

RAPPORT ANNUEL D'ACTIVITÉ 2022



SOMMAIRE

03

ÉDITORIAL
RAPPORT MORAL

04 | 11

GOVERNANCE
ET STRATÉGIE
D'ATTRACTIVITÉ

12 | 23

MARKETING
TERRITORIAL

24 | 31

VALORISER LES
TALENTS LOCAUX

32 | 47

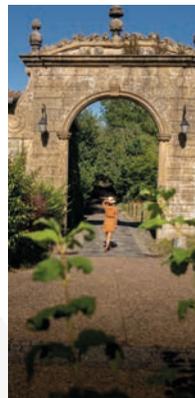
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

48 | 61

DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE

62 | 63

INSERTION
DES BRSA
DANS L'EMPLOI



ÉDITO

RAPPORT MORAL



Bien que l'année 2022 ait été caractérisée par un contexte social, sanitaire, environnemental, géopolitique et économique d'une complexité rarement connue depuis des décennies, ce rapport d'activité témoigne des nombreux succès engrangés par notre agence d'attractivité et ses partenaires mosellans.

“ Il appartient aussi à notre agence d'attractivité de contribuer aux réflexions stratégiques sur l'avenir de la Moselle et d'imaginer les moyens de lui offrir, durablement, les conditions de son attractivité et de son rayonnement ! ”

La dynamique économique demeure incontestablement vivace et s'est traduite par la poursuite d'importants investissements dans les territoires mosellans. Nous venons d'ailleurs d'enregistrer, au moment où je rédige cet éditorial, plusieurs succès et marques avancées d'intérêt dont notamment l'implantation du Consortium Suez-Loop-SK à Saint-Avold grâce à un remarquable travail collectif dans le cadre duquel Moselle Attractivité a joué un rôle essentiel.

La marque MOSL et le label Qualité MOSL continuent résolument de monter en puissance comme vient d'en témoigner l'enquête réalisée par un cabinet indépendant auprès d'un panel de 1000 mosellans : celle-ci révèle que 76% de nos concitoyens identifient, et pour leur grande majorité approuvent, ces 2 marques... Ce résultat obtenu 5 ans seulement après le lancement de Moselle Sans Limite constitue pour moi un réel motif de fierté et de satisfaction et doit nous inciter à poursuivre dans cette voie ! Il ne reste plus que 24 % de mosellans à mobiliser, dont les plus jeunes, autour de notre ambition d'une Moselle attractive et innovante...

2022 nous a également conduit à reconsidérer notre politique touristique dans le sens d'une plus grande exigence qualitative. Cette décision donnera lieu en 2023 à l'engagement d'une véritable stratégie de rupture pour que le tourisme devienne véritablement en Moselle un pilier durable de notre économie.

Nous avons déjà franchi des paliers significatifs en prenant l'année dernière, la parole par 2 fois sur TF1, à la fois pour promouvoir le tourisme estival mais aussi pour faire rayonner les Noëls de Moselle. Ces derniers ont pris une dimension nouvelle grâce à l'important travail d'accompagnement réalisé conjointement par Moselle Attractivité et Moselle Arts Vivants, désormais Moselle Agence Culturelle. Notre ambition partagée de faire de la Moselle une des grandes destinations européennes de Noël paraît désormais parfaitement atteignable et donnera lieu en 2023 à la poursuite et à l'accentuation de la dynamique de montée en gamme enclenchée aux côtés des territoires mosellans !

Enfin, je souhaite saluer la nouvelle stratégie initiée pour attirer et fidéliser les talents en Moselle qui commence désormais à se déployer. Si elle répond aujourd'hui à un besoin avéré, commun à l'ensemble des filières et entreprises mosellanes, elle doit aussi permettre de préparer le moyen et le long terme au moment où l'INSEE nous prédit, à l'horizon 2050 - 2070, une décline démographique sévère.

Et si nous attendons bien entendu de notre agence d'attractivité qu'elle soit en capacité de prendre en charge au quotidien de nombreuses missions directement opérationnelles, il lui appartient aussi de contribuer aux réflexions stratégiques sur l'avenir de la Moselle et d'imaginer les moyens de lui offrir, durablement, les conditions de son attractivité et de son rayonnement !

Patrick Weiten
Président de Moselle Attractivité
Président du Département de la Moselle
Ancien Député



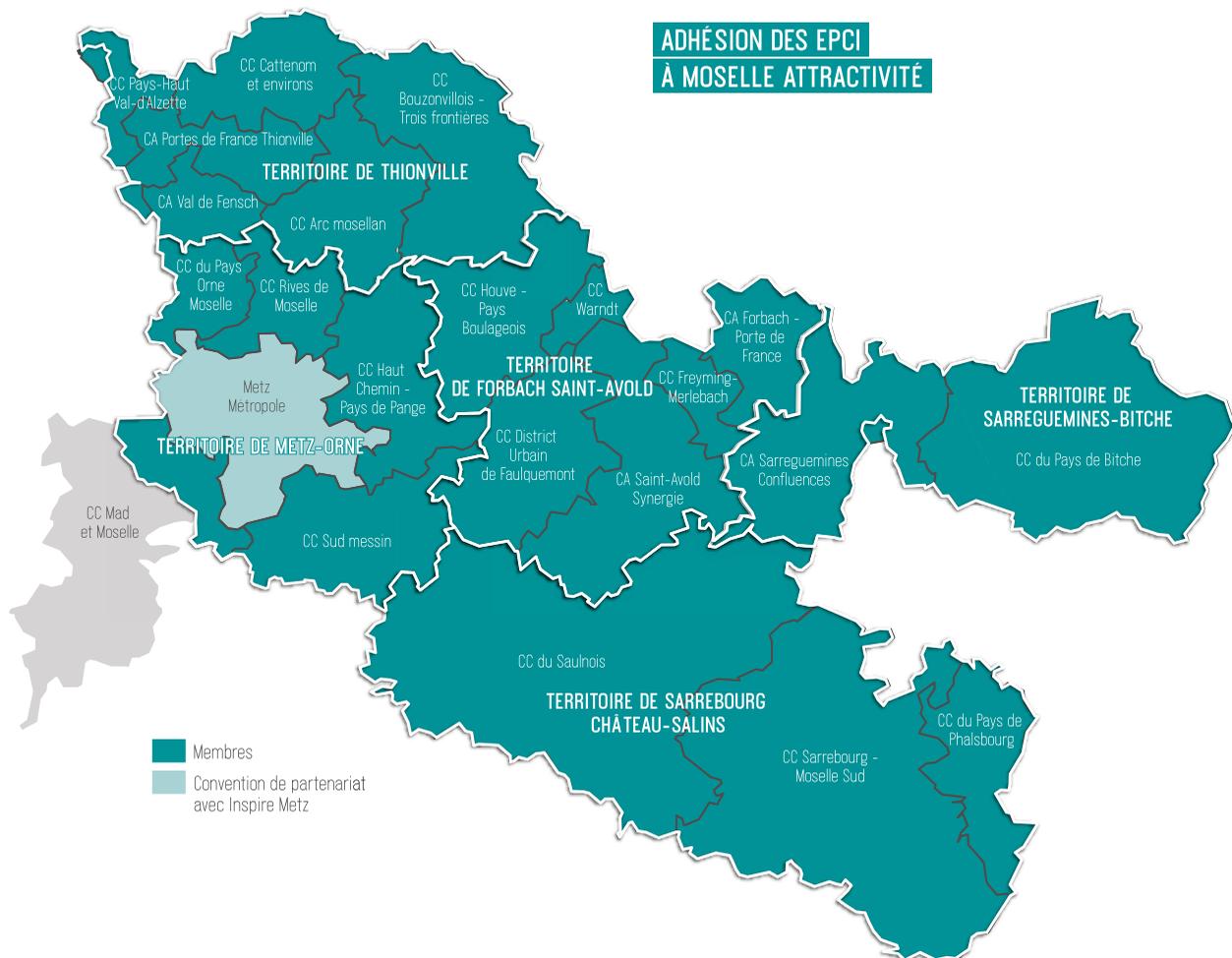
GOUVERNANCE ET STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ





L'exercice 2022 constitue le premier exercice complet de mandat pour la nouvelle gouvernance de l'association après le renouvellement du Conseil d'Administration et du Bureau intervenu fin 2021. Les travaux des instances se sont inscrits dans la continuité des exercices précédents, mais ont également engagé de nouvelles pistes de réflexion et d'actions.

L'année 2022 a également été caractérisée par un fort dynamisme des nouvelles adhésions, qui a permis de se rapprocher des 500 membres (478 membres). En ce qui concerne les EPCI, leur implication aux côtés de Moselle Attractivité s'inscrit désormais sur une durée plus longue avec la mise en place de conventions triennales 2022-2024.



VIE STATUTAIRE 2022

GOUVERNANCE

- / Patrick WEITEN, Président
- / Alexandre CASSARO, 1^{re} Vice-Président en charge du Développement Économique
- / Alexandre KEFF, Vice-Président en charge du Tourisme
- / Bernard GUIRKINGER, Vice-Président en charge du Marketing Territorial
- / Julien BOUTTER, Secrétaire
- / Jean-Pierre GEORGE, Trésorier

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Pour le Collège 1 :

- / Région Grand Est :
 - Alexandre CASSARO • Cédric GOUTH • Peggy MAZZERO
 - Brigitte TORLOTING • Marie-Claude VOINÇON
- / Département de la Moselle :
 - Armel CHABANE • Pierre CUNY • Julien FREYBURGER
 - Bernard SIMON • Patrick WEITEN
- / Représentants des EPCI
 - Territoire de Forbach-Saint-Avold :
CC du District Urbain de Faulquemont - François LAVERGNE
 - Territoire de Metz/Orne :
CC Pays Orne Moselle - Lionel FOURNIER
 - Territoire de Sarrebourg-Château-Salins :
CC du Pays de Phalsbourg - Christian UNTEREINER
 - Territoire de Sarreguemines-Bitche :
CC du Pays de Bitche - David SUCK
 - Territoire de Thionville :
CA du Val de Fensch - Michel LIEBGOTT

Pour le Collège 2 :

- / Représentant des Offices de Tourisme : Destination Amnéville - Eric MUNIER
- / Représentant des sites touristiques : Parc animalier de Sainte-Croix - Laurent SINGER
- / Représentant des Restaurateurs : Domaine de la Klaus - Alexandre KEFF
- / Représentant de l'UDOT : Serge WEIL
- / Représentant de l'UMIH : Christophe THIRIET

Pour le Collège 3 :

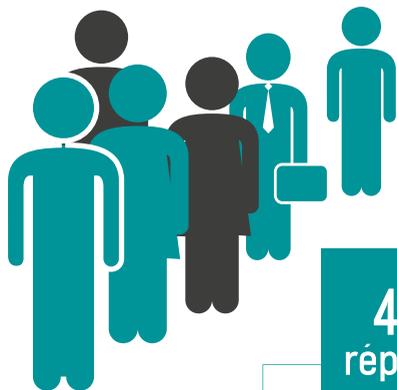
- / Représentants des entreprises ou réseaux de chefs d'entreprise :
 - Territoire de Forbach-Saint-Avold :
B EST - Barthélémy JEANROCH
 - Territoire de Metz/Orne :
Groupe SOS - Bernard GUIRKINGER
 - Territoire de Sarrebourg-Château-Salins :
Eurosérum - Fabien POUPON
 - Territoire de Sarreguemines-Bitche :
CONTINENTAL - John MOCQUERY
 - Territoire de Thionville :
Entreprendre en Lorraine Nord - Jean-Pierre GEORGE
- / Représentant des Chambres Consulaires :
Chambre d'Agriculture - Xavier LEROND

Pour le Collège 4 :

- / ENIM - Pierre CHEVRIER
- / Moselle TV - Jérôme BERGEROT
- / Open de Moselle SAS - Julien BOUTTER
- / Inspire Metz - Corinne FRIOT-DUBOIS

VIE STATUTAIRE

2022



472 MEMBRES
répartis en 4 collèges

(au 31/05/23)

COLLÈGE 1 : collectivités locales

25 membres dont 22 EPCI

COLLÈGE 2 : acteurs touristiques

139 membres

COLLÈGE 3 : acteurs économiques

270 membres

COLLÈGE 4 : autres acteurs de l'attractivité

38 membres



5 RÉUNIONS
organisées en 2022

Bureau

7 mars 2022

19 mai 2022

Conseil d'Administration

17 mars 2022

2 juin 2022

Assemblée Générale

7 juillet 2022

Au-delà des réunions statutaires, et afin de maintenir un lien et un échange avec chaque membre, des newsletters mettant en exergue l'actualité de Moselle Attractivité sont diffusées. Ainsi en 2022, 5 newsletters ont été adressées à l'ensemble des membres.

UNE STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ ARTICULÉE AUTOUR DE QUATRE OBJECTIFS, PORTÉS CHACUN PAR UN PÔLE

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MOSELLE PAR LA PROMOTION ET LE MARKETING TERRITORIAL



- **FAIRE PROGRESSER LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE** : visibilité de la marque lors des grands événements, sur les réseaux sociaux et appropriation par l'ensemble des acteurs.
- **CONSTRUIRE LE POSITIONNEMENT « SANS LIMITE »** : mise en valeur des événements et pépites des territoires.
- **CONTRIBUER À L'APPROPRIATION DE LA MARQUE ET DÉVELOPPER LE RÉSEAU MOSL** : création, développement et animation du réseau des Ambassadeurs MOSL.
- **VALORISER LA PRODUCTION MOSELLANE ET LES CIRCUITS COURTS** : développement et promotion du réseau des agréés Qualité MOSL (producteurs, artisans, restaurants, sites touristiques, hébergements touristiques)

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MOSELLE PAR LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



- **POSITIONNER MOSELLE ATTRACTIVITÉ AU COEUR DE L'ECOSYSTEME TOURISTIQUE DEPARTEMENTAL** : animation, mise en réseau et structuration, professionnalisation de l'offre et des services : MOSL Académie Tourisme, conseil aux porteurs de projets...
- **DÉVELOPPER ET QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE** : Restaurants, sites et hébergements Qualité MOSL, label Clevacances, itinérance et activités de pleine nature, soutien aux investissements touristiques...La montée en gamme de l'offre touristique doit pouvoir concourir à inverser la part des excursionnistes au profit des séjournants, générateurs de retombées économiques plus conséquentes pour les territoires.
- **PROMOUVOIR LA DESTINATION TOURISTIQUE MOSELLE** : réalisation de campagnes de promotion de la Destination Moselle, accompagnement à la commercialisation de produits touristiques

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MOSELLE PAR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE



- **ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES TERRITOIRES**, dans des cadres endogène et exogène de proximité.
- **DÉVELOPPER ET VALORISER, EN LIEN AVEC LES TERRITOIRES, LES FILIÈRES CLÉS DE LA MOSELLE** comme la logistique, les matériaux, l'agroalimentaire, l'économie circulaire et les cleantechs...
- **PROMOUVOIR LA MOSELLE COMME TERRITOIRE D'IMPLANTATION ÉCONOMIQUE** et produire des éléments de prospective permettant d'identifier et de répondre aux besoins des entreprises du territoire notamment dans le cadre contraint de la loi climat et résilience (ZAN).

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MOSELLE PAR L'INSERTION DES BÉNÉFICIAIRES DU RSA DANS L'EMPLOI



- **POSITIONNER MOSELLE ATTRACTIVITÉ COMME UN ACTEUR DE L'EMPLOI** sur les territoires par l'insertion durable des bénéficiaires du RSA
- **ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES** pour détecter leurs besoins en recrutement, recueillir leurs offres d'emploi et contribuer à y répondre
- **CONTRIBUER A LA REMISE A L'EMPLOI DES BRSA**
- **PROMOUVOIR LA PLATEFORME JOBS7** pour faciliter le retour à l'emploi des BRSA grâce à l'**UTILISATION D'UN OUTIL NUMÉRIQUE DEDIE**

N.B. : cette mission a pris fin le 31/12/22.





RESSOURCES HUMAINES (au 02/05/2023)

PRÉSIDENTE

/ Patrick WEITEN
Président

DIRECTION

/ Michel SAINT-PÉ
Directeur Général
michel.saint-pe@moselle-attractivite.fr

/ Gilles GASPARD
Secrétaire Général
gilles.gaspard@moselle-attractivite.fr

/ Angélique CALBA-SELIG
Assistante de Direction
angelique.calba-selig@moselle-attractivite.fr

/ Adriana MULLER
Responsable administratif et financier
adriana.muller@moselle-attractivite.fr

/ Patricia STOUFFLET
Assistante administration & finances
patricia.stoufflet@moselle-attractivite.fr

/ Nathalie BECKEL
Assistante polyvalente
nathalie.beckel@moselle-attractivite.fr

PÔLE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

/ Louis EXERTIER
Directeur du pôle développement économique
louis.exertier@moselle-attractivite.fr

/ Jean-Paul SCHMITT
Chargé de mission accompagnement des entreprises
jean-paul.schmitt@moselle-attractivite.fr

/ Céline LECUYER
Chargée de mission "veille,
bases de données, observation"
celine.lecuyer@moselle-attractivite.fr

/ Audrey DUPONT
Réfèrent territorial
> Territoire de Sarreguemines
> Bitche
audrey.dupont@moselle-attractivite.fr

/ Florence BENOIT
Réfèrent territorial
> Territoire de Metz-Orne
florence.benoit@moselle-attractivite.fr

/ Anne ZASKURSKI
Réfèrent territorial
> Territoire de Forbach
> Saint-Avold
anne.zaskurski@moselle-attractivite.fr

/ Madeleine SIEVERS
Réfèrent territorial
> Territoire de Sarrebourg
> Château-Salins
madeleine.sievers@moselle-attractivite.fr

/ Jennifer OLSZOWY
Réfèrent territorial
> Territoire de Thionville
jennifer.olszowy@moselle-attractivite.fr

/ Joëlle BENJELLOUN
Assistante du pôle développement économique
joelle.benjelloun@moselle-attractivite.fr



PÔLE MARKETING TERRITORIAL

- / Marie VANDERMERSCH
Directrice du pôle Marketing Territorial
marie.vandermersch@moselle-attractivite.fr
- / Virginie BOULANGER
Responsable de marque
virginie.boulanger@moselle-attractivite.fr
- / Pascale VIBERT
Chargée de promotion
pascale.vibert@moselle-attractivite.fr
- / Sylvia FAIGEL
Chargée de promotion
sylvia.faigel@moselle-attractivite.fr
- / Alicia FINK
Digital Manager
alicia.fink@moselle-attractivite.fr
- / Joël BIENDICHO
Web manager / gestionnaire du système
d'information
joelbiendicho@moselle-attractivite.fr
- / Clémence DAVIRON
Attachée de presse
clemence.daviron@moselle-attractivite.fr
- / Clément PRONOST
Chargé de mission Ambassadeurs
clement.pronost@moselle-attractivite.fr
- / Angela SCHOL
Assistante du pôle Marketing Territorial
angela.schol@moselle-attractivite.fr
- / Anna-Rose BADER
Apprentie
anna-rose.bader@moselle-attractivite.fr
- / Morgane MAZILLE
Apprentie
morgane.mazille@moselle-attractivite.fr

PÔLE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- / Eric WEISS
Directeur du pôle développement touristique
eric.weiss@moselle-attractivite.fr
- / Raoul DUFOUR
Chef de service investissements et accompagnement
des porteurs de projets touristiques
raoul.dufour@moselle-attractivite.fr
- / Thomas BROUCK
Chef de service ingénierie touristique et montée
en gamme de l'offre
thomas.brouck@moselle-attractivite.fr
- / Ursula BARTHE
Chargée de mission qualification de l'offre
et animation des labels
ursula.barthe@moselle-attractivite.fr
- / Daniel BAILLY
Chargé de mission ingénierie territoriale
daniel.bailly@moselle-attractivite.fr
- / Agnès SAINT-PÉ
Chargée de mission instruction des demandes
d'aides en matière d'investissements touristiques
agnes.saint-pe@moselle-attractivite.fr
- / Anne MESSMER
Cheffe de projet production d'offres touristiques
anne.messmere@moselle-attractivite.fr
- / Nathalie KLAINE
Assistante du pôle développement touristique
nathalie.klaine@moselle-attractivite.fr
- / Léa MICHEL
Apprentie
lea.michel@moselle-attractivite.fr





MARKETING TERRITORIAL



ÉDITO

76% soit plus de 3 Mosellans sur 4... Voici un indicateur plus que positif qui donne une incontestable valeur au travail entrepris par notre agence partagée depuis 5 ans !

De quoi s'agit-il ? En novembre 2022, Moselle Attractivité a chargé un cabinet extérieur d'évaluer la perception qu'avaient les Mosellans de leur Département ainsi que la notoriété de la marque MOSL et de son agrément Qualité MOSL. Un panel représentatif de 1000 Mosellans a ainsi été questionné et 76% d'entre eux ont indiqué reconnaître la marque Moselle Sans Limite et, pour la grande majorité, l'apprécier. Ce résultat conforte la stratégie entreprise depuis 5 ans et donne à l'agence une

“ 76% d'entre eux ont indiqué reconnaître la marque Moselle Sans Limite et, pour la grande majorité, l'apprécier. ”

légitimité renouvelée pour poursuivre et faire monter en puissance ses actions de marketing territorial dans les années à venir.

L'année 2022 a également permis aux grands événements qui avaient été malmenés les années précédentes de revenir sur le devant de la scène : le Moselle Open, la Foire Internationale de Metz avec une spectaculaire mise en scène des talents pâtisseries, la Fête des Vins de Moselle, le festival Bêtes et Sorcières et enfin les Noëls de Moselle dont le rayonnement s'est, cette année, encore accru. Tous ces temps forts emblématiques ont vu affluer un public heureux de pouvoir enfin renouer avec des rendez-vous de qualité qui font l'animation et l'attractivité de notre territoire.

L'appétence pour le local et les circuits courts ne s'est, quant à elle, pas démentie, bien au contraire... Qualité MOSL est de plus en plus au cœur de l'action de Moselle Attractivité avec désormais plus de 500 agréés. Les bénéfices de cette marque de confiance sont mesurables, puisque les agréés nous confirment jour après jour, que le label a un véritable effet positif



sur leur business et leurs relations partenariales. S'il est bien implanté en Moselle, il reste désormais à l'exporter au-delà de nos frontières territoriales pour faire connaître à l'extérieur nos savoir-faire, notre offre touristique, et plus généralement la qualité de vie mosellane !

La Moselle est un territoire où il fait bon vivre, mais où il fait aussi bon travailler. Ainsi, dans un contexte de pénurie globale de main d'œuvre relevée par l'ensemble des secteurs d'activité, Moselle Attractivité a engagé au printemps dernier une démarche relative à l'Attraction et la Fidélisation des Talents en Moselle.

Un ensemble d'actions a ainsi commencé à être déployé, reposant sur un triptyque : Viens-Reste-Reviens pour attirer, fidéliser et faire revenir les talents en Moselle.

Enfin, à 18 mois du lancement de l'événement sportif auquel Paris et toute la France se préparent, la Moselle compte bien jouer sa carte dans le cadre des Jeux de 2024. La Moselle est incontestablement une grande terre de sport : plus de 70% du territoire mosellan est désormais labellisé Terre de Jeux, des délégations étrangères seront prochainement accueillies, des tournois de haut vol seront organisés dans nos équipements, un parcours de la flamme olympique va se dessiner à travers nos territoires... L'enjeu va ainsi monter en puissance jusqu'à l'été 2024 avec l'ambition de faire vibrer les Mosellans autour de cette manifestation hors du commun.

Vive notre département et nos territoires,
et vive la MOSL !

Bernard Guirkinger,
Vice-Président en charge
du marketing territorial

UNE MOSELLE SANS LIMITE

5 ans après sa mise en place, la marque MOSL est plébiscitée par 76% des mosellans qui indiquent la reconnaître et 66% qui la jugent utile pour le Département.

Ces très bons résultats sont le fruit de 5 ans de déploiement et de visibilité sur de nombreux points de contacts, reposant sur des actions porteuses de sens et une stratégie holistique constante.

UNE MARQUE CONNUE !

Novembre 2022 : 3 Mosellans sur 4 connaissent la marque MOSL

Afin de mesurer de manière objective et fiable la notoriété de la marque MOSL et sa perception par les Mosellans, une étude a été confiée à un cabinet indépendant Mille Mosellans de plus de 18 ans ont été interrogés, ce qui en fait un panel significativement représentatif.

76%

d'entre eux affirment connaître la marque MOSL, ou l'agrément Qualité MOSL.

Ce score constitue une vraie réussite à l'échelle du Département, qui récompense le travail de Moselle Attractivité et confirme que les mosellans se sont approprié cette marque collective et moderne.

Jugée aisément reconnaissable par 77% d'entre eux et utile au territoire pour 64%, elle s'affirme comme un élément incontournable de l'attractivité mosellane.

UNE MARQUE AFFICHÉE

Le déploiement de la marque passe par la multiplication des points de contacts.

/ Des outils de promotion et de diffusion

à destination du grand public et des acteurs mosellans.

En 2022, la **montgolfière MOSL**, baptisée en 2019, a accompagné de nombreux événements comme les Caravanes des sports, les Mecs Olympiques ou encore la Fête de la Cueillette de Peltre. Mais c'est surtout dans le ciel mosellan que notre ballon MOSL s'est illustrée notamment lors des Montgolfiades de Metz.

Lors de la 19^e édition du **Moselle Open**, du 18 au 25 septembre 2022, la Moselle a été très présente sur les courts, les balles et lors des soirées thématiques auxquelles de nombreux invités et partenaires ont été conviés. La parole a également été donnée à des ambassadeurs MOSL qu'ils soient sportifs de haut niveau ou jeunes volontaires aux JO de Paris 2024 ainsi qu'aux talents attachés au territoire, dans le cadre de la stratégie « Viens, Reste et Reviens ».

/ Des produits griffés MOSL sont disponibles en ligne sur la boutique.mosl.fr et auprès des partenaires revendeurs comme les offices de tourisme mosellans.



/ L'agence a également développé le logo « **Fabriqué en Moselle** », à destination des entreprises et industries qui conçoivent des produits en Moselle et qui sont fiers de revendiquer leur origine. Son déploiement est en cours auprès des industriels. La première utilisation a été faite par l'entreprise Alisé Group, fabriquant de puzzles made in Moselle.

Plus de 45 puzzles Destination Moselle

Une collection de puzzles Destination Moselle a été imaginée et créée en partenariat avec les acteurs touristiques du département. Elle est fabriquée à Behren-lès-Forbach par l'entreprise Alisé Group.

Dans le cadre d'une promotion originale de l'offre touristique de la Destination Moselle, l'idée de proposer à la fois aux Mosellans, aux touristes et aux amateurs une collection ludique et esthétique de puzzles, 100% made in Moselle, véhiculant les icônes du tourisme mosellan s'est rapidement imposée. Déjà plus de 40 modèles sont disponibles sur puzzles.mosl.fr Les puzzles sont en vente dans les sites touristiques, mais également en direct à Moselle Attractivité : l'achat est possible en ligne (près de 100 commandes depuis septembre 2022) ou lors d'opérations éphémères comme au chalet de Noël Qualité MOSL (plus de 400 unités vendues).

TERRE DE SPORT, TERRE DE JEUX

Moselle Attractivité est aux côtés du Département pour le déploiement du projet « Moselle Terre de jeux » depuis son origine, en particulier pour :

- la mobilisation de volontaires Paris 2024 et l'accompagnements d'athlètes Talents 2024, tous ambassadeurs MOSL
- la promotion du sport santé avec la mise en avant d'actions de mobilité sur nos sites touristiques à travers, notamment, des équipements de design actif
- l'accueil de délégations sportives comme les comités nationaux olympiques à la recherche de bases arrière d'entraînement aux JOP de Paris 2024

Ces actions se sont illustrées en 2022 à l'occasion de différents temps forts impliquant Moselle Attractivité :

- La soirée **Sport Santé** animée par le Dr Michel Cymes en interaction avec l'influenceur Scoot 2 Street



- Le rendez-vous **Terre de Jeux** mobilisant l'ensemble des collectivités labellisées
- Le salon de la **Global Sport Week** à Paris



- L'inauguration du site **Académos** en présence des Ministres de la Santé et des Sports et des représentants JOP de Paris 2024 ainsi que de nos sportifs ambassadeurs MOSL



- Le **Stand Moselle** à la Foire Internationale de Metz conçu autour du design actif et qui a mis en avant l'offre de randonnée autour des sites Passionnement Moselle. Ce stand a également accueilli plusieurs athlètes mosellans et le journaliste sportif Patrick Montel



- La valorisation des sites touristiques mosellans à travers les cartes **Explore Terre de jeux**.



- L'accueil des **membres du COJO** et de l'influenceur **InoxTag** au Moelle Open



TERRE 2024 DE JEUX

- L'organisation du **tournoi de volley féminin** avec les équipes de France, du Japon, d'Argentine et de Belgique



- L'accueil de **Tony Estanguet**, président du Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 lors de la compétition de Kayak Extrême à Metz

Sans oublier un grand nombre de RDV sportifs auxquels la marque MOSL et le label Terre de Jeux ont été associés

Toutes ces actions menées aux côtés du Département de la Moselle ont été récompensées par un prix décerné lors des premiers trophées Terre de Jeux à Montpellier





UNE MARQUE PORTEUSE DE CONTENUS

Le développement des outils de contenu, print ou digitaux, par Moselle Attractivité permet d'apporter une cohérence à la diffusion de l'information, tout en véhiculant une tonalité propre à la marque et à l'image du territoire.

/ Le blog.mosl.fr constitue un outil très efficace et réactif

1. 66 articles publiés dont en particulier :

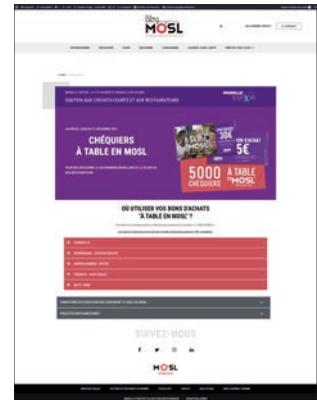
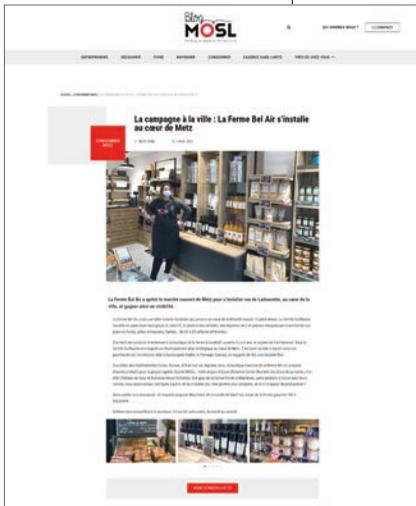
- 15 en développement économique = 23%
- 17 sur le réseau Qualité MOSL = 26%
- 10 sur des sujets touristiques = 15%
- 22 concernaient les ambassadeurs MOSL = 33%
- 2 les actualités de l'agence = 3%

2. Plus de 24 245 visiteurs, 48 295 pages vues

Le temps passé sur le blog a augmenté et représente désormais 1min16 en moyenne : il s'agit d'un bon indicateur de la qualité du contenu et de l'intérêt des internautes pour nos actualités et publications

3. Les articles les plus lus :

- La nouvelle application « Balades en Moselle »
- Les idées de sorties en Moselle pour les vacances de février
- La 8^e Fête des Vins de Moselle à Scy-Chazelles





INSTAGRAM

7 684

ABONNÉS
(+65%)

368

PUBLICATIONS
SUR LA PÉRIODE

(moyenne de 8 par semaine)
axées principalement tourisme
et valorisation du savoir-faire mosellan.

1 365

STORIES

(moyenne de 4 stories
par jour)

68
interactions

en moyenne par publication

1 771 870
comptes

touchés au moins
1 fois dans l'année

27 323
visites

de profil (+258%)

Un réel engouement autour du compte Instagram
[@mosellesanslimite_](#) est en train de s'installer.



FACEBOOK

62 647

FANS,
DONT 5 852 NOUVEAUX FANS

530

PUBLICATIONS
SUR L'ANNÉE

(44 publications en moyenne par mois)

78 211 utilisateurs

EN MOYENNE PAR MOIS (+24% VS 2021) *

*nombre de personnes uniques qui ont interagi avec une de nos publications

Top publications
de l'année

La plus partagée : Lancement vidéo des Noëls
de Moselle - 16/11/2022 - 1930 partages

La plus commentée : Jeu-concours FIM -
15/09/2022 - 695 commentaires

La plus likée : Portrait d'Ambassadeur - Benjamin
Stock - 12/01/2022 - 686 likes

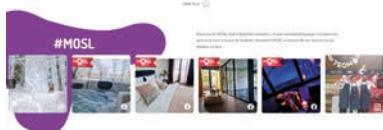


LE NOUVEAU SITE MOSL.FR

Depuis le 16 août 2022, Moselle Attractivité s'est dotée d'un nouvel outil de visibilité et de promotion de l'agence et de ses actions, le portail **www.mosl.fr** qui a succédé aux sites antérieurs qui perduraient encore : moselle-tourisme, moselle-attractivite, mosl, enjoy-moselle...



QUOI DE NEUF EN MOSELLE ?



MOSELLE SANS LIMITE



Reflet de la diversité des missions et engagements de Moselle Attractivité, ce site « portail » est organisé à partir de 4 grandes thématiques

- Découvrir = Tourisme
- Qualité MOSL
- Entreprendre = Économie
- MOSL = l'agence, la marque et les ambassadeurs

Le portail est édité en 3 langues : français, anglais et allemand afin de toucher les cibles, notamment touristiques et économiques, internationales.

La section « Découvrir » est liée directement à Sitlor, l'outil de base de données touristiques partagées avec la plupart des acteurs mosellans, pour une mise à jour en continu et sans rupture de toutes les actualités touristiques mosellanes.

POURQUOI UN PORTAIL UNIQUE ?

- / Pour incarner la richesse et la diversité de l'expérience MOSL et la faire découvrir aux internautes dans toutes ses composantes.
- / Pour regrouper les interventions de l'agence et l'ensemble de ses actions en un même emplacement digital : **www.mosl.fr**
- / Pour mettre en place des liens transverses de nature à susciter une navigation de l'internaute plus diversifiée. Ce site est dorénavant le socle de toutes nos campagnes de communication.
- Un média center pour centraliser et valoriser toute la production média autour de la Moselle (brochures, vidéos, photos...)
- / Nos réseaux sociaux ont été structurés dans leur stratégie de contenus avec une fréquence de publication optimisée et une progression dans la qualité des publications. Sur les réseaux sociaux, l'utilisation du #MOSL pour partager les expériences et la fierté et l'attachement au territoire est de plus en plus fréquente. Le nombre de publications dans lesquelles notre compte est identifié est en constante augmentation (217 publications par mois en moyenne vs 175 en 2021).

Ce site est en constante évolution et de nouvelles briques viendront s'y ajouter en 2023, notamment :

- une section « Vivre » dédiée en grande partie à la nouvelle mission dédiée à l'attraction et la fidélisation des talents

/ **Enfin les Relations Presse**, avec la presse locale et la presse nationale, ont été consolidées afin de créer un véritable lien avec les rédactions et obtenir des résultats à court et moyen termes :

- Les relations avec la presse quotidienne et régionale. Objectif : positionner MA comme un partenaire incontournable sur certaines thématiques (tourisme, qualité MOSL, circuits courts, attraction des talents, notamment). Des informations sont très régulièrement communiquées à la PQR en fonction des actualités de l'agence (plus de 55 communiqués de presse envoyés entre mars et décembre 2022) ; les journalistes sont également régulièrement invités à couvrir nos événements incontournables.
- Plusieurs partenariats ont été conclus avec certains médias afin de mettre en valeur les activités de l'agence sur des temps plus long : ainsi le feuilleton Qualité MOSL avec RCF ; Le Rendez-vous éco avec Moselle TV ; des émissions spéciales en local ou à l'antenne nationale, des jeux concours avec France Bleu Lorraine Nord...
- Le service presse de Moselle Attractivité est régulièrement présent lors des différentes activités proposées par le Club de la Presse de Metz : ces temps forts sont autant de moments propices à la communication d'informations spécialisées, aux échanges plus informels et au partage de nouvelles sur le réseau de la PQR.
- **La presse nationale** est mobilisée en fonction de l'importance des sujets et des thématiques : Salon international de l'agriculture, campagnes touristiques, Bêtes & Sorcières, Pâtisseries de Moselle, Noël de Moselle, événements économiques, etc.
- Depuis 5 ans, les différents contacts pris grâce aux communiqués, dossiers et accueils de presse ont permis au service presse de Moselle Attractivité de cibler de manière plus précise les centres d'intérêt des journalistes, en tourisme notamment. C'est ainsi que depuis plusieurs années, certains journalistes nationaux consacrent chaque année des sujets ou des brèves à



Reportage du jeudi 22 décembre 2022
Lanternes, biscuits et art verrier : la magie des fêtes en Moselle

► Explorer (33 items)

Ma France, l'hiver
 Du lundi au vendredi à 12h
 sur France Bleu
 France Bleu

Mardi 22 décembre 2022 à 13:00 - Mis à jour le mercredi 4 janvier 2023 à 16:24

Des lanternes, des traditions, des biscuits et de l'artisanat verrier : pas de doute, « Ma France, l'hiver » est en Moselle pour les fêtes de fin d'année. Coup de projecteur sur le terroir, les traditions et les habitants de la Lorraine.



la Moselle. Cette entreprise de fidélisation est longue, parfois incertaine, mais porte ses fruits à terme : ainsi des relations privilégiées sont désormais établies avec Ludovic Bischoff pour Les Echos, Ingrid Pohu pour France Info et le Parisien week-end, Gavin's Clemente-Ruiz pour le Routard Mag' et Europe 1... Par ailleurs, des campagnes de communication (envois de produits en avant-première comme les puzzles de Noël, CP, DP, invitations presse) sont régulièrement réalisées et permettent de rappeler l'attrait de la Destination Moselle à des journalistes, perpétuellement sollicités.

- L'opération presse la plus importante porte sur **les Noëls de Moselle**. Les relations presse ont été lancées dès le mois de juin 2022 avec un objectif qualitatif sur les médias nationaux. Durant tout l'été, les contacts ont été pris en fonction des dates de bouclage des magazines papier, radios et télévisions. Par ailleurs, la participation à un workshop presse Noël le 5 octobre a permis de finaliser certains sujets (Maxi, Jeux de Maxi, Top Parents). Cette campagne de RP a donné lieu à six accueils presse individuels durant les 5 week-end des Noëls de Moselle. Au total, 21 reportages ont été réalisés durant les cinq semaines des Noëls de Moselle – lors d'accueils presse individualisés ou sur la base d'informations transmises en amont –,

et un autre a été tourné en prévision d'une diffusion en hiver 2023. Ils se répartissent de la sorte : 2 sujets radio ; 12 pour la presse écrite ; 3 pour la presse web ; 3 pour la télévision ; un influenceur.

- Enfin, les relations presse ont été accompagnées ponctuellement par des agences nationales de relations presse/ publiques : ainsi sur la thématique de la gastronomie lors de l'opération Pâtisseries de Moselle à la FIM avec Sonia Dupuis de Cook and Com ; ou encore sur la Voie bleue avec Christine Ramage de Fluxus Communication.

LES INFLUENCEURS ET CRÉATEURS DE CONTENUS EN MOSELLE

L'un des vecteurs de visibilité utilisé par Moselle Attractivité est la mobilisation d'influenceurs à forte notoriété qui vont promouvoir auprès de leur communauté des événements ou des messages liés à la Moselle. En 2022, plusieurs influenceurs à forte notoriété ont été sollicités dans des domaines différents comme le sport, l'industrie, le tourisme...

RETOUR EN CHIFFRES ET EN IMAGES

SPORT & SANTÉ : CONFÉRENCE DE MICHEL CYMES 31.03

1
CONFÉRENCE

105K
REACH SUR LE TIKTOK
DE MICHEL CYMES

71,1K
REACH SUR DR.GOOD



SPORT & SANTÉ : SCOOT2STREET

Le youtubeur Scoot2Street, Antoine Magalhaes, Ambassadeur MOSL, est venu à la rencontre des élèves du collège des Hauts de Blémont, des jeunes sapeurs-pompiers à Académos et les jeunes joueurs du FC Metz



Engagé aux côtés du Département de la Moselle au titre de sa politique en faveur du sport santé en direction des jeunes, il est venu à plusieurs reprises dans notre département à la rencontre de ses fans. C'est donc tout naturellement qu'il a choisi le site de Langatte et l'Étang du Stock, pour mobiliser sa communauté - qui compte plus de 1,6 million d'abonnés - sur un défi dans le cadre d'une collaboration avec une grande marque.

MOSELLE SHOW INDUSTRIE

1 CONFÉRENCE PORTÉE PAR
2 INFLUENCEURS : **JAMY GOURMAUD ET HENRI HIACKS**

1,8M
VUES DE VIDÉOS



11 CONTENUS PUBLIÉS

28000
INTERACTIONS

1,6M REACH

MOSELLE OPEN

Invitation de Inoxtag, 4,1 M de followers, sur le tournoi Moselle Open, à la rencontre des jeunes bénévoles Terre de Jeux et des acteurs du tournoi Julien Boutter et Jo-Wilfried Tsonga.

1 INTERVIEW
2,8M VUES SUR LE VDI

JOURNÉE E TALENTS

Invitation de Skyyartive, 112 000 followers, au Moselle E-talents aux côtés de la jeunesse du Département.

26K IMPRESSIONS
DU TWEET
3,5K VUES DE STORIES



ÉTUDIANTS : LES TALENTS MOSELLANS DE DEMAIN !

La jeunesse est une des valeurs fortes de la stratégie de marketing territorial MOSL : (re)donner de la fierté de territoire aux jeunes mosellans, les convaincre de choisir la Moselle pour les études, d'y rester pour travailler, d'y consommer pour les loisirs constitue un enjeu majeur pour Moselle Attractivité. Cette cible complexe et mouvante requiert une stratégie spécifique et la mobilisation de médias adaptés. 2 actions nouvelles ont été réalisées en 2022.

/ Un film décalé : Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux !

L'Eurométropole de Metz et le Département de la Moselle ont décidé de s'associer pour communiquer auprès des futurs étudiants du département mais aussi et surtout de toute la France, afin de mettre en valeur les atouts du territoire et les inciter à y réaliser leurs études supérieures.

Conformément à leur ambition commune de renforcer l'attractivité de la destination étudiante, l'Eurométropole Metz et le Département de la Moselle, à travers leurs agences Inspire Metz et Moselle Attractivité, ont innové avec une campagne de communication et de promotion de la destination Metz/Moselle adaptée à la cible étudiante.

Réalisée par Fensch Toast, une vidéo décalée et tonique de 3 minutes dévoile les atouts du territoire avec le concours d'Étienne DUVAL. Originaire de Woippy, sa voix propose un rap où humour et informations se mêlangent, en rupture totale avec les codes de la communication institutionnelle traditionnelle.

Le film a d'ailleurs remporté le prix Cap'Com « Attractivité et marketing territorial » en novembre 2022, lors du Forum de la communication publique et territoriale.



Les objectifs sont les suivants :

- convaincre les jeunes mosellans et leurs parents de rester sur le territoire pour la poursuite de leur formation,
- convaincre les étudiants et leurs parents, quelle que soit leur origine géographique, de choisir la Moselle pour la poursuite de leur formation.

En effet, si la formation et l'établissement sont les critères de choix majoritaires, l'environnement joue un rôle déclencheur ou permet de conforter un choix. Ainsi le territoire, par tous ses aspects (vie sociale, hébergement mais aussi culture, environnement économique pour la recherche de stage ou d'emploi...) intervient significativement dans l'équation du choix des études. À savoir : des versions de la vidéo seront sous-titrées en anglais et en allemand.

La vidéo, lancée en septembre 2022, a également connu une vague de médiatisation début 2023 à l'occasion des dates clés de Parcoursup sur la cible des lycéens avec des résultats d'adhésion très prometteurs.



/ Une soirée d'accueil destinée aux nouveaux étudiants

Le 28 septembre, une soirée d'accueil des nouveaux étudiants a été organisée par le Département de la Moselle et animée par Moselle Attractivité en partenariat avec la ville de Metz

Plus de 700 étudiants, provenant des grandes écoles de la métropole, étaient attendus au Boulevard des légendes du stade Saint Symphorien. Ils ont été accueillis par Patrick WEITEN, Président du Département de la Moselle et de Moselle Attractivité, accompagné de François GROSSEDIER, Maire de Metz, Président de l'Association des Grandes Écoles de Metz, Directeur de l'École nationale d'ingénieurs de Metz, Khalifé KHALIFÉ, Vice-Président du Département de la Moselle délégué à l'Enseignement Supérieur, à la Recherche, à l'Innovation et à la Santé et Marc SCIAMANNA, Adjoint au maire de Metz, en charge de la relation avec les établissements d'enseignement supérieur et de recherche.

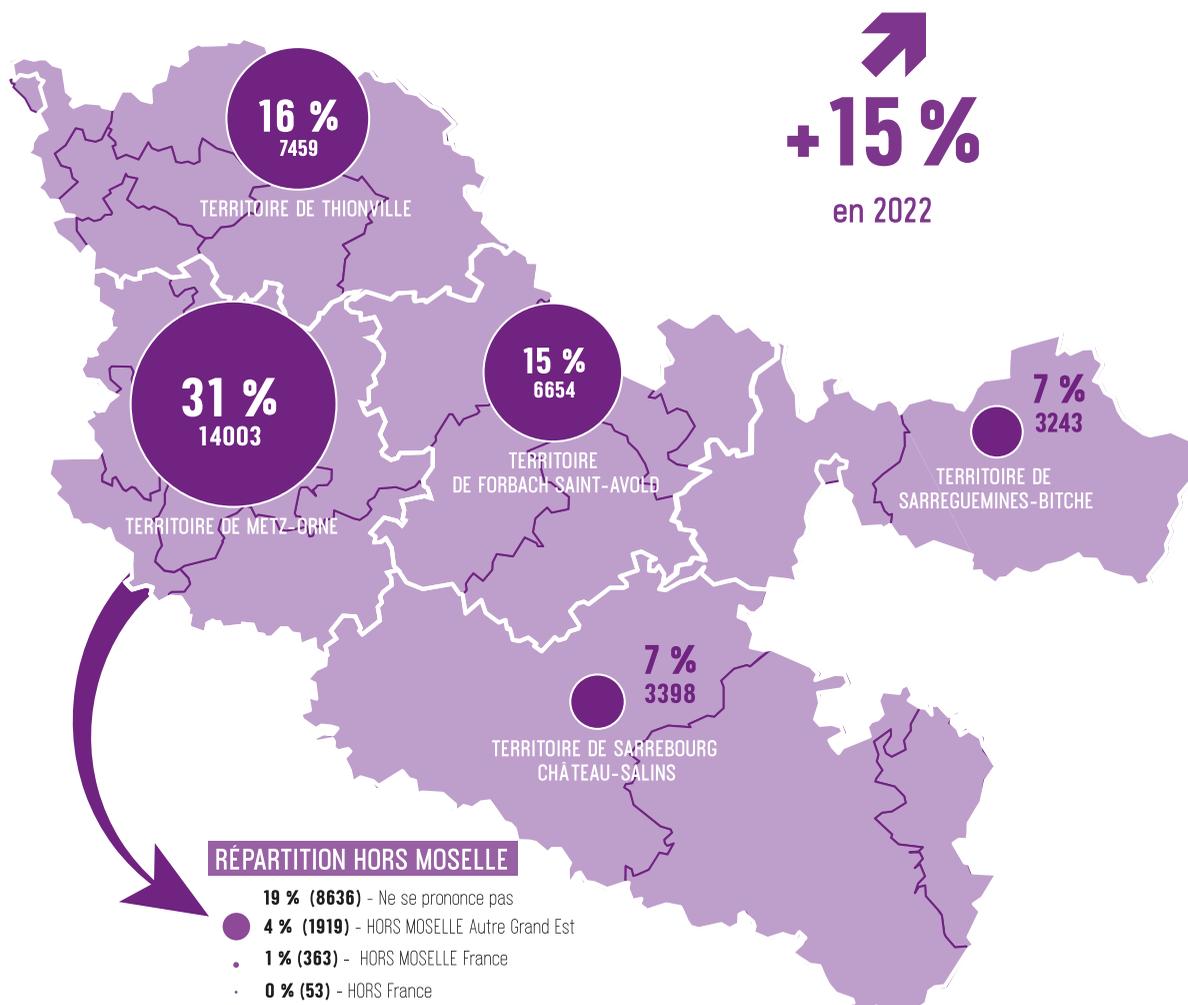
Objectif de cette soirée : valoriser le territoire d'accueil de ces étudiants : Qualité de l'enseignement, opportunités d'emplois et de stage, offre touristique, culturelle, événementielle...

46 000 AMBASSADEURS MOSL ADDICT !

En 2022, la communauté des Ambassadeurs a poursuivi son développement, atteignant le chiffre de 46.000 ambassadeurs. L'enrichissement du réseau permet de communiquer vers un public de plus en plus large, et de valoriser les atouts et événements du territoire, tout en invitant les ambassadeurs à se mobiliser pour relayer et diffuser ces informations.

RÉPARTITION PAR TERRITOIRE

(sur les seules données géographiquement renseignées)



Les actions mises en œuvre par Moselle Attractivité en 2022 ont ainsi permis de :

- renforcer le lien établi par l'agence avec les membres de la communauté et d'apporter un contenu reflétant leurs attentes pour favoriser leur engagement ;
- développer des relations de proximité, avec notamment l'organisation d'opérations territorialisées ;
- et promouvoir la communauté par le biais de portraits d'Ambassadeurs porteurs d'initiatives talentueuses.

NOS PORTRAITS D'AMBASSEDEURS MOSL

15 portraits ont été publiés sur le blog en 2022. Le temps moyen passé sur les articles est de 3.43 min, ce qui atteste du fort intérêt porté aux contenus par les lecteurs des blogs.

Le meilleur score est celui de Benjamin Stock avec plus de 1200 pages vues et près de 800 vues de sa vidéo sur YouTube.

En moyenne, 26 983 personnes sont touchées sur les réseaux sociaux avec les portraits relayés et près de 30 000 interactions interviennent sur ses mêmes publications.



2000 AMBASSEDEURS INVITÉS À LUMINESCENCES

Le 15 décembre 2022, Moselle Attractivité a invité 2000 de ses ambassadeurs MOSL à découvrir le parcours Luminescences, étape majeure de la Route des Lanternes des Noëls de Moselle, au zoo d'Amnéville. Une soirée VIP 100% dédiée à la communauté des ambassadeurs MOSL pour les rassembler et leur rappeler leur rôle primordial dans la stratégie d'attractivité du territoire.

Cette soirée s'est inscrite dans le cadre d'une opération de recrutement de nouveaux ambassadeurs MOSL et de cohésion du réseau. Son objectif : exprimer concrètement l'esprit de réseau des ambassadeurs MOSL et permettre à 2000 de ses membres de vivre un moment inoubliable dans l'une des pépites touristiques de la Moselle.

Plusieurs personnalités mosellanes sont intervenues sur scène. Parmi elles, des joueuses du FC Metz, les Dragonnes de Metz Handball, les Canonnières de Metz et les jeunes artistes Loghane et Benjamin Stock.

Enfin, le parcours Luminescences a ouvert ses portes aux 2000 ambassadeurs qui ont découvert cette création exceptionnelle, privatisée spécialement pour cette occasion.

Le retour sur les réseaux sociaux a été spectaculaire, avec un grand nombre de participations et de posts identifiant fortement la Moselle

Benjamin Stock, la pop rock attitude jusqu'au bout des baguettes !



2022 : ENTREtenir LE LIEN AVEC LA COMMUNAUTÉ

La newsletter Ambassadeurs : outil privilégié

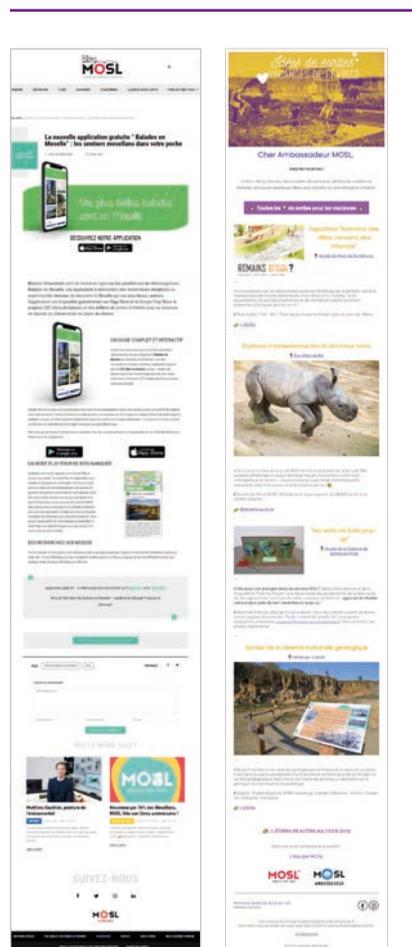
- 18 newsletters ont été envoyées aux Ambassadeurs MOSL en 2022, dont 9 comprenant un jeu concours

- Le taux d'ouverture moyen est de 25.02%, un taux positif qui se situe dans la moyenne haute des taux d'ouverture de newsletters). Le top 3 :

1. Idées de sorties pendant les vacances de février : 36.95%
2. Jeu concours FC Metz - Valenciennes : 31.58%
3. Jeu concours Hébergements : 29.72%

- Les jeux qui ont généré le plus d'interactions. Le top 3 :

1. Jeu concours Hébergements : 20.24% de clics
2. Gagnez une soirée VIP au Zoo : 15.11%
3. Bons plans d'été : 14.71%



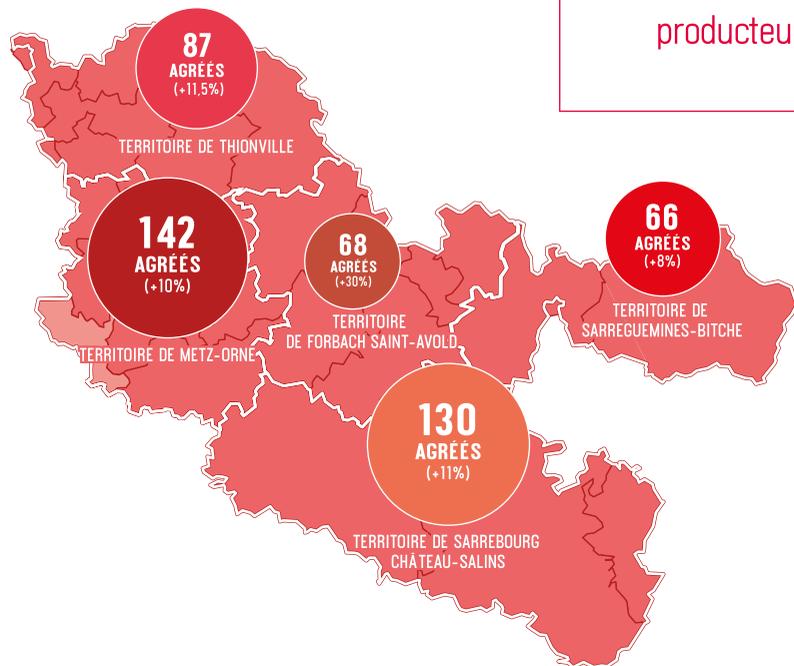
VALORISER LES TALENTS LOCAUX



493 AGRÉÉS QUALITÉ MOSL EN 2022

En 2022, Qualité MOSL a conforté sa contribution à l'attractivité territoriale et au développement des circuits courts, en accroissant sa dynamique de recrutement dans les 5 filières désormais représentées par l'agrément. 4 ans après sa création, Qualité MOSL constitue désormais le label de référence des acteurs locaux mosellans.

54 NOUVEAUX AGRÉÉS EN 2022



UN LABEL CONNU, RECONNU ET VECTEUR DE CONFIANCE !

L'étude menée en novembre 2022 auprès de 1000 Mosellans a permis de mettre en exergue l'excellente notoriété de Qualité MOSL :

- 76% des Mosellans connaissent la marque MOSL ou le label Qualité MOSL
- Pour 66% d'entre eux, le label inspire confiance
- Pour 62%, le label incite à privilégier les produits qui le portent lors de leurs achats
- Pour 56%, il représente une marque de qualité aussi forte que les labels nationaux.



167
producteurs



169
artisans



78
restaurants



44
sites touristiques



35
établissements
d'hébergement

DES OUTILS ET DES ACTIONS EN FAVEUR DE LA PROMOTION LOCALE



DES OUTILS DE PRÉSENTATION ET DE PROMOTION

/ **Guide Qualité MOSL** : Il recense tous les agréés, aussi bien agriculteurs et artisans que les restaurateurs et bientôt les sites et les hébergements touristiques. Afin de mieux faire connaître toutes les bonnes adresses aux mosellans, il est diffusé chez les agréés, dans les points de vente (tels que les magasins de producteurs) et lors des événements.

/ **Le site qualite.mosl.fr**

La page de présentation Qualité MOSL informe d'une part les consommateurs sur l'agrément, comment le reconnaître, quels sont les acteurs qui le portent, mais aussi, d'autre part, les candidats à l'agrément, afin de leur indiquer quelles sont les démarches à effectuer afin d'y accéder. Il donne accès à la liste de tous les agréés, avec leurs coordonnées et la possibilité de les sélectionner en fonction de sa localité. Depuis août 2022, une nouvelle section dédiée au réseau Qualité MOSL est présente sur le portail, plus complète et structurée. Au total sur les pages de présentation de l'agrément Qualité MOSL, 17 740 vues ont été enregistrées pour un temps moyen passé sur ces pages de 2 min.

/ **La page Facebook Qualité MOSL** constitue un outil de communication vers les agréés. À ce titre, elle ne bénéficie pas de campagne de promotion spécifique.

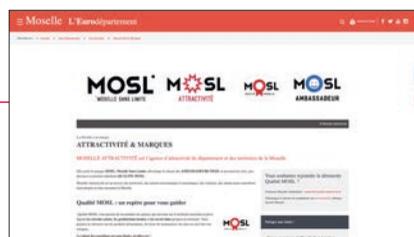


MOSL
QUALITÉ MOSELLE

95 916
impressions



82 760
vues uniques



2 minutes
temps moyen passé
sur ces pages



57.2% des visites
sur le blog sont issues
de la page dédiée
Qualité MOSL

/ Les outils d'affichage Qualité MOSL

En plus du « kit communication » de bienvenue remis à chaque nouveau producteur ou artisan agréé (stickers, bâche en toile enduite, tablier, sacs marqués Qualité MOSL, vitrophanies et petits chevalets plastique...), des outils complémentaires ont été créés, disponibles sur une boutique en ligne réservée aux agréés.

Habillement, papeterie et accessoires, emballages et conditionnement, les nouveaux outils créés en 2022 sont nombreux et permettent à tous les agréés d'afficher leur appartenance au réseau.

D'autre part, des plaques en bronze, marquées du logo Qualité MOSL, ont été créées et fabriquées par un artisan du réseau, Hugon Métal Design. Elles sont remises aux hébergements touristiques et restaurants qui obtiennent l'agrément.



DES ÉVÈNEMENTS



/ Moselle Attractivité a agréé **les marchés paysans organisés par l'AMEM** (Association Mosellane d'Economie Montagnarde). Proposant des dégustations de produits, des animations musicales, des espaces de restauration, ou des jeux, ces événements de qualité ont attiré un large public : **les 3 avril à Saint-Louis-les-Bitche / 8 mai à Siersthal, au Simserhof / 16 juillet à Baerenthal / 20 août à Saint-Quirin / 2 octobre à Bitche / 27 novembre à Lemberg.**

/ La Moselle était présente, à l'entrée du hall des territoires du **Salon International de l'Agriculture**, du 26 février au 6 mars 2022. Le stand de 45 m², « le Comptoir Qualité MOSL », situé au cœur de l'espace Grand Est, invitait les visiteurs à déguster le meilleur de la Moselle : pâtés lorrains, quiches lorraines mais également des offres travaillées avec des ingrédients 100 %



mosellans. La journée de la Moselle, organisée le 3 mars, a permis de mettre en avant, devant les élus et journalistes invités au salon : le vignoble AOC Moselle, gage de reconnaissance et de qualité de ses vins, le projet innovant MOS-LAINE, ainsi que la baguette artisanale Moselle.

/ Conscient de l'intérêt du public pour l'achat en circuit court de produits de qualité, la Ville de Metz, en lien avec la Chambre d'Agriculture de la Moselle, Inspire Metz, et l'Eurométropole de Metz a organisé des **marchés fermiers de producteurs**, place Saint-Louis à Metz, durant la période estivale. Les 14 avril, 20 mai, 22 juillet et 23 septembre, une quinzaine d'agriculteurs agréés Qualité MOSL étaient présents sur cette place conviviale.

/ Moselle Attractivité a accompagné **le Château de Malbrouck** dans l'organisation de son premier marché de producteurs, qui s'est déroulé le dimanche 25 septembre. A cette occasion, la cour du château était entièrement dédiée à la découverte des produits locaux certifiés Qualité MOSL...



/ Les 7, 8 et 9 octobre 2022, se déroulait la **Fête des Jardins et des Saveurs** aux Jardins Fruitiers de Laquenexy. Le stand MOSL était cette année situé au cœur de la fête et proposait des animations au public venu en nombre. Pas moins de 18 artisans et agriculteurs agréés Qualité MOSL participaient à cet événement qui leur a permis de faire goûter et proposer leurs produits aux visiteurs qui découvraient également ce magnifique jardin, site Passionnément Moselle.

/ Le Département de la Moselle a organisé le **14^e Fête des Étangs**, les 19 et 20 novembre 2022 au Domaine départemental de Lindre, site Passionnément Moselle. Pendant deux jours, des démonstrations de tirés de filet étaient organisées et du poisson de consommation labellisé Agriculture Biologique (carpes, brochets, tanches, perches, sandres...) a été mis en vente. Un marché de producteurs Qualité MOSL, sous chapiteau de 150 m², a permis aux 11 agriculteurs et artisans présents de faire connaître leurs produits.

/ À Metz, sur la place de la République, **le chalet de Noël Qualité MOSL** a connu une forte affluence à l'occasion du marché de Noël de Metz. C'est l'évènement Qualité MOSL le plus important de l'année : en 2022, 38 producteurs et artisans avaient achalandé le chalet, qui abritait 25 % de producteurs de plus qu'en 2021, dont 14 nouveaux. L'offre d'objets de décoration et cadeaux s'est étoffée, complétant une offre alimentaire déjà dense. On retrouvait donc les incontournables : Cristallerie Lehrer, les macarons de Boulay, les chocolats de Fabrice Dumay, les noueux en guimauve des Douceurs des Rohan, les lutins tournés de Serge Vagné. Et parmi les nouveautés : les tablettes parfumées des États d'âme de Suzanne, les décorations de jardin Ferfolie, les couronnes de l'avenant de Horticulture Litzenburger... Le chalet Qualité MOSL, ainsi que le petit chalet de vente de la boule de Noël du Centre d'Art Verrier de Meisenthal, occupent désormais une place incontournable dans les marchés de Noël de la Ville de Metz.

CHIFFRES CLÉS

+90% de chiffre d'affaires
en 2022 (vs 2021)

38
producteurs présents

+13
nouveaux producteurs vs 2021

IDEES.MOSL.FR, LE SITE DE PROMOTION ÉVOLUTIF DU RÉSEAU

Idees.mosl.fr est un site vitrine conçu comme un eShop pour donner envie aux mosellans de consommer local. Un outil qui valorise concrètement les offres et produits des agrées Qualité MOSL en leur proposant, à l'occasion de chaque grand événement annuel, une sélection thématisée de produits à découvrir et à offrir.

EN 2022 :



151 151
VISITES



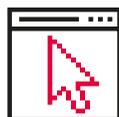
490
AGRÉÉS
EN LIGNE



375 448
PAGES
VUES



728
PRODUITS



35 235 CLICS VERS
LES SITES OU RÉSEAUX
SOCIAUX DES AGRÉÉS



1'21 MIN. DE TEMPS
PASSÉ SUR LE SITE
EN MOYENNE

LES FICHES LES PLUS VUES :

- Château des ducs de Lorraine
- Le Clos des Chefs
- Parc Animalier de Sainte Croix
- Luge Alpine Coaster
- Émotions Restaurant



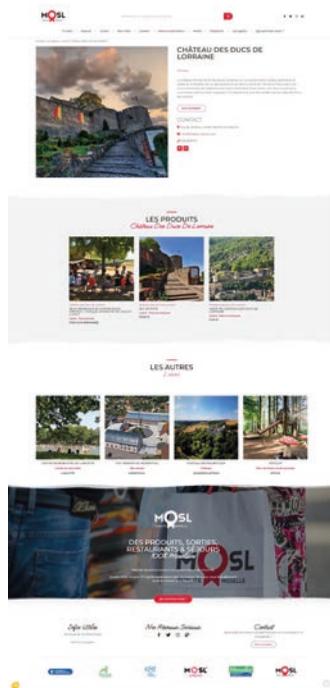
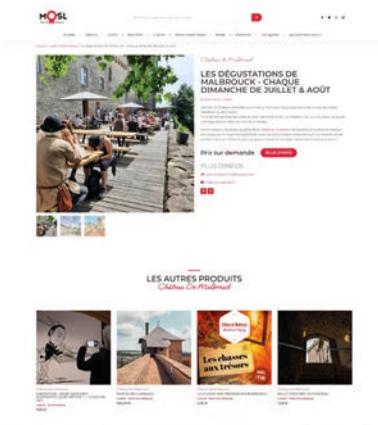
En 2023, le site idees.mosl.fr sera progressivement remplacé par la section dédiée du portail mosl.fr -déjà en ligne- qui permettra à terme d'intégrer également les produits labellisés et de centraliser toute la communication digitale du réseau sur un seul et même espace.

CAMPAGNE ESTIVALE 27 JUIN / 10 SEPTEMBRE

Le site idées.mosl.fr représentait le support de la campagne estivale qui valorisait toutes les activités et événements à vivre pendant l'été en Moselle y compris les restaurants et les hébergements touristiques.

Les événements estivaux avaient été intégrés à cette occasion pour créer un site unique d'information sur la Destination Moselle en été.

- / 54742 visites issus de la campagne estivale
- / 38 626 entrées directes sur le site sur la landing page de la campagne d'été « Destination Moselle »
- / Les événements d'été les plus vus
 - Apéro Concert les Tambours du Bronx du 30/07
 - Les dîners étoilés au Jardin de la Paix
 - Ça tombe comme à Gravelotte
 - Vita Romana
 - Abreschwill'Express - le train des sorciers
- / Les produits les plus vus
 - Séjour à la maison d'hôtes la Dame Blanche
 - Le Dôme aux oiseaux
 - Séjour à l'Antre Deux
 - Séjour d'une nuit dans la cabane au ponton
- / Les liens de réservation/informations les plus cliqués
 - Domaine de la Klaus
 - La Dame Blanche
 - Le Dôme aux Oiseaux
 - U4
 - L'Antre Deux



QUALITÉ MOSL : UN VECTEUR DE DYNAMISME ÉCONOMIQUE

SALON LORCA

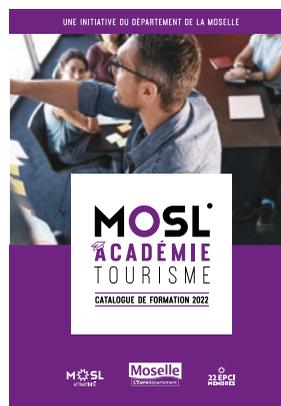
LORCA organisait, les 3 et 4 février 2022, au Parc des Expositions de Metz, un salon à destination des acheteurs des 55 magasins du groupe, installés en région Grand Est. Environ 140 fournisseurs étaient présents. Les magasins LORCA, qui développent la vente de produits locaux, appelée « panier du coin » avaient sollicité Moselle Attractivité en tant qu'ensemblier de l'offre en Moselle pour pouvoir présenter une offre importante et diversifiée grâce au réseau Qualité MOSL. Moselle Attractivité était présent sur un stand, afin de présenter le réseau Qualité MOSL et ses agrées, d'échanger avec les responsables des magasins sur leurs besoins et identifier les agrées à orienter, et de proposer aux magasins des solutions de PLV pour habiller leurs rayons.

BOUTIQUES LOCALES

Lise Ferrenbach, créatrice d'articles de puériculture, a décidé de permettre aux artisans de Moselle d'unir leurs forces en présentant leurs créations dans une seule et même boutique. Depuis le 6 mai, le concept store MOSEL'ART a ouvert ses portes dans le centre commercial B'EST à Farébersviller et présente aux clients des objets de décoration, cosmétique et gourmandises le tout fait main et en Moselle. Une dizaine d'artisans Qualité MOSL y proposent leurs créations. Une visite dans la boutique a permis de recenser de nouveaux artisans mosellans, présents dans la boutique, et de leur proposer l'agrément Qualité MOSL.



Francis et Sophie fabriquent des savons à Cattenom, Bénédicte confectionne des objets pour les enfants à Kœnigsmacker et Christelle crée des bijoux chez elle à Yutz. Ils se sont rencontrés lors d'une manifestation d'artisans. Ensemble, ils ont eu l'idée de donner naissance à une boutique artisanale LES 4 ARTS, à Kanfen. Depuis, les curieux affluent et découvrent des bijoux, des cosmétiques, des chaussons, des accessoires pour bébés, des objets de décoration mais aussi du miel et des gourmandises, sans oublier des produits écologiques. Une trentaine d'artisans, dont beaucoup sont agrées Qualité MOSL, vendent leurs réalisations en se relayant.



MONTÉE EN COMPÉTENCE DIGITALE DES LABELISÉS

Dans le cadre de MOSL Académie Tourisme, l'ensemble des labellisés Qualité MOSL ont la possibilité de bénéficier d'un diagnostic de maturité numérique permettant de déterminer le positionnement numérique et les problématiques liées, débouchant sur un plan d'actions personnalisé (réseaux sociaux, commercialisation en ligne, fidélisation...). Dans un second temps, les structures ayant le plus besoin d'un accompagnement personnalisé peuvent bénéficier d'un coaching de 10 heures leur permettant de mettre en œuvre les actions définies dans le diagnostic. Ces deux accompagnements sont assurés par la CCI Moselle dans le cadre d'un partenariat financé par le Plan de Relance du Département de la Moselle. En 2022, 24 structures (artisans, producteurs, hébergeurs, sites touristiques, restaurateurs) ont bénéficié d'un diagnostic et 14 d'entre eux ont été suivis en coaching.

PÂTISSIERS DE MOSELLE

Les 1^{er} et 2 octobre, la Moselle a mis à l'honneur quatre grands noms de la pâtisserie française originaires de notre département, lors d'un événement inédit à Metz afin de promouvoir la filière.

Mickael Bartocetti, François Daubinet, Angelo Musa et Nicolas Paciello ont tous une histoire avec la Moselle. Ils sont aujourd'hui à la tête des plus grandes maisons à Paris et sont revenus en Moselle pour partager leur passion avec les mosellans.

Pendant 2 jours, à la Foire Internationale de Metz, les pâtissiers se sont livrés à 8 démonstrations en live, accessibles gratuitement au public, suivies de rencontres. Ce fut l'occasion pour de nombreux passionnés de pâtisserie, de Moselle et même parfois de plus loin, de venir les voir et de suivre ces masterclasses inédites.

Cet événement, organisé par le Département de la Moselle, Moselle Attractivité et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Moselle, fut l'occasion de promouvoir la filière pâtisserie en Moselle, qui a su

faire émerger de nombreux talents et qui séduit de nombreux jeunes dans leur projet professionnel. Une belle couverture presse, en Moselle et sur les médias spécialisés, a permis de valoriser l'événement.

Suite à ce week-end, plusieurs pâtissiers de renom ayant un lien avec la Moselle, en France et à l'international, se sont manifestés pour participer à l'édition 2023.

PÂTISSIERS DE MOSELLE
1-2 OCTOBRE 2022
→ FOIRE INTERNATIONALE DE METZ
PAVILLON DE LA CHAMBRE DE METIERS

MICHAEL BARTOCETTI
FRANÇOIS DAUBINET
ANGELO MUSA
NICOLAS PACIELLO

Démonstrations, dégustations et dédicaces...
Programme & plus d'infos sur
patissiers.mosl.fr

MOSL' Moselle CMA



VIENS-RESTE-REVIENS

En marge de l'événement, une opération de sensibilisation vers les collégiens pour les stages de 3^e a été réalisée et a permis de mettre en contact 7 candidats potentiels avec des pâtissiers mosellans.

POUR TON STAGE DE 3^e, VIENS PÂTISSER EN MOSELLE !



NOUS T'AIDONS À TROUVER LE STAGE QUI TE CORRESPOND, INSCRIS-TOI !

Toutes les infos sur patissiers.mosl.fr





DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



ÉDITO

Après une reprise de l'activité touristique amorcée en 2021, je suis heureux de constater que l'année 2022 a retrouvé toutes ses couleurs !

La fréquentation de l'été 2022 a en effet dépassé les niveaux pré-covid, comme en attestent les nuitées hôtelières qui ont progressé de 27% en un an (+ 4% par rapport à 2019), et le retour de la clientèle étrangère (+ 9% par rapport à 2019) qui est à nouveau tangible.

Sur la même période, les nuitées en meublés et chambre d'hôtes sont en hausse de 36% par rapport à 2021 et les campings ont connu une forte affluence.

De nouvelles tendances se confirment comme l'intérêt pour les activités de pleine nature, le goût pour le tourisme expérientiel, les réservations de dernière minute et l'usage de plus en plus fréquent du numérique pour le choix des destinations et les réservations mais aussi une consommation éco-durable et responsable, nécessitant une adaptation des services et infrastructures touristiques.

Tout ceci confirme donc bien le potentiel attractif de la Moselle, désormais pleinement reconnue



comme 6ème destination touristique du Grand Est et qui a vocation à se positionner à l'échelle nationale et internationale.

Toutefois, ce constat ne doit pas être considéré comme un aboutissement, loin de là ! En effet, une analyse plus fine des statistiques révèle que pour 70% d'entre elle, notre fréquentation est le fait d'une clientèle d'excursionnistes à la journée. La fréquentation touristique à proprement parler, c'est à dire celle qui génère une nuitée au moins en Moselle, ne représente que 30% de l'ensemble !

Mon objectif, partagé avec le Président Weiten, est donc que l'année 2023 soit placée sous le signe d'une rupture positive et qu'une véritable ambition touristique

permette l'essor de la Destination Moselle, afin d'inverser à long

terme la part des excursionnistes et des séjournants en Moselle !

Pour y parvenir, il sera nécessaire de combiner la montée en gamme de l'offre, la stimulation de la demande à travers un marketing agressif et l'optimisation des ressources touristiques publiques et privées. Des moyens nouveaux sont mis à disposition de Moselle Attractivité dans cette perspective et je suis impatient de participer activement à cette nouvelle dynamique.

Je compte sur vous tous pour y contribuer afin de gagner, ensemble, la bataille de l'économie touristique en Moselle !

“ Des moyens nouveaux sont mis à disposition de Moselle Attractivité. ”

Alexandre Keff
Vice-Président de Moselle Attractivité
en charge du développement touristique

CHIFFRES CLÉS DU TOURISME MOSELLAN

L'OFFRE



50 285
LITS TOURISTIQUES



140
SITES OUVERTS À LA VISITE
INTERROGÉS DANS L'ENQUÊTE ANNUELLE MENÉE
EN PARTENARIAT AVEC L'ART GRAND EST.



1 190 OFFRES
DE RESTAURATION
(SOURCE : SITLOR).
5 RESTAURANTS ÉTOILÉS
AU GUIDE MICHELIN

QUALITÉ MOSL

77
RESTAURANTS
QMOSL

44
SITES
QMOSL

36
ÉTABLISSEMENTS
D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

FRÉQUENTATION

/ Fréquentation des hébergements :

- **1,7 million de nuitées hôtelières** (-4,7%/2019 ; +31,0%/2021 pour la période mai-décembre), 22,2 % de nuitées étrangères. Source : Insee.
- **350 105 nuitées en hôtellerie de plein air** (+20,3 %/2019, +69,1 %/2021) ; 50,9 % de nuitées étrangères. Source : Insee.

· **1,45 million nuitées dans les autres hébergements collectifs de tourisme** (villages vacances et résidences de tourisme) (-9,7%/2019, +16,3 %/2021) ; 35,5 % de nuitées étrangères. Source : Insee.

· **699 319 nuitées dans les hébergements AirBnB et HomeAway.** (+39,4 %/2021 sur mars-décembre ; une offre en hausse de 30 % par rapport à 2021 avec 1 807 hébergements fin 2022). Source : AirDNA / ART GE.

/ Fréquentation des sites touristiques :

- Une fréquentation cumulée en hausse de 46,6 % par rapport à 2021 et en baisse de 4,3 % par rapport à 2019.
- De beaux chiffres de fréquentation pour le Parc animalier de Sainte-Croix à Rhodes (358 483 visiteurs, nouveau record de fréquentation), le zoo d'Amnéville (356 568 visiteurs, grâce notamment au festival Luminescences qui a animé la fin d'année) ou le parc Pokeyland de Féy (100 000 visiteurs).

/ Fréquentation des véloroutes :

moyenne journalière de 170 à 269 passages (4 sites de comptage : Hesse, Jouy-aux-Arches, Sarreguemines, Sierck-les-Bains).

ÉCONOMIE TOURISTIQUE

500 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES
LIÉS À L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE
16 083 EMPLOIS SALARIÉS
POUR **2 503** ÉTABLISSEMENTS
EMPLOYEURS EN 2021

Source : Ursaff, 31/12/2021.



+8,1%
en 2021

PROJETS D'INVESTISSEMENTS ET ACTUALITÉS (JANV 2022 – MARS 2023)

/ **Février 2022** : ouverture de l'Atelier 1904, restaurant du musée de la Mine de Petite-Rosselle.

/ **Mars 2022** : reprise de la gestion du camping de Baerenthal par Koawa.

/ **Mars 2022** : inauguration d'un parcours pédagogique animé à l'Aquarium d'Amnéville : 80 000 € d'investissements.

/ **Avril 2022** : ouverture d'un mini-golf au Golf de Faulquemont.

/ **Avril 2022** : ouverture de la cafétéria Kafeeplatsch au musée de la Mine de Petite-Rosselle.

/ **Mai 2022** : achèvement des 4 ans de travaux de réhabilitation du site verrier de Meisenthal : 15 millions d'€ d'investissements.

/ **Mai 2022** : réouverture de l'hôtel Mercure : 271 209 € hôtel + 49 179 € restaurant Grand Hôtel Metz : 2 407 636 € Centre Cathédrale : 178 917 €.

/ **Mai 2022** : inauguration de 3 nouveaux lodges au Parc animalier de Sainte-Croix.

/ **Mai 2022** : inauguration du parcours mémoriel du site historique des hauteurs de Spicheren : 42 000 €.

/ **Juin 2022** : nouvelle activité aquatique « water jump » à Pokeyland (Fey).

/ **Juin 2022** : nouveau parcours aventure au Center Parcs Les Trois Forêts de Hattigny : 600 000 € d'investissements.

/ **Juin 2022** : nouveau parcours de 5 km au Vélorail de la Vallée du Spin, à Dieuze : 63 698 €

/ **Juillet 2022** : labellisation de Hombourg-Haut comme Petites Cités de Caractère®.

/ **Août 2022** : ouverture du Musée des poupées de Diane-Capelle.

/ **Septembre 2022** : le Département de la Moselle prévoit de devenir l'actionnaire principal de la SPL Destination Amnéville en injectant 3,7 millions d'€ au capital.

/ **Septembre 2022** : lancement d'un plan vélo à 60 millions d'euros par le Département de la Moselle.

/ **Septembre 2022** : ouverture d'une aire pour camping-cars à Vic-sur-Seille.

/ **Octobre 2022** : Villegiature Award du meilleur bar au monde pour le Domaine de la Klaus à Monténach.

/ **Octobre 2022** : réouverture de l'hôtel Ibis de Forbach, rénové par le groupe Heintz : 2,1 millions d'€ d'investissements.

/ **Novembre 2022** : ouverture du centre aquatique Hamélys de Basse-Ham : 12 millions d'€ d'investissements.

/ **Novembre 2022** : rénovation du pôle thermal d'Amnéville – 20 millions d'€ d'investissements portés par Destination Amnéville.

/ **Janvier 2023** : reprise de la gestion du camping de la zone de loisirs de la Mutche, à Morhange, par le groupe Capfun 1,8 M d'€ d'investissements annoncés.

/ **Février 2023** : reprise de l'enseigne hôtelière Roi Soleil par le groupe breton B&B : 3 millions d'€ d'investissements annoncés.

Source : veille presse.



DEVELOPPER ET QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

OBJECTIFS

Articuler et optimiser les rôles de Moselle Attractivité, des Offices de Tourisme et des acteurs touristiques

Assurer la coordination touristique à l'échelle du Département (démarche concertée de promotion de l'offre touristique et événementielle, animation SITLOR)

BILAN 2022

• Offices de tourisme

Le cadre du nouveau partenariat défini en 2021 repose sur deux enjeux majeurs :

Faire évoluer les OT vers des OT de la Destination Moselle

Faire rayonner la Moselle au niveau national et à l'international

Au titre des investissements réalisés par les OT, 67 850 € ont été alloués (réaménagements, création de corners Qualité MOSL et d'espaces Destination Moselle..) par la Commission Permanente du Département à 3 Offices de Tourisme (Agence Inspire Metz, Office de Tourisme du Pays de Phalsbourg et Trois Frontières Tourisme).

En termes d'orientations stratégiques, le partenariat entre le Département, Moselle Attractivité et les OT mosellans ne sera pas reconduit à l'identique en 2023. Les

nouvelles modalités seront, le cas échéant, définies dans le cadre de la stratégie touristique en cours de déploiement.

• SITLOR

Un travail d'amélioration des contenus a été mené avec les 13 OT producteurs comportant un effort particulier sur les contenus éditoriaux (textes et photos) dans le cadre du lancement du nouveau portail MOSL.FR.

METTRE EN ŒUVRE LA POLITIQUE DE SIGNALISATION TOURISTIQUE

OBJECTIFS :

- / Permettre une meilleure diffusion des visiteurs dans les territoires de Moselle
- / Promouvoir la Moselle touristique et culturelle
- / Répondre aux problématiques de signalisation des partenaires privés et publics.

BILAN 2022

Interventions de Moselle Attractivité (budget de 101 868 € sur crédits départementaux) :

- / **Routes départementales** (Maison de Robert Schuman, Château de Vaux, commune de Hombourg-Haut..)
- / **Signalisation temporaire** (exposition Goscigny, Fête des Jardins et des Saveurs, Fête des Vins).
- / **Schémas de signalisation touristique**
 - Cité des Loisirs d'Amnéville : finalisation de l'étude validée par le Comité technique de la SPL Destination Amnéville et par le Département. Ce schéma devra faire l'objet en 2023 d'une validation par les services de l'Etat (Sanef et Direct). Sur le réseau départemental, l'étude des graphismes a démarré.
 - Parc Explor Wendel à Petite-Rosselle : validation du schéma par les acteurs locaux et le Département. Le dossier a été validé par les services de l'Etat pour ce qui concerne l'autoroute A320 et les panneaux seront installés au 1^{er} semestre 2023.
 - Maison de Robert Schuman : l'étude a été lancée fin 2022 afin de proposer une signalisation optimisée du site sur les différents réseaux concernés (routes métropolitaines, autoroute et réseau interurbains).



FAVORISER LA PROFESSIONNALISATION : MOSL ACADEMIE TOURISME

OBJECTIFS :

Favoriser la professionnalisation des acteurs touristiques et la montée en gamme de l'offre et des services en cohérence avec les nouvelles tendances de consommation touristique.

BILAN 2022

L'année 2022 a donné lieu à la programmation de formations présentées dans un catalogue repensé autour de véritables parcours de formation professionnels, ciblés et thématiques en 3 temps distincts : des webinaires de sensibilisation pour tous, des formations collectives permettant de bâtir des plans d'actions et une possibilité de recourir à un coaching individuel pour une mise en œuvre immédiate des actions. Enfin, des ateliers délocalisés au plus près des territoires, conçus avec des formats innovants ont été proposés.

/ Conférences et webinaires de sensibilisation :

- 23 conférences et webinaires ont été organisés. Ces rendez-vous en ligne ont rassemblé près de 690 participants et ont abordé de nombreuses thématiques reflétant les tendances actuelles du tourisme et de la consommation telles que les nouvelles clientèles touristiques, le tourisme éco-durable, l'événementiel de pleine nature, les circuits courts et la dynamique locale, la digitalisation de l'offre, la montée en gamme de l'offre de Noël...

/ Formations collectives :

- Elles ont donné lieu à 27 modules de formations, représentant 350 heures de formations proposées dans les thématiques du développement de l'offre, de la qualité de l'accueil, de la communication ainsi que du tourisme pour tous.
- Plus de 500 stagiaires issus de tous les secteurs touristiques (sites touristiques, OT, hébergeurs, restaurateurs, artisans, producteurs...) ont assisté à ces formations.

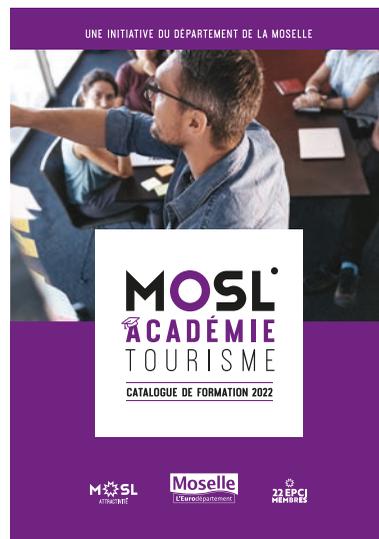
/ Coachings Individualisés :

- Des coachings individualisés ont été proposés à 20 acteurs touristiques mosellans et ont porté sur les thématiques du renouvellement des offres touristiques pour les familles, des activités de pleine nature, de la transformation des espaces boutique, de la professionnalisation digitale et enfin

de la construction et de la montée en gamme de l'offre d'événementiels et de séjours touristiques dans le cadre des Noëls de Moselle.

/ Ateliers MOSL Académie Tourisme :

- Trois ateliers MOSL Académie Tourisme, rassemblant près de 90 personnes à l'occasion de petits-déjeuners ou d'after work, ont permis d'aborder notamment les solutions et applications concrètes touchant la valorisation du patrimoine, le financement participatif et les prestations numériques innovantes.



PARCOURS EXPERIENCE CLIENT / CYCLE DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE

FORMATION / MUSEES ET SITES : RECONQUERIR LES FAMILLES, INNOVER DANS L'OFFRE ET COMMUNIQUER

Durée 2 jours, 14h **Début** 6 et 7 octobre de 9h à 17h (en présentiel) **Lieu** A définir

Intervenant Bruno Tarnatien, TAMC Consultant

Description Cette formation permettra de connaître les attentes et profils de pratiquants des familles dans les musées en France et en Europe, de savoir identifier et assembler les 10 éléments clés d'une expérience muséale au musée en famille. Elle vous aidera à créer une offre segmentée d'activités pour toutes les familles (de la visite avec bébé à l'escape game avec des ados), ainsi que pour tous les temps de la famille (au musée, à l'école, à la maison, au parc...). Vous aborderez également la construction d'une communication efficace vers les publics familles.

Cible Professionnels des musées, syndicats mixtes, régies, châteaux, sites avec exposition permanente

Participants max. 10

Tarif 150 €

ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISE POUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE

2 formules de coaching personnalisées avec TAMC Consultant

- Un suivi à distance avec les participants des formations (3 heures par séance)
- Une mission de construction d'un concept de visite au de médiateurs construite d'une stratégie de positionnement (6 familles ou scolaires) > pour un site de visite (3 jours dont 2 sur site + 1h à distance, sur devis)

CONSEILLER LES PORTEURS DE PROJETS ET SOUTENIR LES INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES

Afin de proposer aux visiteurs et aux mosellans une offre touristique complète et attractive, et d'optimiser les retombées économiques, le Département de la Moselle accompagne financièrement les porteurs de projets d'investissement touristique et de loisirs. Moselle Attractivité assure l'instruction technique ainsi que le conseil au montage des dossiers de demande de subvention départementale (par délégation du Département, depuis le 1^{er} janvier 2019).

BILAN 2022

Montant global des aides :
956 700 €

> **23 OPÉRATIONS SUBVENTIONNÉES**
(création ou modernisation des équipements touristiques)

/ **6 opérations ont été soutenues** au titre du plan de relance pour un montant de 171 640 €.

/ **17 opérations l'ont été au titre des aides "classiques"** pour un montant de 785 060 €.

DÉVELOPPER L'OFFRE D'ITINÉRANCE DOUCE ET D'ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

/ Qualifier et promouvoir l'offre d'itinérance douce dans le département.

/ Positionner la Moselle comme un territoire attractif de l'itinérance douce touristique.

PLAN DÉPARTEMENTAL DES ITINÉRAIRES DE PROMENADE ET DE RANDONNÉE (PDIPR) :

La mise en œuvre et le suivi du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée confié par le Département à Moselle Attractivité s'est poursuivie. Un soutien technique a été apporté à deux projets :

Communautés
de Communes de
l'Arc Mosellan

Communauté
de Communes
du Sud Messin

Étude sur l'amélioration
du réseau de randonnée
pédestre autour
du Hackenberg

Étude, fourniture
et pose des mobiliers
de randonnée pédestre
sur 7 circuits

- À ce jour, **3 249 km de sentiers** sont inscrits au PDIPR
- **Les guides de randonnée pédestre et vélo ont été réédités**
- Les données de l'**application mobile "Balades en Moselle"** qui recense plus de 250 itinéraires pédestres, VTT, équestres et cyclables en Moselle **ont été mises à jour.**



/ Tourisme à vélo :

- **Véloroute Voie Bleue « Moselle-Saône à vélo » :**
- **Moselle Attractivité a participé aux comités de pilotage et techniques pour le développement et la promotion de l'itinéraire cyclable**
- **Les travaux se sont poursuivis dans le cadre de la convention de partenariat 2022-2024**
- **Moselle Attractivité a organisé l'accueil du comité de pilotage de la Voie Bleue au Conseil Départemental de la Moselle à Metz le 17 novembre 2022**
- **Accueil Vélo :**
- **Le pilotage du déploiement de la marque s'est poursuivi :** 63 prestataires touristiques mosellans sont désormais labellisés Accueil Vélo.
- **Schéma des mobilités alternatives du Département :**
- **Moselle Attractivité a participé, en lien avec les services départementaux et l'agence MATEC, à la réalisation du plan des mobilités alternatives 2022-2030.**

/ Rando Moselle

Un comité de pilotage composé de la Communauté de Communes Sarrebourg Moselle Sud et de son Office de Tourisme, des fédérations de randonnée (Club Vosgien et FFRP) et de Moselle Attractivité a été mis en place pour organiser l'édition 2022 de cette manifestation.

Moselle Attractivité a géré l'appel à projet auprès des offices de tourisme permettant de sélectionner les randonnées.

- **Un plan de promotion a été déployé** pour promouvoir le festival et l'application mobile "Balades en Moselle" (brochure, campagne média, insertions presse...).
- **36 randonnées à thème** se sont déroulées partout en Moselle le week-end du 25 et 26 juin 2022.
- **614 personnes** se sont inscrites aux randonnées (pour une capacité de 950 personnes).



Un week-end pour randonner — en Moselle

Un week-end d'activités de randonnée à thème qui se déroule le week-end des 25 et 26 juin sur tout le territoire de la Moselle. À pied, à vélo, à la découverte du patrimoine, de la gastronomie, découvrez nombreuses propositions de randonnées accompagnées et parties libres.
Inscriptions obligatoires sur randonnemoselle.com

Moselle
Département

Moselle
Département

MOSL
Moselle Sud

MOSL
Moselle Sud



Comité de pilotage de la Voie Bleue au Conseil Départemental le 17/11/22



DÉVELOPPER ET QUALIFIER LES NOËLS DE MOSELLE

Afin d'accompagner les démarches d'évolution qualitative, de valorisation et d'animation des principaux marchés traditionnels de Noël et de la Saint-Nicolas organisés au sein des territoires mosellans, un accompagnement financier du Département a été mis en place dès 2012.

Au-delà de ces aides, une nouvelle stratégie s'appuyant sur un accompagnement de Moselle Attractivité et de Moselle Arts Vivants et reposant sur quatre enjeux a été définie en 2022 :

- / **Provoquer une réelle montée en gamme** de l'offre de projets attractifs d'envergure nationale, voire internationale, véritables vitrines de la Destination Moselle durant la période de Noël,
- / **Créer de l'économie touristique** autour d'offre de séjours attractifs et qualitatifs,
- / **Affirmer Noël de Moselle comme une destination leader** au niveau national comme international,
- / **Fédérer tous les acteurs sous la bannière Noël de Moselle.**

BILAN 2022

- > **Soutien financier** renouvelé par le Département de la Moselle en direction de porteurs publics (Communes ou EPCI) ou privés (OT, Associations...). Les dossiers ont été instruits par Moselle Attractivité
- > Au total, **24 structures aidées** pour un montant global de 179 500 €
- > **Webinaire de sensibilisation** à la nécessité du renouvellement et de la montée en gamme des offres de Noël proposé à l'ensemble des structures
- > **5 pépites départementales** (Bitche/Meisenthal, Forbach, Zoo d'Amnéville, Sierck-les-Bains et Metz) ont bénéficié d'un accompagnement technique répondant à

des objectifs de montée en gamme dans la programmation, l'innovation dans l'offre proposée aux visiteurs, et d'inscription dans une démarche d'actions collectives autour de la Destination Moselle et des Noël de Moselle (achat collectif de spectacles d'envergures, thématisations communes, valorisation des sentiers des lanternes, création d'offres de séjours touristiques).

- > **Jeu de piste autour du thème de Casse-Noisette** proposé à 6 communes partenaires (Bitche, Forbach, Metz, Hagondange, Florange et Sierck-les-Bains) permettant au grand public de découvrir le patrimoine de chacune des villes et la programmation d'événementiels de Noël.

DÉVELOPPEMENTS DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

LE LABEL CLÉVACANCES



Il concerne une large gamme d'hébergements : maisons, appartements, chalets, studios, résidences, chambres d'hôtes, habitats légers de loisirs, hébergements insolites.

Moselle Attractivité a poursuivi en 2022 ses actions en faveur de la promotion et du développement du label en Moselle.

À NOTER :

- / **De nouveaux hébergements ont été labellisés en 2022** : 5 meublés, 3 insolites et 2 chambres d'hôtes,
- / **Des webinaires** facilitant la prise en main de la nouvelle solution numérique Clévacances ont été organisés.



Projet Z à Saint Quirin



Clévacances Moselle ce sont aujourd'hui

62 propriétaires

44 chambres d'hôtes

Près de **170 hébergements** présents sur le territoire

118 locations - maisons, appartements, studios, chalets et insolites

LE CLASSEMENT DES MEUBLÉS

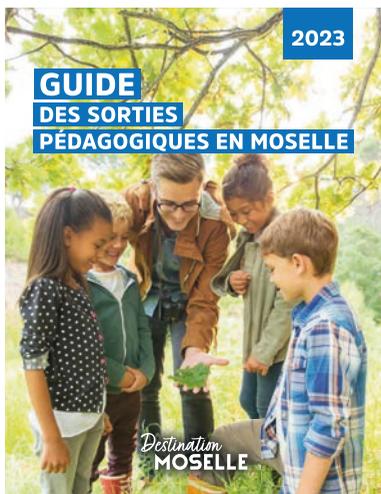
Moselle Attractivité figure depuis mars 2019 sur la liste Atout France des organismes agréés pour effectuer les visites de classement des meublés de tourisme en Moselle.

Cet agrément permet à Moselle Attractivité de proposer un service additionnel aux propriétaires de meublé(s), d'identifier les meublés de qualité susceptibles de prétendre à l'agrément Qualité MOSL et d'accompagner les hébergeurs dans la valorisation et la promotion de leur activité.

33 MEUBLÉS CLASSÉS EN 2022 (136 MEUBLÉS ONT ÉTÉ CLASSÉS DEPUIS 2019 PAR MOSELLE ATTRACTIVITÉ).

Moselle Attractivité s'appuie sur la nouvelle version de l'outil GLAM (Gestion Logiciel Application meublés, proposé par la fédération ADN Tourisme) pour les visites de classement en raison du nouveau référentiel national en vigueur depuis le 1er février 2022. Cet outil permet de bénéficier des éditions officielles intégrées et d'une mise à jour commune en fonction des évolutions réglementaires.





MARKETING ET PROMOTION TOURISTIQUE

ACCOMPAGNER LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS TOURISTIQUES

- / Participer au développement de l'activité touristique
 - / Mutualiser avec les territoires les moyens consacrés à la promotion touristique, en appuyant notamment la commercialisation de toutes les offres génératrices de retombées pour les sites.
- BILAN 2022**
- / Le guide des sorties pédagogiques adossées à plus de 60 sites touristiques, culturels et industriels en Moselle (et en Sarre) a été renouvelé et diffusé à 1700 exemplaires.
 - / Le guide pro « La Moselle en groupes » qui propose 40 forfaits commercialisés essentiellement par les Offices de Tourisme mosellans a été diffusé à plus de 1200 autocaristes et Comités Sociaux et Economiques français.
 - / Un guide des hébergements de charme mosellans comportant 38 adresses a été édité en partenariat avec Gites de France
 - / Moselle Attractivité a participé au salon des Comités d'Entreprises / Comités sociaux et économiques les 28 et 29 avril 2022 à METZ avec les Offices de Tourisme du territoire (Amnéville, Freyding-Merlebach, Sarreguemines, Saulnois, Saint-Avold et Forbach)
 - / Le déploiement de la solution numérique Elloha s'est poursuivie ainsi que l'accompagnement des opérateurs d'activités de loisirs et artisans à la prise en main de l'outil dont la licence a été acquise par Moselle Attractivité et qui permet la réservation en ligne de leurs produits (y compris les randonnées du festival Rando Moselle).

Les sites Internet des opérateurs proposent la réservation en ligne de leurs offres. Celles-ci peuvent également être réservées sur le site de www.mosl.fr/fr

En 2022, 40 acteurs touristiques ont utilisé la solution numérique : acteurs culturels et d'activités de loisirs (dont 10 Offices de Tourisme) et ACADEMOS - La cité des sports et de la jeunesse Direction des sports et de la jeunesse Direction des sports et de la jeunesse du Département. De plus, en partenariat avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, 5 artisans ont choisi Elloha et proposent désormais la réservation en ligne de leurs produits et stages.

26 555 RÉSERVATIONS ONT ÉTÉ EFFECTUÉES EN LIGNE SUR CES SITES EN 2022.



PROMOTION DE LA DESTINATION MOSELLE

/ Étude de perception de la Destination Moselle

Une étude a été confiée en octobre 2022 au cabinet indépendant POTLOC afin de mesurer les attentes des touristes et leur perception de la Moselle comme destination de vacances.

800 personnes de plus de 18 ans ont été interrogées, sur les 4 zones cibles prioritaires de la promotion touristique mosellane : l'Île de France, le Grand Est, le Luxembourg et l'Allemagne.

Enseignements clés :

- / La Moselle dispose d'atouts qui correspondent aux principales attentes des touristes de nos zones de conquêtes : **la nature, la gastronomie, les savoir-faire locaux...**

Elle bénéficie d'une image positive auprès de ceux qui la connaissent déjà et qui la décrivent comme une destination de proximité compatible avec un engagement éco-responsable, adaptée aux familles, propice à la relaxation, abordable financièrement.

- / On note en revanche un **déficit d'image** pour les cibles plus distantes comme les populations d'Île de France. Toutefois, la Moselle touristique ne renvoie pas d'image négative à déconstruire.

- / Elle semble plus perçue comme une **destination de courts séjours**.

- / Les sites touristiques les plus connus sont la **Cathédrale de Metz, le Zoo d'Amnéville et le Centre Pompidou-Metz**.

- / Les 2 temps forts que sont **Noëls de Moselle et Bêtes & Sorcières** restent

encore en retrait dans la perception : l'ancrage d'une notoriété demandera, pour porter ses fruits, le renouvellement de campagnes dans la durée.

- / Les **cibles de la région Grand Est** semblent les plus enclines à venir en Moselle. Les **clientèles transfrontalières** montrent également une appétence pour l'offre de la Moselle à entretenir. Les publics d'Île de France restent les plus réticents et manquent à ce jour d'informations et d'image.

/ Carte touristique

Une carte touristique de la Moselle a été installée dans divers sites touristiques de la Moselle pour promouvoir le réseau des sites Qualité Mosl.

Elle a été déclinée en plusieurs formats selon les besoins et contraintes des acteurs, panneaux intérieur, extérieur, du format A4 au format 1.50 m x 90 cm.



/ Promotion de l'AOC Moselle

En 2022, un nouveau guide "À la rencontre des vigneronns de Moselle" a été édité. Il présente l'AOC Moselle et dresse le portrait des 16 vigneronns mosellans, à travers leur domaine et leur cuvée "coup de cœur".

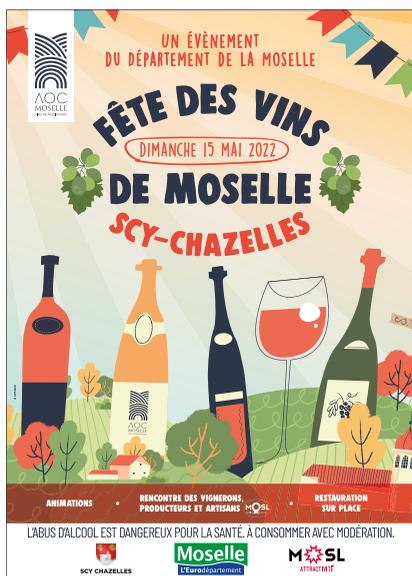
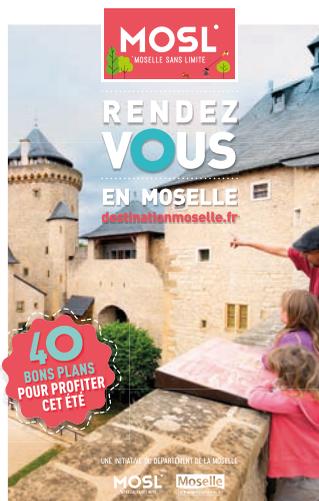


/ Campagne estivale

Afin de positionner la Moselle comme une véritable destination touristique, **une campagne télévisée sur TF1** a été mise en place pour la première fois. Pendant 6 semaines en été, elle a permis à la Moselle de se positionner de manière offensive et de mettre en évidence la diversité de son offre. Cette stratégie média s'inscrit dans la durée et a été complétée, selon un principe analogue, par la campagne des Noëls de Moselle :

Les 44 sites touristiques Qualité MOSL, sur une base similaire à celle mise en place en 2021, se sont vu proposer **un accompagnement financier et en ingénierie média**. Dans la limite de 40 000 € par site, Moselle Attractivité a pris en charge 50 % des dépenses média des campagnes de communication estivale. 10 sites touristiques labellisés Qualité MOSL ont ainsi participé à cette opération nécessitant, en contrepartie, une mise en avant de la Destination Moselle sur leurs supports. La visibilité de la Moselle a ainsi été renforcée dans le Grand Est, à Paris et dans les territoires transfrontaliers :

Le magazine rendez-vous en Moselle a été diffusé à 200.000 exemplaires sur l'ensemble du territoire, intégrant pour la première fois des coupons de réduction réalisés avec des sites touristiques partenaires.



La Fête des Vins de Moselle s'est tenue en mai à Scy-Chazelles et a réuni 20 viticulteurs (dont 15 de Moselle) et une vingtaine de producteurs labellisés Qualité MOSL. Cette 8ème édition a battu tous les records en termes de visiteurs (6 000 entrées) et de ventes.

BÊTES & SORCIÈRES EN MOSELLE

BÊTES ET SORCIÈRES

Le festival Bêtes&Sorcières a été lancé en 2018 afin de positionner la Moselle comme une destination phare de la période d'Halloween par le développement d'une offre d'animations à vocation touristique

Après 2 années perturbées par le contexte sanitaire, le festival 2022 a pu à nouveau se développer et toucher son public.

En 2022, une soixantaine de sites ont proposé des animations, et porté l'identité du Festival Bêtes et Sorcières.

Les éléments mis à disposition ont permis de valoriser l'ensemble de l'offre :

- **Un charte graphique commune** pour les outils de communication
- **Des outils de décor** sur place :
Un espace photoshoot
Des guirlandes Bêtes & Sorcières
- **Des goodies à distribuer** : sachets de graines de courges.
- **Le programme** dans le magazine Rendez-vous distribué à 200 000 personnes sur tout le territoire mosellan.

Côté fréquentation touristique, une augmentation des visiteurs a été constatée dans de nombreux sites, sur des animations récurrentes (comme le Parc Sainte Croix, Walygator, Le Château de Malbrouck) et de très belles performances sur les nouvelles (Château du Schlossberg notamment).



Campagne de communication

Celle-ci s'est déployée en 2 phases

- Une démarche de relations presse mosellane et transfrontalière
- Une campagne digitale sur le Grand Est et le Luxembourg avec promotion des animations et des séjours packagés.

Résultats de la campagne digitale :

- Plus de 4 millions d'impressions
- 28.000 clics
- Près de 16.000 visites sur le site web dédié
- Temps moyen passé sur le site : 1'57 min
- 88.000 interactions sur nos réseaux sociaux.

NOËLS DE MOSELLE

NOËLS DE MOSELLE

Évènement incontournable parmi les temps forts mosellans, revêtant un potentiel d'attractivité touristique majeur, Noël de Moselle a cette année rencontré un succès important.

Les actions de Moselle Attractivité en termes de promotion ont été les suivantes :

(TF1, France Inter, Ouest France, France 3 Grand Est, Marie Claire, Maxi, Pleine Vie...)
La campagne a permis de délivrer 275,3 GRP auprès de la cible 25-49 ans.

Sur le volet digital, la campagne a enregistré les performances suivantes :

· **Ciblage** : Moselle + Grand-Est + frontaliers FR

· **Résultats de la campagne** :

- 9 Millions d'impressions
- Près de 150.000 clics sur la campagne
- Plus de 17.000 visites générées
- Temps moyen passé sur le site : 1'23 min.

Les 3 premiers contenus en termes de visite sont :

1. Le sentier des lanternes fête ses 10 ans
2. Le chalet Qualité MOSL
3. Un Noël à Meisenthal

Les Noël de Moselle ont également permis de valoriser l'artisanat local avec une campagne dédiée à Qualité MOSL et l'organisation des points de vente éphémères, tels que le chalet qualité MOSL de Metz et des boutiques éphémères dans les territoires (Forbach, Thionville, Marange-Silvange, Sierck-les-Bains et Bitché).



/ Campagne en Moselle :

Prolongeant et consolidant la stratégie média initiée au cours de l'été, une campagne de communication sur TF1 s'est déployée du 12 novembre au 4 décembre, ainsi que sur la télévision belge et luxembourgeoise. Elle a été complétée par une campagne digitale en Ile de France et dans le Grand Est et par des insertions presse en Moselle.

Un renforcement des relations presse a permis de générer de nombreux contacts et articles dans des médias nationaux



/ Les relations presse

Un travail de fond avec les médias nationaux a été entrepris pour générer une couverture plus forte des Noëls de Moselle. Ainsi plusieurs reportages ont pu être diffusés en télévision notamment.



/ Le Chalet de Noël et les boutiques éphémères :

Au-delà de son rôle économique pour les artisans Qualité MOSL, Le chalet de Noël, place de la République (voir page 25) est une des animations phares de l'offre de Noël en Moselle et à Metz. Il représente la principale offre locale des marchés de Noël et sa fréquentation démontre, année après année, un intérêt croissant du public. Il bénéficie d'une campagne de communication ciblée en affichage sur la métropole de Metz et sur les réseaux sociaux.

Sur la base de cette expérience réussie, des boutiques éphémères se développent en Moselle (Forbach, Bitch, Sierck-les-Bains, Thionville...). Moselle Attractivité les accompagne dans la mise en relation avec les producteurs et sur la communication.

En quelques chiffres :

- **+ 90% en un an, c'est l'évolution du chiffre d'affaires enregistré au dépôt vente du chalet Qualité MOSL à Metz**
- **38 le nombre d'exposants Qualité MOSL au chalet**
- **14 le nombre de nouveaux exposants qui ont permis de renouveler l'offre.**



PLAN MOSELLE ESPOIR



UN SOUTIEN FORT UN SOUTIEN FORT AUX AUTOCARISTES ET AUX TRAITEURS

Moselle Attractivité a mis en œuvre, à la demande du Département de la Moselle, une série d'opérations destinées à soutenir la reprise d'activité des autocaristes et des traiteurs.



Bons d'achat "traiteurs"
au bénéfice des associations mosellanes :
25 traiteurs ont signé la convention de partenariat
- **500 bons ont été demandés** (potentiel de 500)
- **351 bons ont été remboursés**
soit 70 200 € au 31/12/22

Cette opération au bénéfice des traiteurs et des associations mosellanes a également été déclinée sur le même modèle par la diffusion de **bons d'achat "autocaristes"** auprès des associations :
13 autocaristes ont signé la convention de partenariat
- **309 bons ont été demandés** (potentiel de 500)
- **143 bons ont été remboursés**
soit 28 600 € au 31/12/22.

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

ÉDITO

Après une année 2021 assez exceptionnelle en termes de résultats et de dynamique économique, Moselle Attractivité a poursuivi en 2022 ses missions aux côtés des entreprises du territoire.

Malgré des incertitudes conjoncturelles (conflits géopolitiques, inflation, difficultés d'approvisionnement, etc.), la Moselle a su tirer son épingle du jeu grâce à ses nombreux atouts. Ainsi, 352 projets ont été suivis et 82 se sont concrétisés pour près de 200 millions d'euros d'investissements avec, à la clé, la création de 786 nouveaux emplois, parmi lesquels : MIBELLE GROUP ONDAL (Sarreguemines, fabrication de produits capillaires), CUISINES GRANDIDIER (Rémilly, conception et réalisation de cuisine haut de gamme), WEERTS (Sainte-Marie-aux -Chênes, logistique internationale) etc.

Ce bilan, positif au regard d'un contexte économique, s'est également traduit en matière d'emploi avec une décreue du chômage jamais connue en France depuis 2007, notamment en Moselle, où le taux a chuté à 7,8 %. À ce titre, et pour répondre aux enjeux vitaux de recrutement et de fidélisation des salariés des entreprises, Moselle Attractivité a initié une stratégie départementale spécifique dans ce domaine, « Viens-Reste-Reviens ». Mené en dans le cadre d'une synergie positive avec les acteurs économiques et les unions professionnelles, ce partenariat aura ainsi pour objectif de contribuer au bien-être des entreprises et des salariés, et donc à la vitalité de notre territoire.

Enfin, 2022 a été également marquée, pour nos entreprises et nos territoires, par l'impérieuse nécessité de se positionner face à l'enjeu de la transition écologique. L'objectif collectif est, désormais, de réussir le pari d'un développement économique raisonné, créateur de richesses, compatible avec les décisions et arbitrages nécessaires pour maîtriser le réchauffement climatique et enrayer la chute de la biodiversité.



Les débats complexes qui émergent suite la mise en œuvre de la loi sur la sobriété foncière en sont une bonne illustration.

Malgré ce contexte parfois incertain, des perspectives enthousiasmantes s'ouvrent encore en 2023 pour le pôle économique de Moselle Attractivité qui gère un portefeuille de projets renforcés, représentant plusieurs milliards d'euros d'investissements. De quoi regarder l'avenir avec optimisme, tout en inscrivant les enjeux mosellans dans les nouveaux schémas de développement et d'aménagement (SRADDET et SRDEII) de la Région Grand Est qui seront votés en juin 2023.

Alexandre CASSARO
1^{er} Vice Président de Moselle Attractivité

L'ACCOMPAGNEMENT AU DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES MOSELLANES



CONSEIL ET ORIENTATION POUR LES PROJETS DE REPRISES / PARTENARIATS / ENTREPRISES EN DIFFICULTÉ

Moselle Attractivité identifie les opportunités d'entreprises industrielles à reprendre en Moselle. Dans ce cadre, l'agence :

- / **RENSEIGNE** les possibles repreneurs d'entreprises sur ces opportunités puis les accompagne aux plans juridique et financier, pour permettre la concrétisation des projets de reprise,
- / **ALERTE**, le plus en amont possible, les pouvoirs publics (État, Région, EPCI) lors de la détection de signaux inquiétants d'activité,
- / **COORDONNE ET FINANCE** des actions de prospection dédiées, en France et en Allemagne, confiées à des apporteurs d'affaires qu'elle mandate,
- / **PRÉSENTE ET VALORISE** les dispositifs régionaux d'accompagnement et de soutien à la reprise d'entreprises.

En 2022, Moselle Attractivité a accompagné **16 projets de reprise-restructuration sur toute la Moselle** dont : MAXEON à Porcellette, PRECISDEC à Faulquemont, le site touristique de la Mutche à Morhange, THYSSENKRUPP à Sarreguemines, MARCOTULLIO à Louvigny.



PRÉSENTATION ET VALORISATION DES DISPOSITIFS RÉGIONAUX D'ACCOMPAGNEMENT ET DE SOUTIEN DES ENTREPRISES

La Région Grand Est mène depuis plusieurs années une démarche de déploiement de l'Industrie du Futur au sein des entreprises du territoire à travers un plan d'actions alliant performance économique, respect de l'environnement et organisation de la ressource humaine. Les entreprises implantées en Moselle à fort potentiel de croissance, industrielles, agricoles ou artisanales, désireuses de conduire leur entreprise vers le concept « Industrie du Futur » peuvent bénéficier du diagnostic 360° proposé par la Région Grand Est. Le diagnostic, d'une durée de 3 jours, est pris en charge à 100 % par la Région.

Moselle Attractivité assure la promotion de cette démarche auprès des entreprises mosellanes.



Quelques **exemples d'entreprises ayant bénéficié du diagnostic en 2022** :

- **MEPHISTO** à Sarrebourg,
- **ATELIER KLEIN** à Hartzviller,
- **SPENLE DEVELOPPEMENT** à Sarrebourg,
- **BLANC CARRARE** à Niderviller,
- **CUISINES GRANDIDIER** à Rémilly, à Sarreguemines.



VALORISATION D'OFFRES D'EMPLOIS ET DE CV QUALIFIÉS

Moselle Attractivité peut également apporter une aide gratuite au recrutement aux entreprises mosellanes qui le souhaitent. Celle-ci s'appuie sur une CV tèque dédiée et donne lieu à la diffusion des offres d'emploi collectées via le site : <https://taleez.com/carrers/moselle-attractivite>. TALEEZ sera intégré en 2023 au portail de Moselle Attractivité.

Plus de 4 100 profils figurent dans la CV tèque, 218 offres ont été diffusées en 2022, 42 recrutements ont été réalisés grâce à Moselle Attractivité parmi lesquels :

- le **Webmaster/intégrateur web** à Sarrebourg chez CITY-COM
- le **Responsable ventes et marketing en agroalimentaire** à Sarrebourg chez UNICOOLAIT
- le **Technicien BE/méthodes** à Woustviller chez RENZ
- le **Technicien logistique** à Sarreguemines chez SARPLAST
- l'**Acheteur approvisionnements** à Sarreguemines chez SARPLAST
- le **Technicien de maintenance informatique** à Forbach chez JUVA
- l'**Animateur HSE** à Forbach chez JUVA
- l'**Assistant commercial export** à Rohrbach les Bitche chez GAATREND
- le **Secrétaire administrative et commerciale** à Phalsbourg chez SOLUCANE
- la **Chargée de marketing** à Woippy chez LIVEA (+ préparateurs de commandes)



ACTIONS COLLECTIVES : FILIÈRES / TERRITOIRE

/ Contrat de territoire Warndt Naborien / Territoires d'industries

Le projet de territoire du Warndt naborien a été signé entre l'État, la Région, le Département et les EPCI du Warndt, de Saint-Avold Synergie, de Faulquemont et de Freyming-Merlebach, le 16 janvier 2020.

Dans une perspective de transition écologique et solidaire, ce projet de territoire du Warndt Naborien (PTWN) imposé par le plan Climat de juillet 2017, autour duquel se mobilise l'intégralité des acteurs locaux, a pour enjeu de soutenir la mutation économique, de ce secteur fragilisé, déjà lourdement impacté par la fermeture des dernières mines de charbon, et d'accompagner l'arrêt définitif de l'unité de la centrale Émile Huchet de production d'électricité à partir de charbon.

Ce projet de territoire du Warndt Naborien se décline autour de 4 axes stratégiques durables pour 2020 à 2025 :

- | | | | |
|--|--|---|---|
| <p>1.</p> <p>La relance économique et industrielle de la centrale Émile Huchet, de la plateforme de Carling/Saint-Avold et plus largement du Warndt Naborien</p> | <p>2.</p> <p>La qualité du service apporté aux habitants et acteurs du Warndt Naborien</p> | <p>3.</p> <p>L'attractivité renouvelée du Warndt Naborien</p> | <p>4.</p> <p>La préservation de la santé humaine.</p> |
|--|--|---|---|

Une quinzaine d'actions se mettent en place et sont soutenues au travers du « fonds charbon » doté de 11 millions de € :

- | | | | |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> · mise en place d'un pôle territorial mutualisé d'ingénierie, en soutien à la réalisation et au développement du PTWN. · réalisation de la phase d'avant-projet du projet de production de vapeur industrielle bas-carbone et renouvelable sur le site de la centrale Émile Huchet à Saint-Avold (57) · création et développement d'une plateforme mutualisée de mise à disposition d'utilités à destination des industriels installés sur le site Émile Huchet. Réhabilitation de la zone réservée à l'installation de CIRCA ainsi que la | <ul style="list-style-type: none"> · connexion des infrastructures nécessaires pour les besoins du projet en utilités · réalisation des études de construction de la filière Forêt-Bois HPCI Grand Est · filière hydrogène territoire Warndt Naborien - chef de projet chargé de l'animation · création d'un pôle d'essai, de qualification, d'accréditation et de formation à l'hydrogène énergétique · étude initiale en vue de la création d'un embranchement ferroviaire sur la ligne Bening-Thionville · création d'un site pilote de | <ul style="list-style-type: none"> batteries stationnaires à Saint-Avold préalable à la création d'une unité sérielle · projet « ReSolute » : usine de transformation des résidus de biomasse non alimentaires en solvant vert (CyreneTM) · création d'un centre de référence de la bière brassée à la main · création d'une unité de production d'appareils de décontamination à Faulquemont · études sur la station de traitement des effluents (métaux lourds / pollution historique) et études de | <ul style="list-style-type: none"> · transformation du site Émile Huchet en plateforme industrielle · construction d'un Atelier d'Expérimentation et de Fabrication · développement, production et commercialisation de solutions solaires (Projet SOLAR TREES) · CORMUS: conception de Réacteurs et expérimentation de Modules et Unités industrielles de Stockage stationnaire de l'électricité. |
|---|--|---|--|

Moselle Attractivité joue un rôle de prescripteur notamment pour les entreprises auprès de la Sous-Préfecture de Forbach qui instruit ce fonds dédié.



LE DISPOSITIF AMIE 57, AIDE MOSELLANE À L'IMMOBILIER D'ENTREPRISES 57

En 2021, le Département de la Moselle s'est vu confier, par les EPCI (communautés de communes ou d'agglomération) mosellans ayant signé une convention de délégation de compétence, la gestion de l'octroi d'aides en matière d'investissement immobilier des entreprises dans le cadre du dispositif AMIE57 – Aide Mosellane à l'Immobilier d'Entreprise. Ce dispositif à destination des entreprises de 20 salariées maximum est cofinancé à parité par l'EPCI dans lequel le projet est situé et le Département de la Moselle. En 2022, 17 EPCI se sont engagés dans le dispositif.

Au regard des premiers dossiers instruits et des discussions engagées avec les EPCI, il s'est avéré nécessaire de faire évoluer le règlement d'octroi défini par les EPCI dont la mise en œuvre est confiée au Département. Ces évolutions poursuivent un objectif global de simplification et ont porté principalement sur :

- la suppression du plafonnement de la subvention à hauteur des fonds propres et quasi-fonds propres de l'entreprise, qui peut s'avérer bloquant pour les petites entreprises ;
- la suppression de l'application d'un prorata aux subventions à destination des SCI calculé en fonction du taux de détention de la SCI par l'entreprise exploitante ou son/ses actionnaire(s) majoritaire(s) ;

- l'intégration, au regard de l'expérience de certains territoires, de la possibilité de prendre en compte des projets d'investissements émanant de professions libérales lorsqu'ils représentent un intérêt en termes de maintien de services à la population, notamment en milieu rural ;
- la précision qu'un même maître d'ouvrage ne pourra bénéficier que d'une seule subvention au titre de l'AMIE57 sur une période de 3 ans ;
- enfin, il est également recherché un allègement des pièces requises à l'appui d'une demande de subvention en laissant plus de latitude à l'instructeur pour demander des éléments complémentaires au porteur de projet si cela s'avère nécessaire.

Quelques exemples :



- **JARDINS ET LOISIRS**, à Volmunster : rénovation de bâtiment à usage commercial

- **LE JEUNE BOIS ET DÉRIVÉS** à Bitche : création d'une surface de vente bois et dérivés

- **JACAULIE** : ouverture d'un magasin d'optique « Concept Optique » à Sarreguemines

- **ECO FERMETURES** : construction de nouveaux locaux sur Henriville pour cette société spécialisée dans les travaux de menuiserie bois et PVC



- **LAGLASSE** à Varize : construction d'un local de torréfaction pour la production de merrains et de stèves

- **GUASTACOM** à Folschviller : restructuration de locaux pour adapter les locaux à leurs activités de communication

- **Société TRAFIC** à Norroy-le-Veneur (fabrication de signalisation lumineuse) : construction d'un bâtiment sur la zone ECOPARC.



- **INSTITUT SOLÈNE BEAUTÉ** : rénovation d'un local à Niderviller afin de déménager dans un espace plus grand et proposer de nouveaux services. Embauche d'une personne.

- **Maison CASSANO-RIBEIREX NOUVELLE SARL** : construction d'un hall de stockage et local de dégustation et bureau à Bertrange.



- Le magasin d'optique « **LES P'TITES BINOCLES** » : installation sur le pôle médical de Phalsbourg, au quartier Maisons-Rouges.

- **L'ÉQUATION GOURMANDE** (commercialisation de viandes, charcuterie et de plats cuisinés) à Metzervisse : agrandissement du magasin et délocalisation du laboratoire ainsi que des cuisines dans un bâtiment à l'arrière du magasin.



CHIFFRES CLÉS

32
DOSSIERS
SUBVENTIONNÉS

623K€
D'AIDES
8,1M€
D'INVESTISSEMENT
TOTAL

VEILLE ET ANIMATION ÉCONOMIQUES

Moselle Attractivité a mené de nombreuses actions d'animation économique en Moselle en partenariat étroit avec des membres de l'écosystème économique local :

- En lien avec les **pôles de compétitivité** (véhicule du futur, MATERIALIA).
- **Veille et observation économique** : revue de presse, 10 panoramas de présentation des filières d'excellence de Moselle (FR/GB), observatoire de l'attractivité, recherches documentaires.
- **Valorisation des actions régionales** : diagnostic 5.0, aide à l'efficacité énergétique (travail en lien étroit avec les services de l'ADEME et de la Région pour accompagner les actions de décarbonation de l'industrie), réflexions et actions dans le cadre des territoires d'industrie.
- **Contribution aux démarches économiques** engagées par la Région et par l'État :
 - dans le cadre du Plan 500 relocalisations et de la démarche StarEst, action de sensibilisation de la démarche de recensement du foncier auprès des EPCI mosellans.
 - information auprès de plus de 300 entreprises de l'enquête menée par la Région Grand Est sur la réduction des dépenses énergétiques au sein des entreprises.
 - contributions aux réflexions de l'État / taskforce :
 - / impact du conflit en Ukraine
 - / impact lié à la crise de l'énergie
- **Collaboration avec les services de Grand E'Nov** pour valoriser les problématiques d'innovation dans l'entreprise, membre actif du C2IME.



Conférence Economique avec la Banque de France du 22/02/22

- **Conférence économique avec la Banque de France** le 22 février 2022 au Centre des Congrès de Burghof à Forbach, en présence d'Alexandre Cassaro, Maire de la Ville de Forbach, Conseiller Régional du Grand Est, Premier Vice-Président de Moselle Attractivité : présentation par Jean-Michel Clavié, Directeur Départemental de la Banque de France et Catherine Kubitz, Directrice Déléguée pour la Moselle-Est des enjeux économiques nationaux et internationaux actuels, ainsi que des résultats de l'enquête de conjoncture annuelle menée auprès d'un panel d'entreprises des secteurs de l'industrie, des services et de la construction de la Région Grand Est. Une centaine de participants.



- **Moselle Attractivité a intégré le réseau des Points Infos Commande Publique du Grand Est.** Initié par la Région Grand Est et l'État et animé par Grand Enov+, l'agence d'innovation et de prospection du Grand Est, ce réseau a pour objectif d'informer et de sensibiliser les entreprises à la commande publique :

- 06/07/2022 : webinar sur les clauses sociales dans les marchés publics,
- 16/09/2022 : webinar sur l'offre de BPI France,
- 27/09/2022 : formation en présentiel dédiée aux Points Infos sur les enjeux des nouveaux cahiers des clauses administratives générales (CCAG),
- 02/12/2022 : participation au Comité Technique du Réseau Commande Publique Grand Est.

LES DÉMARCHES DE PROSPECTION ET DE RENFORCEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

ACTIONS D'APPROCHE ET DE DÉTECTION DE NOUVEAUX PROJETS

Moselle Attractivité réalise une démarche de détection de projets par le biais :

- / **de ses prestataires mandatés**, les apporteurs d'affaires GEOLINK et ANCORIS,
- / **de sa participation à des salons professionnels** qui permettent de détecter de nouveaux contacts et de faire connaître les produits fonciers et immobiliers de la Moselle,
- / via l'agence de prospection internationale INVEST EASTERN France.

MANDAT CONFIE AUX APORTEURS D'AFFAIRES POUR LA PROSPECTION « FRANCE »

MOSELLE ATTRACTIVITÉ fait, depuis plusieurs années, appel aux deux principaux apporteurs d'affaires français spécialistes de la détection de projets d'entreprises en lien avec les acteurs du développement territorial, au premier rang desquels les EPCI mosellans.

Malgré un contexte national et international complexe, le bilan des prestations réalisées par ANCORIS s'avère globalement positif avec 93 projets transmis sur deux axes de prospection :



MISSION DE PROSPECTION D'ENTREPRISES : 45 projets transmis en 2022 (dont 41 toujours en cours de recherche d'une solution d'implantation).

À noter :

- **51 % des projets** sont exogènes au territoire,
- **12,5 % des projets transmis** sont à capitaux majoritairement étrangers (Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, USA, Turquie) confirmant l'attractivité de la Moselle pour les entreprises étrangères,
- **38 % concernent des projets** entre 5 et 20 emplois, 20 % des projets de 20 à 50 emplois, et 16 % des projets supérieurs à 50 emplois,
- **24 % de projets** concernent le secteur du commerce, 20 % le transport logistique, 16 % l'industrie,
- La recherche porte principalement sur des **biens existants**,
- Les projets correspondent en majorité à des **créations de nouveaux sites ou de nouvelles antennes (58 %)** ainsi que des projets de transfert-développement de sites existants.
- **2 projets d'implantation décidés en 2022** : TECHNIC RAYON et PRO CONSEILS à Thionville.

MISSION D'IDENTIFICATION ET DE PROSPECTION DE PORTEURS DE PROJET POUR LA CRÉATION OU LA REPRISE D'ÉQUIPEMENTS TOURISTIQUES : 48 projets transmis en 2022.

À noter :

- **50 % des projets** concernent la reprise d'un équipement existant, 49 % une création de site,
- **44 %** concernent le secteur de l'hôtellerie et **24 %** celui de l'hôtellerie de plein-air,
- **type d'opportunité recherchée** : 17,3 % hôtel-restaurant et 16,4 % hôtel-bureau / appart'hôtel,
- **22,9 % des projets** représentent des investissements de plus de 3 Mio €,
- **19 projets transmis** sont portés par des grands comptes et/ou des PME émergentes,
- **6 visites de sites** ont eu lieu (Coucco cabanes, Bonfire, L'Escale Royale, M. Fesson, Concerto, Compagnie des loisirs distribution),
- **6 projets** sont bien avancés : Accor (reprise de l'hôtel du golf de Faulquemont), Accro camp (Eurométropole de Metz), M. Fesson (éco-domaine à Réchicourt), L'Escale Royale (hôtellerie flottante insolite et haut de gamme, intérêt pour Lutzelbourg et Lagarde), Koawa/Concerto (Morhange), Couccoo cabanes (carrière du Barrois),
- **13 belles marques d'intérêt** pour le territoire ont été enregistrées dont Bonfire (carrière du Barrois), M. Ott (intérêt pour Amnéville).



LE BILAN AVEC GEOLINK S'AVÈRE EN REVANCHE MOINS POSITIF. En 2022, GEOLINK n'a dirigé vers MOSELLE ATTRACTIVITÉ que 26 projets d'implantation et de développement d'entreprises.

À noter :

- **50 % des projets** sont supérieurs à 10 emplois,
- **filières** : tourisme, commerce de gros, éco-industrie, agro-alimentaire,
- aucun projet décidé suite à la détection.

GEOLINK a également organisé des actions de prospection dans le cadre de salons professionnels qui se sont traduites par peu de prises de rendez-vous avec des prospects intéressés par l'offre Moselle.



INVEST EASTERN FRANCE

INVEST
EASTERN FRANCE



Invest Eastern France est un service de l'Agence régionale d'innovation et de prospection internationale « Grand E-Nov + », initiée et financée par la Région Grand Est. Invest Eastern France identifie et accompagne les entreprises étrangères porteuses de projets d'investissement en Europe ou en France, pour apporter une valeur ajoutée économique, industrielle et technologique sur le territoire du Grand Est.

Invest Eastern France travaille en partenariat étroit avec les agences de développement économiques territoriales, comme points d'entrée disposant d'une information complète et pertinente, ainsi que de solutions clés en mains, pour la localisation des projets d'investissement des entreprises.

32 projets qualifiés suivis (Business France) en 2022 en Moselle : projets industriels, logistiques, centres de R&D et touristiques.

PARTICIPATION À DES RENCONTRES SUR DES SALONS PROFESSIONNELS

SALON	PARTENARIAT	BILAN
SITL Semaine de l'Innovation du Transport et de la Logistique 5-8 avril 2022 Paris Porte de Versailles	Partenariat avec 4 agences de développement économique et d'attractivité du Grand Est sur un stand commun Grand Est.	Rencontre avec 65 prospects / 12 projets entre 5 et 16 ha identifiés (recherche de foncier pour des bâtiments à vocation logistique).
GLOBAL INDUSTRIE Rendez-vous international de l'industrie en France 17 au 20 mai 2022 Paris Nord Villepinte	Stand CCI Grand Est. Présence de trois entreprises mosellanes : COMMET GROUP - Ennery et sa filiale FLASHMETAL - Grosbliederstroff, ECLAIR INDUSTRIES - Florange et KUCHLY - Sarrebourg.	Une cinquantaine de contacts ont été noués durant l'évènement et l'une de nos entreprises partenaires a signé un contrat conséquent.
#GEN21 Rendez-vous business & numérique du Grand Est 8 et 9 septembre 2022 Centre des Congrès Robert Schuman de Metz		Moselle Attractivité a noué 22 contacts.
SALON À L'ENVERS le rendez-vous des affaires sans rendez-vous 20 octobre 2022	Présentation de la démarche Attraction et Fidélisation des Talents en Moselle. Cette nouvelle stratégie vise à faire découvrir la Moselle, valoriser l'offre d'emploi et de formation dans le territoire et renforcer les liens entre entreprise et jeunesse, ainsi que les facilités pour s'implanter et développer son activité.	Une quarantaine de contacts locaux ont été pris.
BE 4.0 Salon Industries du Futur 29 et 30 novembre 2022 Parc Expo Mulhouse	Participation avec les agences de développement économique du Grand Est : ADIRA, LORR'UP, Ardennes Développement, Inspire Metz, Marne Développement, Sud Champagne.	Une trentaine de contacts.
SIMI Salon de l'immobilier d'entreprise 8 au 10 décembre 2022 à Paris Palais des Congrès	Participation commune Moselle Attractivité, Inspire Metz et LORR'UP.	80 contacts.
SHOW INDUSTRIE 25 et 26 novembre 2022 Parc des Expositions de Metz	<p>6 EPCI mosellans sur le stand de 72 m² de Moselle Attractivité ont présenté les atouts industriels de leur territoire sur un espace de communication « TERRITOIRES, À VOS CÔTES » : la Communauté de Communes du District Urbain de Faulquemont, la Communauté d'Agglomération Portes de France Thionville, la Communauté de Communes Rives de Moselle, la Communauté de Communes Sarrebourg Moselle Sud, la Communauté de Communes du Saulnois et la Communauté d'Agglomération du Val de Fensch.</p> <p>MOSELLE ATTRACTIVITE a communiqué sur la mission relative à l'Attraction et la Fidélisation des Talents initiée en 2022, qui vise à faire découvrir la Moselle, valoriser l'offre d'emploi et de formation de nos territoires et renforcer les liens entre entreprise et jeunesse, ainsi que les facilités pour s'implanter et développer son activité.</p> <p>Des vulgarisateurs, influenceurs étaient également présents au Show Industrie pour des masterclass : Henri HIHACKS, ingénieur Youtubeur et l'intemporel Jamy GOURMAUD, référence en matière de vulgarisation technique et scientifique.</p> <p>Une centaine de contacts locaux ont été pris.</p>	



BILAN DES PROJETS ÉCONOMIQUES ACCOMPAGNÉS PAR MOSELLE ATTRACTIVITÉ EN 2022

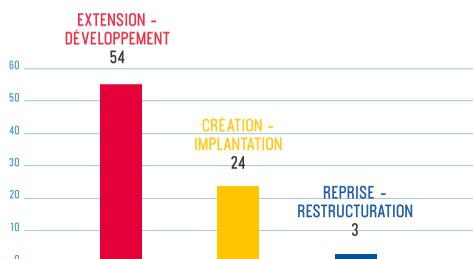
**352 PROJETS D'INVESTISSEMENTS D'ENTREPRISES SUIVIS
ET ACCOMPAGNÉS EN 2022**

81 PROJETS D'INVESTISSEMENTS DÉCIDÉS

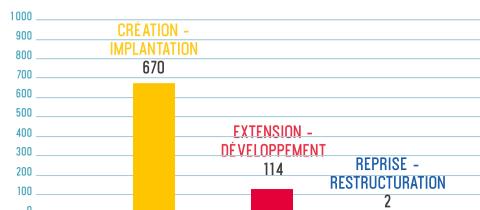


**198 417 773 €
D'INVESTISSEMENTS**

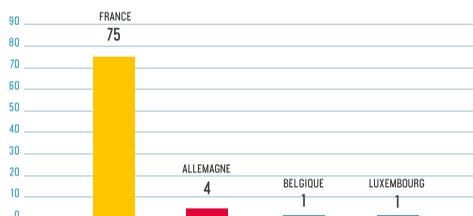
**786
EMPLOIS**



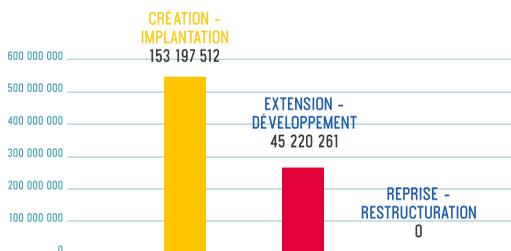
**NOMBRE DE PROJETS
PAR TYPE D'OPÉRATION**



**NOMBRE D'EMPLOIS
PAR TYPE D'OPÉRATION**



ORIGINE GÉOGRAPHIQUE



**MONTANT DES INVESTISSEMENTS
PAR TYPE D'OPÉRATION (€)**



MIBELLE GROUP - ONDAL FRANCE

EXEMPLES DE PROJETS DÉCIDÉS EN 2022

MIBELLE GROUP - ONDAL FRANCE

Sarreguemines

Fabrication de produits de soins capillaires : l'usine de produits cosmétiques a presque doublé sa production entre 2019 et 2022, grâce à une nouvelle ligne de production installée en 2021. Elle a investi trois millions d'euros dans une nouvelle ligne de conditionnement et des cuves de mélange à Sarreguemines. Mibelle Group continue d'investir sur le site de Sarreguemines notamment avec l'extension des vestiaires des personnels en septembre 2022 (env. 600k€), rendue nécessaire par le nombre croissant de collaborateurs. L'usine de Sarreguemines continue d'ailleurs de rechercher une quinzaine de nouveaux talents (opérateurs, techniciens de maintenance, caristes, etc.).



CUISINES GRANDIDIER

CUISINES GRANDIDIER

Rémilly

Conception, fabrication et pose de meubles de cuisine sur mesure : automatisation et robotisation pour gains de productivité. 2 800 000 € d'investissements. 5 emplois.



WEERTS

WEERTS

Sainte-Marie-aux-Chênes

Logistique automobile et agro-alimentaire : à la suite de l'appel à projets lancé par la Communauté de Communes du pays de l'Orne pour l'exploitation d'un foncier de 11 ha et gagné par la société belge WEERTS, l'entreprise va construire un bâtiment de 50 000 m² - 40 Mio € d'investissements et 200 emplois pour de la logistique (pièces de rechange AUDI et chocolats Ferrero notamment).

JBD EXPERTISE

Pagny-lès-Goïn

Logistique : la société a fait l'acquisition des 8,7 ha restant sur la zone de l'EPMNL pour construire un bâtiment de 35 000 m² en blanc.



JBD EXPERTISE

DES OUTILS DE COMMUNICATION ET D'ANIMATION ADAPTÉS

En termes d'immobilier et de foncier d'activité

Moselle Attractivité accompagne et conseille les entreprises dans leur projet d'implantation ou d'extension en Moselle. Elle aide les entreprises à identifier leurs besoins et recherche pour elles des solutions immobilières (entrepôts, bureaux, locaux d'activités) ou foncières (terrains industriels ou logistiques).

Pour cette mission, elle dispose d'une base de données de bâtiments vacants à vendre ou à louer ainsi que des terrains situés sur des zones d'activités (une quarantaine de fiches descriptives des zones d'activités de Moselle, une cinquantaine de fiches bâtiments, opportunités d'entreprises et opportunités touristiques). L'ensemble de cette documentation existe en français et en anglais.

En 2022, Moselle Attractivité a collaboré avec ses 22 EPCI membres pour la mise à jour des données figurant dans ces fiches.



Portail d'attractivité foncier et immobilier

Moselle Attractivité a la mission d'accroître la visibilité économique du territoire mosellan auprès des investisseurs et donc de positionner la Moselle comme un territoire d'implantation privilégié.

Dans cette perspective, il s'est avéré nécessaire de refondre le site dédié au développement économique (datant de 2013), dénommé « Entreprendre en Moselle » qui ne répondait pas suffisamment aux enjeux actuels du développement économique, tant par son contenu que par la mise en valeur de ce dernier ou encore par son référencement et la technologie actuellement utilisée.

À la suite d'une consultation auprès d'agences spécialisées, Moselle Attractivité a retenu l'offre d'ANCORIS, prestataire nationalement connu avec lequel l'agence collabore déjà. La production, initiée fin 2021, s'est poursuivie en 2022.

- Depuis octobre 2022, la mise en ligne du nouveau site Internet "entreprendre.mosl.fr", dédié au développement économique permet de disposer d'un outil efficace et actualisé pour la promotion et la visibilité du territoire économique mosellan.

Campagnes de communication pour défendre le positionnement économique de la Moselle

En 2022, Moselle Attractivité a poursuivi ses actions de communication positive sur l'attractivité de la Moselle via la presse, son blog et les réseaux sociaux.

- Campagne de communication dans la presse locale et nationale : LA SEMAINE, Magazine L'ESTRADE, mise en valeur de la filière logistique dans le magazine Challenges.

- **Blog** : 15 articles dans la rubrique entreprendre sur le blog de Moselle Attractivité - thématiques : présence aux salons et événements organisés par Moselle Attractivité, entreprises qui adoptent la marque MOSL, nouvelles implantations.

• Réseaux sociaux :

- 111 post sur la thématique économie/entreprises sur la page LinkedIn de Moselle Attractivité
- 89 post sur la thématique économie/entreprises sur la page Facebook de Moselle Attractivité

Zoom sur LinkedIn : au 12/01/2023 : 7 778 abonnés (+1 822 abonnés en un an) - des post ayant généré 7 232 réactions (+3830,4 % / 2021) - 148 commentaires (+14 700 % / 2021) - 717 republications (+2460,7 % / 2021)

- **Émission économique sur Moselle TV** : dans le cadre de l'animation économique des territoires, Moselle Attractivité est partenaire de l'émission lancée en 2021 par Moselle TV, « Le Rendez-vous éco ». Chaque mois, durant 1h, deux entreprises du territoire mosellan ont été mises en valeur par le biais d'un reportage de 3 minutes tourné directement sur le site de l'entreprise.

En plateau, un intervenant, acteur du tissu économique, échange avec le journaliste Jean Milon : actualités, événements, problématiques spécifiques, etc.

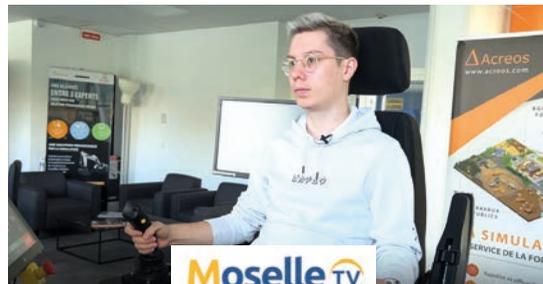
Entreprises mosellanes ayant participé à l'émission : ACREOS, ALIZE GROUP, ATELIERS DE BASSE-HAM, BECK SS, DIGITAL LAB, ECLAIR JT, EFFI SAV, ELYSEES COSMETIQUES, FLASHMETAL, KATOEN NATIE, LAGLASSE, LINGENHELD, LM EMPLOI, METEX NOOVISTA, MIBELLE GROUP, PIERBURG, SECURUSPERE, ESCALIERS SOMME, USOCOME.

Panoramas de filière

13 panoramas sectoriels sont disponibles, 5 panoramas ont été mis à jour en 2022 (automobile, ferroviaire, numérique, métal, transport logistique).

Réalisation d'une campagne de photographies des zones d'activités de Moselle

Moselle Attractivité a réalisé une campagne de photographies aériennes des principales zones d'activités de Moselle, avec le concours de la société L'EUROPE VUE DU CIEL. Elles permettent d'illustrer les documents de promotion économique et le site internet. Les conditions climatiques de fin 2022 n'ont pas permis d'achever cette campagne qui se poursuivra au printemps 2023.



L'ATTRACTION ET LA FIDÉLISATION DES TALENTS

L'année 2022 a également été marquée par le lancement d'une nouvelle démarche relative à l'attraction et la fidélisation des talents dans le contexte de pénurie globale de main d'œuvre de l'ensemble des secteurs d'activité.

Moselle Attractivité a conduit dès le mois de mai une réflexion sur cette thématique, donnant lieu à une concertation avec les différents partenaires économiques concernés.

Les besoins prioritaires identifiés collectivement à cette occasion sont :

- l'accueil des nouveaux venus dans le territoire (l'hospitalité), l'amélioration de l'offre de logement et la facilitation de la mobilité des salariés,
- l'amélioration de l'image et la mise en valeur de la qualité de vie en Moselle,
- l'engagement d'actions de prospection avec la recherche de talents dans d'autres territoires,
- la mobilisation des jeunes mosellans en les sensibilisant aux opportunités d'emploi et de formation en Moselle,
- le développement d'une véritable marque employeur Moselle, prenant notamment en compte le souci du bien être des salariés dans les entreprises mosellanes,
- l'impératif d'un jeu collectif : beaucoup d'actions existent ou vont être prochainement engagées. Elles mobilisent une multitude de compétences et reposent sur une large diversité d'acteurs (Chambres consulaires, fédérations professionnelles, Etat, Région, EPCI,...). L'action de Moselle Attractivité doit se focaliser sur les sujets pas ou peu pris en compte et multiplier les partenariats avec les parties prenantes..



Le plan d'actions qui a été déployé dès la fin d'année repose sur un triptyque : VIENS – RESTE – REVIENS, pour attirer, fidéliser et faire revenir les talents en Moselle.

Certaines actions ont déjà été entreprises par Moselle Attractivité, comme par exemple :

- la réalisation du film à destination des étudiants « Metz c'est mieux, la Moselle c'est mieux » en partenariat avec Inspire Metz. Ce film a remporté le prix de l'attractivité et du marketing territorial au Forum national de la communication publique Cap'Com 2022,
- la participation de Moselle Attractivité au salon GEN et au Salon à l'Envers sur la thématique de l'attraction des talents,
- l'organisation de l'évènement "Pâtisseries de Moselle", en partenariat avec la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, dans le cadre de la FIM,
- la contribution active de Moselle Attractivité à l'organisation du salon des talents Show Industrie initié par l'UIMM Lorraine.

PERSPECTIVES 2023

AXE "VIENS"

Mise en place avec l'UMIH 57 d'une démarche visant à attirer en Moselle une main d'œuvre nouvelle qui fait aujourd'hui défaut dans l'hôtellerie-restauration (Opération 'job+accueil privilégié').

AXE "RESTE"

Projet de création de parcours de stages de 3^e avec 100 entreprises pilotes pour mieux accueillir les collégiens, avec la mise en place de dispositifs de parrainage et des parcours de stage adaptés (réalisation et diffusion d'une charte des stages de 3^e, valorisation de leur expérience, de l'entreprise d'accueil et de ses métiers par les jeunes stagiaires via des vidéos #stage3emosl).

AXE "REVIENS"

Création de réseaux actifs d'ambassadeurs mosellans, notamment à Paris dans un premier temps. Mobilisant des décideurs et prescripteurs (médias, sportifs, artistes, cuisiniers, artisans, chefs d'entreprise...), ils auront pour vocation de véhiculer vis-à-vis de leurs propres réseaux affinitaires, l'image d'une Moselle Terre de Talents, attractive pour tous ceux qui veulent y réaliser leur ambition professionnelle (Opération 'reconnectez-vous à la Moselle').

MARQUE EMPLOYEUR MOSELLE

Projet de mise en place d'une véritable Marque Employeur Moselle (objectif de labellisation de 100 entreprises en 2023) en partenariat avec l'UE57.

ACCUEIL

En matière d'hospitalité, un guide d'accueil sera élaboré en partenariat avec Inspire Metz. En parallèle, le portail internet de Moselle Attractivité intégrera de nouvelles rubriques à destination de futurs étudiants et salariés.

MA NOUVELLE VILLE

Convaincue que les priorités d'une politique d'attractivité économique résident tout autant dans l'attraction et la fidélisation des talents que dans l'implantation de nouvelles entreprises, Moselle Attractivité a, entre autres, signé une convention avec Ma Nouvelle Ville pour favoriser la mobilité professionnelle vers les territoires mosellans.

Filiale du groupe Action Logement, Ma Nouvelle Ville est un réseau national spécialisé depuis vingt-cinq ans dans l'accompagnement des salariés en situation de mobilité professionnelle et géographique. Il aide plus de 25 000 salariés et leurs familles par an.

L'accompagnement de Ma Nouvelle Ville porte notamment sur :

- la recherche et mise en service d'un logement,
- les démarches administratives,
- la scolarisation des enfants,
- la présentation du tissu associatif et sportif...

Cet accueil sur mesure, en lien avec le tissu local, est un atout supplémentaire pour attirer les talents en quête d'une meilleure qualité de vie en Moselle. Le dispositif s'adresse aux entreprises

de toutes tailles qui s'implantent ou se développent en Moselle. Son coût peut être pris en charge par l'aide MOBILI-PASS® d'Action Logement ou via la convention signée entre Moselle Attractivité et Ma Nouvelle Ville.

En 2022, MA NOUVELLE VILLE a accompagné quatre recrutements dans leur installation en Moselle : le responsable HSE chez Safran Nacelles à Florange, un cadre chez Sade Compagnie générale de travaux hydrauliques à Metz, une alternante chez IRT M2P à Metz, un opérateur chez PSA Automobiles à Trémery/Metz.





INSERTION DES BÉNÉFICIAIRES DU RSA DANS L'EMPLOI





LES PRINCIPAUX RÉSULTATS DE LA MISSION D'INSERTION DES BÉNÉFICIAIRES DU RSA DANS L'EMPLOI EN 2022

· **931 contacts entreprises** ayant permis de collecter **301 offres d'emploi** représentant **1 234 postes de travail** ;

· **75 mises à l'emploi** de bénéficiaires du RSA réalisées, dont **37** pour une durée supérieure ou égale à 6 mois, **soit 49%**.

ÉVALUATION DE LA MISSION

Au regard des résultats, un audit a été réalisé par le Département, qui a notamment mis en évidence les éléments suivants :

· dans un contexte de diminution du nombre de bénéficiaires du RSA, le volume de profils réellement employables transmis par le Département à Moselle Attractivité reste trop faible pour répondre aux besoins identifiés auprès des entreprises. Ainsi en 2021, **1 901 profils** avaient été transmis à Moselle Attractivité, dont seulement **519 retenus** par les Développeurs d'Emploi après contact avec les bénéficiaires du RSA concernés - en 2022, seuls **743 profils** avaient été transmis et **301 retenus** ;

· les bénéficiaires du RSA directement employables sont, dans le contexte actuel, peu nombreux - leur situation correspond en général à des accidents de parcours et leurs besoins d'accompagnement pour retrouver rapidement un emploi sont limités, compte tenu des fortes tensions sur le marché du travail ;

· les bénéficiaires du RSA qui sont orientés "emploi" nécessitent, quant à eux, un accompagnement, notamment en termes d'acquisition de compétences, pour être rapidement employables, or Moselle Attractivité ne dispose pas des leviers d'action nécessaires pour réaliser cet accompagnement.

Le Département de la Moselle a ainsi décidé, sur la base de ce constat, de ne pas poursuivre cette mission en 2023. Une procédure de licenciement économique collectif a ainsi été engagée à l'encontre des trois salariés encore présents au sein du Pôle Insertion qui s'est achevée début 2023.





2-4 rue du Pont Moreau
F-57000 METZ
Tél : +33 (0)3 87 37 57 80

www.moselle-attractivite.fr



Moselle Attractivité est soutenue par la Région Grand Est,
le Département de la Moselle, les 22 EPCI mosellans et l'Union Européenne

