne)

L'EMPLOI DANS L'EUROMÉTROPOLE DE METZ AU 2^{ÈME} TRIMESTRE 2023

Évolution favorable sur 1 an

Si l'emploi salarié privé connaît peu de variations par rapport au trimestre précédent, en 1 an il a gagné 1 800 unités (+2,2 %). Les travailleurs indépendants, et plus particulièrement les auto-entrepreneurs, progressent également. Le taux de chômage (7,0 %) continue quant à lui à diminuer (-0,2 point en 1 an).

Taux de chômage dans la zone d'emploi
Grand Est : 7,1 %
France Métropolitaine : 6,9 %

7 %
↓ -0,2 pt

Déclarations d'embauche
18 540
↓ 16,3 %

Emploi salarié privé hors intérim

81 630
SALARIÉS
↑ +2,2 %

7 150
ÉTABLISSEMENTS
↑ +0,7 %

Travailleurs indépendants
hors auto-entrepreneurs

7 020
↑ +2,2 %

AUTO-ENTREPRENEURS
9 100
↑ +18,1 %

Sources : Urssaf Lorraine, 2^{ème} trimestre 2023 et évolution sur 1 an.
INSEE – taux de chômage localisé, 2^{ème} trimestre 2023 et évolution sur 1 an.

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Progression des Services et Cafés Hôtels Restaurants

Tandis que les Services et Cafés Hôtels Restaurants gagnent des emplois et des établissements sur 1 an, l'Industrie, le Commerce et la Construction connaissent une érosion sensible. À noter, le petit rebond encourageant de la Construction par rapport au 1^{er} trimestre 2023, toujours en situation préoccupante.



Construction
6 810 salariés..... ↓ -2,3 %
810 établissements..... ↑ +1,4 %



Commerce
12 730 salariés..... ↓ -1,7 %
1 550 établissements..... ↓ -1,3 %



Cafés Hôtels Restaurants
5 815 salariés ↑ +0,5 %
770 établissements..... ↑ +1,2 %



Industrie
6 445 salariés..... ↓ -1,9 %
340 établissements..... ↓ -0,9 %



Autres services
49 830 salariés ↑ +4,8 %
3 690 établissements..... ↑ +1,4 %

Source : Urssaf Lorraine, 2^{ème} trimestre 2023 et évolution sur 1 an.

Cette page est réalisée en collaboration avec l'AGURAM avec les données de l'URSSAF Lorraine et de l'INSEE.

FRONTALIER

Hackathon* Santé QuattroPole C'est 4 fois mieux !



Les 1^{er} et 2 décembre, le réseau des villes **QuattroPole** organise son tout premier **hackathon** dédié à la santé en simultanément dans les quatre villes via une retransmission continue pendant deux jours. Une expérience unique et innovante pour un challenge transfrontalier inédit dans le domaine de la santé et plus de 20 000 euros de prix à gagner pour les meilleures solutions.

Il s'agira d'une grande première pour les quatre villes du réseau transfrontalier QuattroPole. Luxembourg, Metz, Sarrebruck et Trèves ont en effet décidé d'organiser leur QuattroPole Health Hackathon afin de créer une solution ou une approche de solution numérique à partir d'une question. Pour cette première édition, le thème choisi est la santé : de la santé mentale à la santé physique en passant par le sport jusqu'à la médecine et les soins de bien-être. Sur la base de données et/ou de problèmes concrets proposés par des entreprises partenaires du territoire, des équipes élaboreront en 24 heures des technologies et des solutions innovantes. Tout en se déroulant simultanément dans les quatre villes, le lieu principal de l'évènement sera la Ville de Sarrebruck. Chaque ville accueillera challengers et participants durant toute la durée de l'évènement et retranscrira, grâce à une connexion vidéo, l'évolution des opérations vers les autres villes. Dans ce dispositif, chaque ville disposera d'un grand écran sur lequel seront diffusées des images en provenance des trois autres villes : à Luxembourg-City Incubator (LCI) pour le

Luxembourg, à The Pool pour Metz, à East Side Fab pour Sarrebruck et à Medizin Campus, Römersaal der Vereinigte Hospitien pour Trèves.

Pourquoi le Hackathon ?

L'objectif du Hackathon sera de répondre à des problématiques numériques au sein du réseau QuattroPole grâce au travail et à la cohésion de groupes de participants issus des quatre villes. Pour les participants, il s'agira de contribuer à l'innovation santé en découvrant des méthodes de collaboration différentes au cours de cet évènement qui fédère des personnes aux compétences diverses et réunies durant un laps de temps limité autour d'un projet collaboratif. Dans cet esprit, chaque ville proposera des thématiques en fonction de ses compétences et spécificités et chaque équipe pourra concourir dans la ville de son choix et/ou selon le défi qui aura retenu son attention. Il y aura deux challenges par ville à hauteur de 3 000 euros chacun. À la fin de ces deux jours de marathon numérique, un jury d'experts se réunira et récompensera les meilleures solutions pour les différents défis. Les "challenges" sont

au cœur du Health Hackathon : ce sont les problématiques ou défis sur lesquels travaillent les participants pendant les deux jours qui vont venir enrichir le secteur de la santé par le numérique. Le numérique appliqué à la santé est un véritable enjeu de santé publique, souvent compliqué dans l'approche, ne serait-ce en raison du décalage significatif de langage observé entre ceux qui sont à l'origine des innovations médicales et ceux qui vont les exploiter. Pour une raison simple, les profils des intéressés sont tellement différents que la communication est le plus souvent biaisée, voire laborieuse. Le Hackathon doit donc justement permettre de réunir des profils intrinsèquement différents qui vont se compléter, des sensibilités diverses qui peuvent résolument converger vers des solutions de santé tournées vers l'avenir.

* Le mot "Hackathon" est la contraction des mots "hack" ou "hacking" et "marathon". Il s'agit d'un évènement au cours duquel des spécialistes se réunissent durant plusieurs jours autour d'un projet collaboratif de programmation informatique ou de création numérique.

Les deux challenges portés par l'Eurométropole de Metz

2 challenges pour 2 objectifs d'intérêt général qui ont vocation à résoudre des problématiques de santé publique sur le territoire de l'Eurométropole de Metz. Une compétition d'innovation dont les thématiques des deux challenges ont été formulées en fonction des besoins relevés par l'agence Inspire Metz

Challenge Fonds de Dotation MERCY / CHR METZ THIONVILLE Défi « Qualité de vie au travail, innovation et respect de l'environnement »

Le challenge proposé est d'imaginer des alternatives pour accompagner les personnels soignants dans l'amélioration de leur accès au travail afin de réduire ou rendre moins impactant les effets du trajet (fatigue, stress mais aussi carburants et donc souci de l'environnement...) avant même d'arriver sur le lieu de travail. Les déplacements vers le lieu de travail constituent un élément prégnant de la journée de travail : par exemple, les accidents de trajet représentent une part importante des accidents de la route.

Challenge UNEOS (Groupement des hôpitaux privés de Metz) Défi « Mobilité dans l'enceinte des établissements hospitaliers »

Le challenge proposé est de concevoir un outil d'aide au déplacement des patients au sein des établissements du groupe UNEOS. L'objectif est de pouvoir améliorer les flux de circulation et surtout l'expérience des patients lors de leur séjour au sein des établissements UNEOS en leur proposant un outil ou une application simple, ergonomique et accessible, leur permettant de se repérer facilement dans l'hôpital de manière instantanée.

La Distillerie de Mélanie La mirabelle sans frontières

Mélanie et Cédric Demange ont repris dès 2009 la Distillerie Maucourt, une entreprise familiale réputée dont ils ont su exploiter les atouts au fil d'une diversification exemplaire. Une démarche de développement qui séduit largement les consommateurs étrangers et dont Cédric Demange nous explique les fondements.



Cédric Demange, associé et époux de Mélanie Demange

Comment passe-t-on d'une distillerie familiale et locale à un modèle de développement moderne dédié au marché national et international ?

Nous n'avions pas le choix ! Pour augmenter nos ventes, il nous fallait plus de visibilité, ce qui manquait à la précédente entreprise, résolument locale avec une renommée réelle mais dont l'inscription manquait de modernité. Mélanie qui a repris l'affaire et qui connaissait bien l'entreprise a vu de suite l'intérêt d'élargir la clientèle. Notre diversification se devait d'être adaptée aux producteurs de fruits que nous sommes. Quand nous avons racheté l'entreprise, il était évident que nous devions mettre en place un plan pour vendre plus. L'objectif était d'aller vers une nouvelle clientèle, avec en premier lieu, la création d'un site internet et la vente en ligne. Pour conforter notre identité, nous avons conservé le nom Maucourt jusqu'en 2015 et avons opté pour « La Distillerie de Mélanie » à la sortie d'une nouvelle gamme de produits comprenant liqueurs*, crèmes, apéritifs et des jus de fruit pour les enfants. Puis, en novembre 2019, nous avons ouvert un deuxième point de vente au marché couvert de Metz. Aujourd'hui, notre entreprise s'est bien développée puisque nous avons augmenté notre chiffre d'affaires de près de 50 % depuis 2009.

Parmi vos clients, vous comptez de nombreux clients étrangers ?

Oui, des Allemands mais aussi des Luxembourgeois et des Belges. Comme nous sommes limitrophes et qu'ils apprécient Metz, vraie destination touristique, ils viennent souvent. Après, nous voyons aussi, au moment du marché de Noël de Metz, des Chinois, des Russes, des Anglais et des Américains. Nous avons des clients aux quatre coins de l'hexagone et des étrangers qui veulent ramener de leur séjour des produits locaux, notamment, la fameuse mirabelle, l'emblème de la Lorraine. Concernant les Allemands, il faut souligner que les chaînes de TV allemandes viennent régulièrement faire des reportages pendant la période des mirabelles.

Et c'est tellement viral, qu'après leurs diffusions les commandes s'enchaînent. Sinon, nous accueillons aussi près de 60 bus par an sur l'exploitation à Marieulles avec le concours de l'agence Inspire Metz - Office de Tourisme et des tours opérateurs, principalement des Allemands. Rien que du 15 novembre au 31 décembre, nous attendons 3 bus par semaines. Les Allemands, c'est une longue histoire ! 30 % de notre eau de vie mirabelle part en export en Allemagne chez le caviste Jacques's Wein-Depot.

Qu'est-ce que les touristes vous achètent de préférence ?

Pour les femmes, c'est plutôt des produits dérivés : des confitures, des sirops et des conserves de fruit. Les hommes se tournent majoritairement vers l'eau de vie, la mirabelle de Lorraine.

Qu'est-ce qui leur plaît ?

Indéniablement le produit artisanal et local. Le fait que nous maîtrisons toute la chaîne de la production jusqu'à la fabrication. Ils apprécient que tout soit fait chez nous, cela les rassure. Comme en plus nous sommes les seuls de Moselle à avoir l'AOC**, pour eux, c'est aussi un gage de qualité. Nos prédécesseurs étaient connus pour la qualité de leurs produits donc nous avons cette même exigence de fabrication. On a investi dans du matériel plus récent ce qui nous apporte des améliorations en termes de production. Nous sommes en culture raisonnée, ce qui nous conduit à

faire beaucoup moins d'interventions dans les vergers. C'est une question qui se pose dorénavant, les gens se sentent concernés.

Vous avez des projets en perspective ?

Trouver des solutions au réchauffement climatique qui a un gros impact sur la production. Cela fait 4 ans que nous ne faisons pas de récolte correcte. Pour s'assurer une année de vente en eau de vie, nous avons besoin, au minimum, de nous appuyer sur 50 tonnes de mirabelles. Depuis 4 ans, on récolte moins de 25 tonnes ! Car pour qu'elle soit à son summum, la mirabelle ne doit pas supporter des températures au-dessus de 26 degrés.

Distillerie de Mélanie
Exploitation + magasin de vente
2 rue des Vignerons
57420 Marieulles - Vezon
Tel : 03 87 52 80 72

Distillerie de Mélanie - la Boutique
Marché Couvert de Metz
(au pied de la cathédrale)
57000 METZ

www.distilleriedemelanie.fr

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.
À consommer avec modération.

**Appellation d'origine contrôlée

INTERNATIONAL

NOUVEL ARRIVANT



Maëlle Ferré dans sa boutique, en Chaplerue

Cosmic Waves

La boutique pas comme les autres

Maëlle Ferré, entrepreneuse messine s'est installée en Chaplerue à Metz pour proposer un concept store qui souligne subtilement le potentiel d'attractivité de chaque article qu'elle propose.

Rencontre avec une jeune femme inspirée.

« J'ai eu un coup de cœur immédiat ! J'ai beaucoup cherché avant de trouver ce local. C'était le 13 janvier. Même si à la base je cherchais 100 m², je voulais plus grand car je veux aussi proposer des expositions, des cafés littéraires... Mais mon projet était trop grand donc je l'ai ajusté à mes possibilités économiques alors quand j'ai vu ce local, je me suis dit que c'est à cet endroit que j'avais envie d'être. Je me souviens encore du Republicain Lorrain en face, du café de la Presse à côté, c'est un lieu de vie qui nous raconte ! C'est très inspirant pour affirmer son identité et l'exprimer dans un lieu qui a une belle histoire ». La boutique vous fait de l'œil rien qu'en passant. La lumière, la sélection d'objets exposés en vitrine, les vêtements streetwear et confortables, l'ambiance chic et énergique donnent lieu à des arrêts intempestifs qui se transforment vite en visites inévitables. Des hommes, des femmes de tout âge entrent pour découvrir ce qu'ils ne trouveront nulle part ailleurs. Car Maëlle Ferré a ce don de donner à voir. Sans doute que le passé de la jeune femme dans l'événementiel lui confère cette habilité à mieux appréhender l'objet de « l'entertainment* intérieur », celui qui souligne le lien entre l'agréable et l'utile et les rend irrésistibles. Car il y faut bien du talent, ou du moins, une sensibilité à fleur de cuir pour trouver ce qui vous manque et que vous n'envisagiez pas avant d'entrer dans la boutique. Le décor est forcément un sésame qui compte, le rose tutoie subtilement le gris et le noir comme pour unifier les contradictions qui nous traversent, de la brutalité du béton à la sophistication de la fourrure synthétique rose qui habille les murs de la cabine d'essayage. Des photos hyper graphiques d'un photographe du cru sur les murs aux livres en noir et blanc sur les capitales faites pour le scope, des bijoux discrètement spectaculaires, des flacons lithuaniens aux senteurs inédites.

« Cosmic waves est un concept store qui vient de l'inspiration de mes voyages. Je me suis inspirée des États-Unis. De Miami à Los Angeles, vous trouvez des boutiques qui sont de véritables destinations et qui n'ont rien à voir avec ce que l'on trouve habituellement avec des propositions qui allient fantaisie et audace. Ce concept store est un mélange de toutes mes envies et un concentré de ce que j'aime. « Je voulais me différencier des concepts stores tels qu'on les entend en France. Ils se ressemblent beaucoup, ils travaillent tous avec les mêmes marques et les mêmes fournisseurs. Il garde le plus souvent le concept du multimarque. Avoir des contrats avec certaines marques et s'y tenir toute l'année, avoir les mêmes produits et simplement les adapter aux collections, très peu pour moi ! Dans mon idée, un concept store, doit permettre de faire découvrir des créateurs émergents, de faire connaître des marques, de changer très souvent de produits et d'univers. Pour moi c'est modulable à l'infini. Ici, je veux me permettre de changer d'univers régulièrement pour que les gens ne se lassent pas, de ne pas avoir de contrats qui me lient à une marque toute l'année et d'avoir la liberté de choisir mes créateurs. C'est pour cette raison que j'ai choisi de ne pas trop acheter, de ne pas avoir un stock délirant. Cela me permet de me renouveler et de proposer à ma clientèle des pièces uniques qu'ils ne retrouveront pas ailleurs ».

Nouvelle vague

La jeune femme veut s'éloigner du modèle de franchises et marques multinationales, du fast fashion** et proposer à ses clients quelque chose de nouveau à chaque fois qu'ils viennent dans son magasin. Des marques partenaires qu'ils ne connaissent pas, le plus souvent issues de e-shop***, car elles n'ont pas les moyens d'ouvrir des boutiques traditionnelles ou éphémères. « L'avantage, quand je suis en rupture de stock, c'est que je peux les envoyer directement sur le site

de la marque. Et s'ils préfèrent, je fais livrer la pièce à la boutique ». Son étude de marché, Maëlle l'a faite avec attention car elle savait que son projet ambitieux était forcément risqué. « J'ai beaucoup réfléchi avant de me lancer, j'ai étudié, sondé et alors que je visais un public de 18-35 ans je me rends compte que ma clientèle est beaucoup plus large. J'ai un commerce de proximité dans un endroit qui raconte une histoire, j'ai combiné tout ce que j'aime, la décoration, les vêtements, les bijoux. On n'est pas obligé de se limiter, on peut faire différemment, on peut vendre autrement. Les lignes bougent car l'attente des consommateurs n'est plus la même. On peut tout proposer à partir du moment où on est en accord avec ce qu'on propose. Aujourd'hui ce lieu existe alors tout est possible ! »

* Divertissement

** fast fashion : mode express

*** Boutique en ligne

Cosmic Waves
3 en Chaplerue à Metz
06 23 21 02 81



NOVEMBRE

CCI Moselle Métropole Metz
Les 16 et 17 novembre de 9h à 17h
Université de l'immobilier – 2 journées de formations pour les professionnels de l'immobilier
À la CCI Moselle
Inscription : www.moselle.cci.fr

CMA de la Moselle
Vendredi 17 novembre de 14h à 15h
Réunion d'information à la création et reprise d'entreprise
À la CMA 57
Inscription : www.cma-moselle.fr

Du 20 au 23 novembre de 9h à 17h
« GO ! Salon de la création-reprise d'entreprise »
Webinaire et rdv en vidéo
Salon coorganisé par la CCI 57 et la CMA Moselle
Inscription sur www.salon-go.fr

SAEML Metz Techno'pôles
Mardi 21 novembre de 8h à 10h
Atelier de la Communication « L'intelligence artificielle pour optimiser sa communication »
Au CESCO
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

Vendredi 24 novembre de 9h à 17h
« GO ! Salon de la création-reprise d'entreprise »
Porteurs de projets, envie de créer ou de reprendre une entreprise ?
Rencontrez plus de 40 conseillers et experts !
En présentiel à la CMA 57
Inscription sur www.salon-go.fr

CCI Moselle Métropole Metz
Lundi 27 novembre de 14h à 19h30
Ateliers de l'intelligence numérique – Salon à destination des dirigeants d'entreprise
Au Centre de convention Metz Technopôle
Inscription : www.moselle.cci.fr

WTC Metz-Saarbrücken
Mardi 28 novembre à 18h
Afterwork : « Grenzenlos Geschäfte machen le Franco-allemand, quel potentiel ? »
À la mairie de Sarrebruck

SAEML Metz Techno'pôles
Mercredi 29 novembre de 8h15 à 10h
Matinale Entrepreneuriale « Comment choisir son statut juridique, fiscal et social ? »
Au CESCO
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

CCI Moselle Métropole Metz
Mercredi 29 novembre de 8h30 à 10h
4^{ème} rendez-vous des Ateliers juridiques-RH consacrés au pouvoir disciplinaire dans la relation entreprise/salariés
À la CCI Moselle
Inscription : www.moselle.cci.fr

Club Metz Eurométropole
Mercredi 29 novembre à 18h
11^{ème} édition du Trophée mc6 - La finale
Amphithéâtre du CESCO
Inscription : www.leclubmetzeurometropole.fr

CMA de la Moselle
Jeudi 30 novembre à 9h
Atelier « Commande publique : comment rédiger et améliorer mon mémoire technique ? »
À la CMA 57
Inscription : cma-moselle.fr

SAEML Metz Techno'pôles
Jeudi 30 novembre de 8h15 à 10h
Matinale d'Expertise « Comment adapter vos pratiques managériales pour un succès durable ? »
Au CESCO
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

DÉCEMBRE

CMA de la Moselle
Vendredi 1^{er} décembre de 14h à 15h
Atelier création-reprise d'entreprise
En ligne - Inscription : cma-moselle.fr

WTC Metz-Saarbrücken
Les 1^{er} et 2 décembre
Hackathon Santé du Quattropole
Concomitamment dans les 4 villes de Trèves, Metz Sarrebruck et Luxembourg

CCI Moselle Métropole Metz
Du 4 au 8 décembre
Stage de 5 jours pour les créateurs repreneurs d'entreprise
À CCI Moselle
Inscription : www.moselle.cci.fr

SAEML Metz Techno'pôles
Mardi 5 décembre de 8h15 à 10h
Atelier de l'Actualité Juridique, Fiscale et Sociale « Actualité en droit social »
Au CESCO
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

Club Metz Eurométropole
Mercredi 6 décembre à 8h
Petit Déjeuner - Saint Nicolas et Solidarité
Inscription : www.leclubmetzeurometropole.fr

CMA de la Moselle
Mercredi 6 décembre à 10h
« Comment protéger ma marque et mes produits ? »
En ligne - Inscription : cma-moselle.fr

SAEML Metz Techno'pôles
Mercredi 6 décembre de 8h15 à 10h
Masterclass Enjeux RSE « Le rôle de l'entreprise dans les violences faites aux femmes »
Au CESCO
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

CCI Moselle Métropole Metz
Jeudi 7 décembre de 8h à 10h
Atelier consacré à la croissance externe des entreprises
À CCI Moselle
Inscription : www.moselle.cci.fr

CCI Moselle Métropole Metz
Jeudi 7 décembre de 9h à 12h
Permanence du CIP Moselle pour les entreprises en difficulté
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

CCI Moselle Métropole Metz
Mardi 12 décembre de 8h30 à 10h
5^{ème} rendez-vous des Ateliers RH-juridiques dédié à la rupture du contrat de travail
À CCI Moselle
Inscription : www.moselle.cci.fr

SAEML Metz Techno'pôles
Mercredi 13 décembre de 8h15 à 10h
Matinale Entrepreneuriale « Réussir sa transmission/reprise d'entreprise »
Au CESCO
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

Metz Expo Événements
Les 13 et 14 décembre
Salon MICE The MIX
À Metz Congrès Robert Schuman

CMA de la Moselle
Jeudi 14 décembre de 8h à 10h30
Réunion d'information à la création et reprise d'entreprise
À la CMA
Inscription : cma-moselle.fr

SAEML Metz Techno'pôles
Jeudi 14 décembre de 8h15 à 10h00
Matinale d'Expertise « Tout savoir sur la facturation électronique »
Au CESCO
Inscription : myreseau@metztechnopoles.fr

WTC Metz-Saarbrücken
Vendredi 15 décembre à 20h
Soirée Prestige du WTC en partenariat avec Le Concert Lorrain
Grande Salle de l'Arsenal - Metz

CMA de la Moselle
Vendredi 15 décembre de 14h à 15h
Réunion d'information à la création et reprise d'entreprise
À la CMA
Inscription : cma-moselle.fr

JANVIER

CMA de la Moselle
Vendredi 5 janvier de 14h à 15h
Réunion d'information à la création et reprise d'entreprise
En ligne - Inscription : cma-moselle.fr

CMA de la Moselle
Vendredi 19 janvier de 14h à 15h
Réunion d'information à la création et reprise d'entreprise
À la CMA
Inscription : cma-moselle.fr

Metz Expo Événements
Les 23 et 24 janvier
Urbest, le salon des maires et des décideurs de l'Espace Public du Grand Est
Centre Foires & Conventions Eurométropole de Metz

ÉVÉNEMENTS ET SALONS DE L'AGENCE INSPIRE METZ

Retrouvez l'équipe du pôle Attractivité Économique :

Be 5.0 – Salon Industries du Futur

Mulhouse - Parc expo
28 et 29 novembre 2023

Stand collectif avec les agences de développement du Grand Est

SIMI – Salon de l'Immobilier d'Entreprise

Paris – Palais des Congrès
Du 12 au 14 décembre 2023

Sur le stand A021



Stand partagé des agences de développement économique du Grand Est présentes lors de l'édition 2022 du SIMI. Cette année l'agence Inspire Metz sera présente aux côtés de Moselle Attractivité, Vosges&Co et Lorr'Up.

Pour plus d'informations :

www.investinmetz.com

Contact : tpignon@inspire-metz.com

L'AGENDA

UN ÉVÈNEMENT
NOËLS
DE MOSELLE

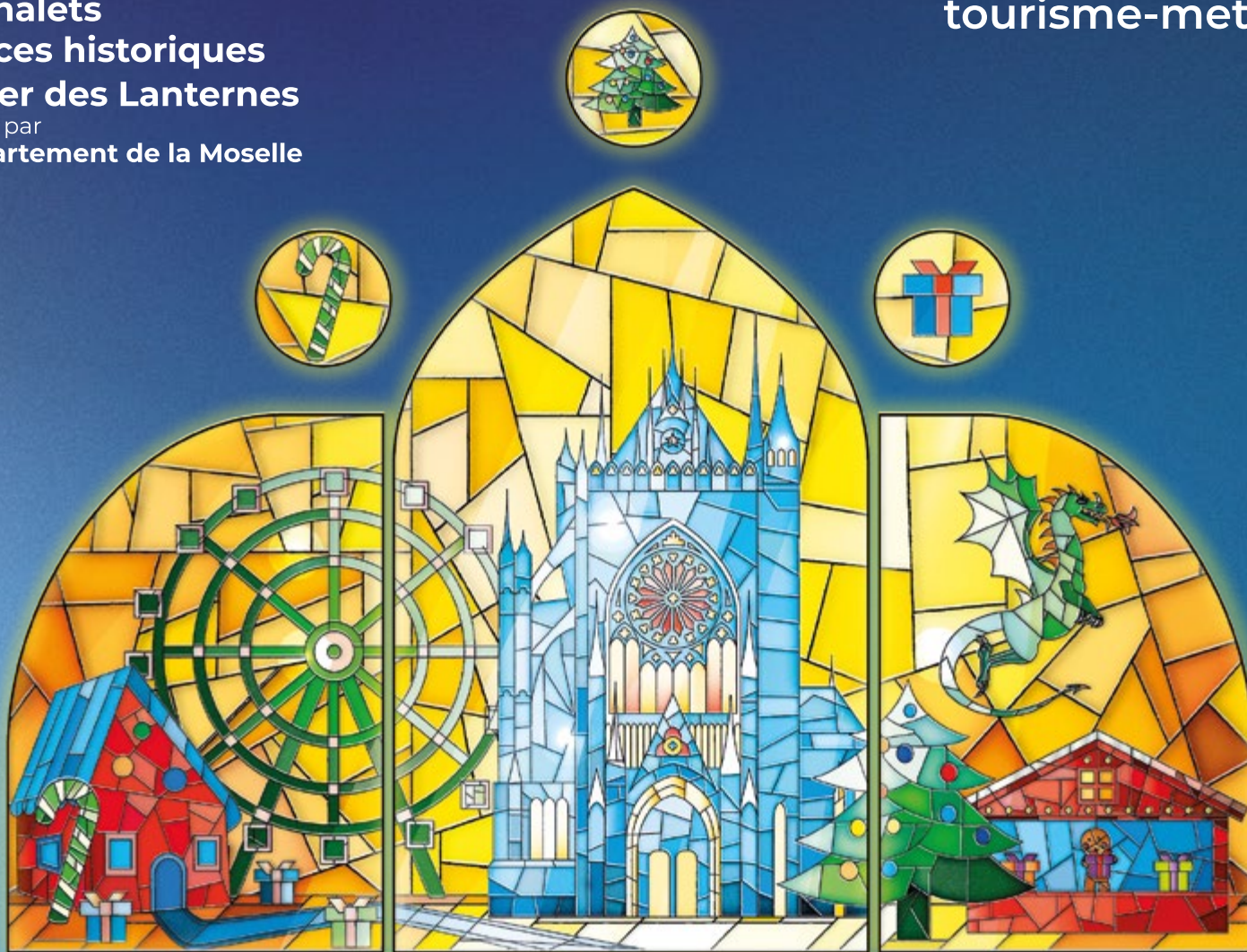
MARCHÉ DE NOËL À METZ



Lumières d'Europe

- 125 chalets
- 5 places historiques
- Sentier des Lanternes
proposé par
le Département de la Moselle

tourisme-metz.com



Du 24 novembre au 30 décembre 2023



©Lab Agency



du 30 novembre au 07 décembre
Scannez et votez
pour que Metz soit élue au concours
du plus beau marché de Noël d'Europe !
Allez directement sur Metz/ 1 clic = 1 vote définitif



La présente revue ainsi que tous les éléments la composant sont la propriété exclusive de l'agence Inspire Metz. Toute reproduction, imitation, adaptation, totale ou partielle, sans l'autorisation de l'agence Inspire Metz, sont interdites.



Abonnement



Vous souhaitez vous abonner
au «Journal Économique Eurométropole de Metz» ?
Flashez le QR code ci-dessus et remplissez le formulaire
ou envoyez un mail à info@inspire-metz.com

Dans le cadre de la réglementation RGPD, vous pouvez retirer à tout moment
votre consentement au traitement de vos données et vous désabonner du
«Journal Économique de l'Eurométropole de Metz». Pour exercer vos droits
ou pour toute question, vous pouvez contacter l'agence Inspire Metz à
l'adresse suivante : info@inspire-metz.com

Mentions légales

Éditeur : Agence Inspire Metz, association inscrite au registre des associations du Tribunal d'Instance de Metz sous
le volume 176-Folio n°168 ayant son siège 2 place d'Armes J.F. Blondel, 57000 Metz représentée par son Président.
N° de Siret : 832084412 00010 - Code APE 79902

Mise en page : Indola Presse, 2 B Rue du Lavoisier, 57140 Woippy
Impression : Grenz-Echo/carine.duvivier@rossel.eu

Directeur de la publication : Cédric Gouth, Président de l'agence d'attractivité Inspire Metz

Responsable de la rédaction : Marina Lallement-Wagner, Directrice de la Communication, agence Inspire Metz
Rédaction : Olivier Plantecoste

Cet exemplaire ne peut être vendu.

Dépôt légal : Novembre 2023 / ISSN : 2802-0197

Tirage : 9110 exemplaires

L'agence Inspire Metz, agence d'attractivité au service de
l'Eurométropole de Metz, est soutenue financièrement par la
Région Grand Est.

