

Jeem

Le Journal Économique de l'Euro-Métropole de Metz

n°22
JUN
2026

ATTRACTIVITÉ

45-8 ENERGY : de l'hélium à l'hydrogène, une énergie d'avance

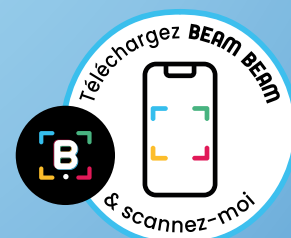
Rencontre avec
Nicolas Pélissier,
président
de la start-up
industrielle
messine

ON EN PARLE

ET SI VOUS
ALLIEZ (ENFIN)
À L'EXPORT ?

Jeem innove

Votre magazine
prend vie !



EN MOUVEMENT

L'immobilier d'entreprise : des chiffres et des atouts

57

En Moselle, sur 86 transactions de bureaux pour un volume total de 17 800 m², l'**Euro-Métropole de Metz** reste le principal moteur de ce marché, avec **57 transactions, soit 2/3 du total, pour 12 100 m²**, ce qui représente **près de 70 % des surfaces placées**. Metz concentre à elle seule 44 transactions et 9000 m², confirmant son rôle dominant dans la dynamique tertiaire mosellane.



Scannez ce QR code pour retrouver l'ensemble de ces résultats dans l'observatoire de l'immobilier d'entreprise en Moselle publié par l'AGURAM

120 000 m²

Il s'agit de l'estimation, sous un horizon inférieur à 1 an, de l'offre immédiate en bureaux – disponible à la location ou à la vente – dans le sillon mosellan dont 80 % situés dans l'Euro-Métropole de Metz et 20 % issus des programmes neufs.

4^e

À l'issue de la **9^e édition du baromètre Arthur Loyd** sur l'attractivité, la résilience et la capacité de projection des villes françaises, publiée début 2026, la l'Euro-Métropole de Metz arrive en **4^e position** avec notamment une **1^{ère} place** pour la « Connectivité, capital humain et transitions » et une **2^e place** pour l'accueil des entreprises & Immobilier professionnel.

EN FORME !

UNE DESTINATION TOURISTIQUE FORTE DE SES ÉVÉNEMENTS...

1 000 000 de visiteurs

Depuis 2024, le festival **Constellations de Metz** attire plus d'un million de visiteurs. Plus qu'une expérience qui se vit de jour comme de nuit, l'événement (**du 25 juin au 5 septembre 2026**) consacre définitivement Metz comme destination touristique de référence. **Qu'en sera-t-il cette année pour la 10^e édition ?**

... ET SES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

34 établissements hôteliers (données Sitlor – mars 2026)

2 282 chambres (données Sitlor – mars 2026)

200 restaurants (données Sitlor – janvier 2026)

1 105 486 nuitées ont été enregistrées dans l'Euro-Métropole de Metz en 2025

(sources données : plateforme de la taxe de séjour au 1^{er} avril 2026)

EN LIGNE DE MIRE

Tendances emploi et demande d'emploi sur dans l'Euro-Métropole de Metz

23 892

demandeurs d'emploi

inscrits en catégories A, B et C sur l'agglomération messine, soit une hausse de **+ 1,5 %** sur un an.

43,2 %

de chômeurs de longue durée

sont inscrits depuis plus d'un an, en forte remontée de **+ 4,8 points** sur un an. Un signal de tension durable sur le marché de l'emploi local.

+ 9,4 %

de demandeurs d'emploi Bac+3 et plus

sur un an. La progression du chômage des profils qualifiés illustre un ralentissement touchant aussi les cadres et diplômés.

19,2 %

demandeurs d'emploi

recherchent un poste dans les services à la personne et à la collectivité, premier secteur représenté devant le support aux entreprises (15,1 %) et le commerce (14 %).

11,8 %

demandeurs d'emploi

sont positionnés sur les métiers du transport et de la logistique, confirmant le poids stratégique de cette filière dans l'économie de l'Euro-métropole de Metz.

Source : France Travail avril 2026. Enquête « Besoins en main d'oeuvre des entreprises en Moselle en 2026 » (résultats de l'enquête annuelle).

MENTIONS LÉGALES. Éditeur : Agence Inspire Metz, association inscrite au registre des associations du Tribunal d'Instance de Metz sous le volume 176-Folio n°168 ayant son siège 2 place d'Armes J.-F. Blondel, 57000 Metz, représentée par son Président • N° de Siret : 832084412 00010 • Code APE 79902 • Conception éditoriale et graphique : EDI THEMA (Metz) • Mise en page : EDI THEMA • Photos : Inspire Metz, EDI THEMA, sauf mention contraire • Couverture : Luc Bertau • Impression : Lorraine Graphic Imprimerie, ZI des Sables, 3 rue Charles Hermitte, 54110 Dombasle-sur-Meurthe • Directeur de la publication : Cédric Gouth, Président de l'agence d'attractivité Inspire Metz • Responsable de la rédaction : Marina Lallement-Wagner, Directrice de la Communication, agence Inspire Metz • Rédaction : Olivier Plantecoste • Cet exemplaire ne peut être vendu • Dépôt légal : à parution • ISSN : 2802-0197 • Tirage : 4 000 exemplaires.



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



Aller PLUS LOIN

© LUC BERTAU



Dans l'Euro-Métropole de Metz, l'économie n'attend pas. Elle avance, bifurque, accélère et se réinvente. Par ajustements et surtout grâce à la conviction et à l'engagement de l'ensemble de ses acteurs. Parce qu'aujourd'hui, « aller plus loin », c'est accepter de changer d'échelle, de regard et parfois même de terrain de jeu.

C'est ce que démontre **45-8 ENERGY**, mise à l'honneur dans ce numéro. En explorant l'hélium et l'hydrogène naturel, la start-up métropolitaine, sous l'impulsion de **Nicolas Pélissier**, s'inscrit au cœur d'un enjeu mondial, entre transition énergétique et tensions sur les ressources. Dans un contexte où les équilibres énergétiques se redessinent, elle incarne une génération d'entreprises capables d'anticiper, d'innover et de projeter le territoire bien au-delà de ses frontières. Aller plus loin, c'est aussi regarder vers l'extérieur. Dans ce nouveau **JEEM**, au travers d'un dossier consacré à l'export, vous découvrirez que l'international n'est plus réservé à quelques grands groupes. Pour de nombreuses entreprises, cela devient une démarche concrète, accessible et stratégique pour accélérer leur développement, notamment grâce au précieux concours des **Conseillers du commerce extérieur de la France** et d'acteurs publics de référence comme **Business France** et **Bpifrance**.

Aller plus loin suppose aussi de s'adapter. C'est tout l'enjeu du dispositif régional « Parcours de transformation Grand Est ». La rubrique « **Regards croisés** » met en lumière les trajectoires de **GD Fermetures** et d'**asecos**, deux entreprises engagées dans un diagnostic 360°, révélateur de nouvelles marges de manœuvre et de croissance.

Aller plus loin implique également de bien appréhender les questions d'avenir : **la formation** s'impose alors comme un levier stratégique. Dans l'Euro-Métropole de Metz, diplômes courts, alternance et cursus professionnalisants s'alignent désormais sur les besoins de l'économie réelle. Il s'agit de former vite, former juste, former utile !

Entre innovation, ouverture et transformation, l'économie du territoire affirme sa capacité à évoluer sans renier ses fondamentaux. Sur le terrain, des acteurs comme **Flucklinger** ou **Provencelia** traduisent déjà cette dynamique : adapter son savoir-faire, structurer son offre, oser de nouveaux marchés.

Aller plus loin, finalement, c'est peut-être cela : être déjà en mouvement !

**INSPIRE ME
TZ**
CÉDRIC GOUTH

Président de l'agence Inspire Metz

Sommaire

P.2 | Indicateurs économiques
P.3 | Édito
P.4 | Actualité des entreprises

Exco Nexiom, Flucklinger, Kolizeo

P.7 | On en parle

Et si vous alliez (enfin) à l'export ?

P.10 | Brèves de saison

Ces entreprises qui font parler d'elles

P.12 | Sur zone

Boulevard de Trèves / Saint-Julien-lès-Metz

P.13 | Attractivité

45-8 ENERGY : de l'hélium à l'hydrogène, une énergie d'avance

P.17 | Entreprise(s) sans frontière(s)

Provencelia, le bonheur est dans le pot

P.18 | Formation

Bachelors, alternance, transitions : des diplômes à l'heure de l'économie réelle

P.19
Regards croisés

Parcours de transformation Grand Est : l'importance du Diagnostic 360°


P.22 | Ça nous intéresse

Leclerc Woippy : l'expérience client qui fait la différence

P.23 | Bienvenue

Et les vitrines se rallument

P.24 | C'est dans la boîte !

« Comment j'ai rêvé Stellar Athlete », par Jason Sambourg : épisode 2

P.25 | C'est tendance

Bouillon Batignolles, bien dans son assiette

P.26 | Événement

Campagne estivale

P.27 | Les J'aime du JEEM

Les choix de Laurent Haas, Directeur de Metz Events

LES CABINETS d'expert-comptable et de conseil changent de modèle

Le rapprochement entre Exco Nexiom et les cabinets Comptalor & Fiduciaire Confente Knob illustre une transformation de fond du secteur de l'expertise comptable et du conseil aux entreprises. Une évolution incarnée par plusieurs groupes métropolitains qui développent désormais des structures globales mêlant audit, stratégie, juridique, social ou patrimoine au sein de véritables écosystèmes de services.

Le métier d'expert-comptable change de visage. Dans l'Euro-Métropole de Metz, les cabinets ne veulent plus seulement produire des bilans ou assurer des obligations fiscales : ils cherchent désormais à devenir des partenaires globaux du développement des entreprises. L'annonce du rapprochement entre **Exco Nexiom** et les cabinets **Comptalor & Fiduciaire Confente Knob** s'inscrit pleinement dans cette évolution. Derrière cette opération, il y a une même ambition : proposer aux dirigeants une offre élargie capable de répondre à l'ensemble des enjeux qu'ils rencontrent au fil de la vie de leur entreprise, qu'ils soient financiers, sociaux, juridiques, patrimoniaux ou stratégiques. « *Ce rapprochement renforce notre ancrage en Moselle avec une volonté partagée d'apporter à nos clients une offre de services de qualité dans un environnement technologique et digital en constante évolution* », résume Bruno Da Silva, président d'Exco Nexiom. Le groupe, implanté dans le Grand Est et à Paris, rassemble 280 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 33 millions d'euros. Face à lui, Comptalor et Fiduciaire Confente Knob apportent près de 60 ans d'ancrage local à Longeville-lès-Metz, une trentaine de collaborateurs et une forte culture de proximité avec les entreprises du territoire. « *Nous avons pris cette décision pour permettre à nos collaborateurs et à nos clients d'appréhender l'avenir de notre profession* », souligne Anne-Louise Confente Knob. Un témoignage qui traduit bien les mutations

actuelles d'un secteur où il est question de gagner en compétences, en visibilité et en capacité d'innovation sans perdre la relation humaine qui fonde historiquement ces métiers.

DÉVELOPPEMENT ET PROXIMITÉ

Cette logique de modèle global a toutefois commencé bien avant ce rapprochement. Plusieurs groupes locaux ont déjà structuré des approches beaucoup plus transversales de conseil et solutions aux entreprises. C'est le cas de **KPMG**, **Lorgec et Rydge** pour ne citer qu'eux. **Le groupe Poncelet** fait figure de précurseur. Installé dans un hôtel particulier au cœur de Metz, il a développé autour du groupe Strong un univers où l'expertise comptable dialogue avec d'autres prestations liées à l'accompagnement des entreprises. Le lieu lui-même traduit cette volonté de créer un cadre identifiable, presque institutionnel, où le dirigeant peut trouver un accompagnement complet dans un même environnement. Même logique du

côté de **Batt & Associés**, installé rue Mangin dans l'ancienne demeure du brasseur Amos. Le groupe revendique lui aussi une approche globale capable d'accompagner les entreprises dans toutes les opérations liées à leur développement, avec un rayonnement qui dépasse largement le territoire régional. Au fond, ces nouveaux modèles racontent une même évolution : le conseil aux entreprises devient un écosystème. Les dirigeants attendent désormais des interlocuteurs capables d'anticiper, de structurer, d'orienter et parfois même de sécuriser leur croissance dans un environnement économique de plus en plus complexe. Et derrière cette montée en puissance de structures plus larges et plus visibles, demeure une même promesse : conserver la proximité. Car dans ces métiers où tout commence souvent par une relation de confiance, la dimension humaine reste encore le premier capital.

PLUS D'INFOS : www.exco.fr



Exco Nexiom - Comptalor - Fiduciaire Confente Knob
un rapprochement propice.

FLUCKLINGER : la boutique, c'est leur affaire !

Basée à Longeville-lès-Metz, l'entreprise d'agencement. Flucklinger célèbre ses 80 ans. Une saga familiale où la technique, l'adaptation et le sens du commerce façonnent depuis huit décennies les vitrines d'ici et d'ailleurs.



Jérôme et Patrick Flucklinger, les gérants de l'entreprise d'agencement Flucklinger.

Vous avez sans doute déjà vu une pancarte sur la vitrine d'un commerce annonçant une prochaine ouverture avec le nom de Flucklinger qui souligne la prise en charge des travaux d'agencement... Derrière cette signature – et son « F » orange immédiatement identifiable – se joue une histoire exemplaire : celle d'une dynastie d'artisans devenue référence.

Tout commence en 1946 avec **Roger Flucklinger**. Un atelier modeste, quelques outils, et déjà une intuition : le commerce ne se limite pas à vendre, il se met en scène. Des bancs d'église aux premières boutiques messines, le geste est sûr et le savoir-faire se répand. Puis vient **Jacky**, le bâtisseur. Dans les années 1970, il traverse les crises – jusqu'à l'incendie de 1973 – et engage un virage décisif : l'aluminium entre dans l'atelier. L'entreprise change d'échelle, s'organise et s'ouvre. Aujourd'hui, **Jérôme** et **Patrick** tiennent la barre. Leur cap est clair, ils restent fidèles à l'ADN de l'entreprise familiale tout en anticipant les mutations pour rester

compétitifs dans un métier où la technicité prime. Avec 50 salariés, 300 chantiers par an, 10 à 11 millions d'euros de chiffre d'affaires et un site de 3 500 m², Flucklinger a atteint une taille critique sans perdre son âme. Chez Flucklinger, chaque dossier est suivi de A à Z, chaque client accompagné est comme un partenaire. Car le commerce a changé. Les vitrines de chaussures et de prêt-à-porter, longtemps terrain d'expression privilégié, ont cédé du terrain. Il a fallu se réinventer. Flucklinger s'est repositionnée vers des univers plus exigeants : opticiens, cafés-restaurants, banques, assurances. Des lieux où l'agencement devient stratégique. « *Un magasin doit être à la mesure de ce qu'il propose* », résument les deux frères.

ÉVOLUER SANS SE RENIER

Cette exigence se lit dans les références. À Metz, des maisons emblématiques comme la Droguerie Humbert Buquet, la joaillerie Hardy ou Moïse Opticien prolongent cette fidélité entre entreprises familiales. Mais Flucklinger sait aussi changer d'échelle avec des contributions

exceptionnelles pour les tribunes du FC Metz, le siège de la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne ou encore la Maison Heller, où les équipes ont donné corps aux idées de Philippe Starck. « *Notre métier, c'est de trouver les solutions techniques qui rendent possibles les effets imaginés par les créatifs* », confie Jérôme. Cette capacité à s'adapter concrètement et dans l'excellence à la demande, explique aussi l'ouverture à de nouvelles propositions, au-delà des frontières. Le Luxembourg depuis 40 ans, la Belgique, des chantiers en France (des Landes à la région parisienne, en passant par le Nord)... « *Le réseau pèse près de 40 % de l'activité* », insiste Patrick. Cela impose une organisation souple, capable de mobiliser équipes internes et partenaires locaux.

Au-delà des réalisations, l'entreprise s'appuie aussi sur un pilier humain. Dans cette fidélité des compagnons dont l'ancienneté dépasse le plus souvent les 25 ans. Dans cette culture d'entreprise où bien avant les dispositifs de RSE, la transmission, la formation et l'attention portée aux équipes font la différence. Jacky, le patriarche, passe toujours à l'atelier et dans les bureaux. Il veille. Et déjà, la relève s'annonce ! Antoine, fils de Jérôme, se forme au métier près de Lyon. À 80 ans, Flucklinger n'est pas tournée vers le passé. Modernisation du pôle aluminium, investissements constants, outils numériques, parc informatique... L'entreprise continue d'investir avec une idée simple qui se résume par « *durer, c'est savoir évoluer sans se renier* ». Une vraie signature. Avec le « F » comme « Force ». Celle d'une force familiale profondément ancrée dans le paysage économique métropolitain.

PLUS D'INFOS :
www.flucklinger-agencement.com



KOLIZEO vise haut !

Faire du spectateur un acteur, prolonger l'émotion sportive bien au-delà du terrain et transformer l'engagement des fans en véritable levier économique : c'est l'ambition de Kolizeo. La jeune pousse métropolitaine développe une « application compagnon » pensée pour réinventer l'expérience live et ouvrir de nouvelles perspectives aux clubs, aux marques et aux territoires.



Frédéric Kastendeuch : son application compagnon dédiée à l'émotion sportive.

Dans le sport moderne, tout se joue désormais aussi en dehors du terrain. L'attention, l'engagement, la fidélité : autant de leviers devenus stratégiques pour les clubs. C'est précisément là que Kolizeo entend faire la différence. « Si je devais résumer simplement, on donne aux communautés les moyens de jouer, participer, interagir, et au final d'être récompensées pour leur fidélité », explique **Frédéric Kastendeuch**.

L'idée de Kolizeo n'est pas née dans un bureau, mais au cœur des Jeux olympiques de Tokyo et Pékin, où l'entrepreneur travaillait sur les écrans géants. Il y découvre des outils puissants, mais sous-exploités. « On pouvait faire bien plus pour créer de l'interaction, amplifier les

émotions, embarquer le public. » Le déclic est là. Le cœur de l'innovation technologique réside dans cette notion d'**application compagnon**. Pas de téléchargement, mais une webapp accessible via QR code, pensée comme une extension naturelle de l'événement. Avant le match, elle active la communauté avec jeux-concours et parcours en ville ; pen-

« On ne vend pas une technologie, on crée du lien. »

dant, elle propose votes, pronostics et défis visibles jusqu'aux écrans géants ; après, elle prolonge l'expérience avec des mécaniques de fidélisation. « On ne vend pas une technologie, on crée du lien. » Derrière cette promesse, un enjeu économique bien réel. Dans un secteur sportif en quête de nouveaux revenus, Kolizeo transforme l'engagement en donnée exploitable. Pour les clubs, c'est un outil de monétisation ; pour les marques, un canal d'activation mesurable ; pour les territoires, un vecteur d'attractivité. Temps passé, interactions, participation : tout devient mesurable. « Aujourd'hui, une animation sur écran géant ne donne aucun retour. Nous, on apporte de la donnée, donc de la valeur. »

UNE INNOVATION AU SERVICE D'UN ÉCOSYSTÈME

Au-delà du sport, le potentiel s'étend aux concerts, événements culturels ou commerciaux. Informaticien de formation, passionné de jeux vidéo, Frédéric Kastendeuch a construit très tôt une culture de la gamification, nourrie par ses expériences

dans les casinos d'Amnéville autour des enjeux de fidélisation. Ancien rugbyman au RC Metz-Moselle, il est aussi le filleul et petit cousin de **Sylvain Kastendeuch**, figure emblématique du FC Metz. « Il incarne les valeurs que je veux porter : respect, engagement, esprit d'équipe. » Désormais impliqué dans le développement, ce dernier apporte réseau et légitimité à un projet qui mêle héritage sportif et innovation. Créée officiellement en 2025, cofondée avec **Tania Xavier** et incubée au sein de **The Pool**, l'entreprise compte aujourd'hui sept collaborateurs et affiche des résultats supérieurs aux prévisions qui s'inscrivent dans cette volonté de faire de Kolizeo un partenaire et non un simple outil. « On veut être une marque reconnue par les fans. » Une ambition qui implique forcément une montée en puissance de l'entreprise avec l'étape décisive de la levée de fonds prévue raisonnablement en 2027.

Avant cela, Frédéric Kastendeuch poursuit ses offres de service aux fédérations sportives et aux clubs de l'Hexagone. Dernier développement en date : Kolizeo prépare des activations autour de la Coupe du monde avec un partenariat noué avec Universal Production Music France. Challenges, récompenses et implication des commerçants locaux doivent permettre de dynamiser la ville et ses communautés, tandis qu'une opération similaire est déjà envisagée pour la Fête de la Musique. Une manière supplémentaire pour la start-up messine de démontrer que l'innovation sportive peut plus largement devenir un moteur d'attractivité territoriale.

PLUS D'INFOS : www.kolizeo.fr

Et si vous alliez (enfin) à L'EXPORT ?

Export : le mot impressionne encore trop de dirigeants. Et pourtant, dans l'Euro-Métropole de Metz, tout concourt à en faire un levier naturel de développement. Aux côtés des acteurs publics comme Business France et Bpifrance, les Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCE) jouent un rôle singulier : celui d'entrepreneurs engagés, capables d'éclairer, d'accompagner et d'anticiper. Une dynamique collective qui transforme l'export en démarche accessible, concrète et stratégique.



« L'international n'est pas réservé aux grands groupes. C'est avant tout une question de posture. » Le constat de **Bruno Roth, Président du comité Lorraine des CCE**, pose d'emblée le cadre : le principal frein n'est pas économique, il est culturel. En effet, alors que le potentiel reste immense, **seulement près de 145 000 entreprises françaises exportent** (Douanes françaises). Et, **moins de 10 % des PME exportent**, contre des proportions nettement plus élevées en Allemagne ou en Italie (OCDE, Eurostat). Autrement dit, une large part du tissu économique reste encore à l'écart des marchés internationaux. Dans un territoire comme l'Euro-Métropole de Metz, au cœur de l'Europe industrielle, cette hésitation peut surprendre. Car ici, tout – la géographie, l'histoire, les réseaux – invite à franchir les frontières.



LES CCE, ÉCLAIREURS DE L'INTERNATIONAL

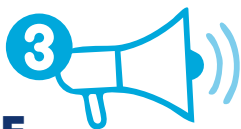
C'est précisément là que les CCE prennent toute leur dimension. Ni institutionnels au sens strict, ni simples observateurs, ils incarnent une singularité française : celle d'un réseau de dirigeants, nommés par l'État, qui mettent leur expérience au service des entreprises. Leur rôle dépasse largement l'accompagnement individuel. À travers leurs missions – conseil aux pouvoirs publics, appui aux entreprises, formation des jeunes et promotion de l'attractivité –, ils agissent comme de véritables **interfaces entre terrain économique et vision stratégique**.

L'étude qu'ils ont publiée en janvier 2025 sur l'attractivité de la France en est une illustration. Elle montre que, dans un monde plus fragmenté et concurrentiel, les entreprises qui réussissent à l'export sont celles qui anticipent, innovent et structurent leur offre. Autrement dit : l'export n'est pas un pari. C'est un révélateur. Autant de bénéfices qui, selon l'INSEE, rendent les entreprises exportatrices **plus productives** que celles qui restent uniquement domestiques, **plus résistantes** face aux crises et plus performantes en matière de **croissance soutenue**.



DE L'INTENTION À LA TRAJECTOIRE

Encore faut-il que les entreprises s'engagent, avec motivation et conviction, dans cette démarche exigeante. C'est alors que la **Team France Export** peut intervenir, avec le concours de ses piliers majeurs : **Business France**, opérateur central, chargé de l'accompagnement export, de la prospection et de la projection internationale des entreprises ; les **Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI France et CCI International)** qui assurent l'ancrage territorial, le diagnostic export et le suivi de proximité des entreprises ; **Bpifrance** qui intervient sur le financement (assurance export, prêts, garanties) et l'accélération des entreprises à l'international. Dans les faits, l'écosystème n'a jamais été aussi structuré. Et sur le terrain, **Violaine Terreaux**, Directrice Régionale Grand Est de Business France, résume clairement la situation : « *L'enjeu est de rendre l'export tangible. Un marché, cela se prépare, cela se comprend, cela se construit étape par étape.* » Dans cet esprit, la Team France Export accompagne aujourd'hui plusieurs milliers d'entreprises chaque année, de la première prospection à l'implantation. Et Bpifrance sécurise les projets en proposant des outils de financement et d'assurance qui réduisent fortement le risque initial. De quoi réduire l'incertitude financière qui freine encore de nombreux dirigeants.



PAROLE D'ENTREPRENEURS

Mais ce qui fait souvent basculer une décision, ce sont les retours d'expérience. À Metz, **Laurent Buonvino, Président du World Trade Center Metz-Saarbrücken** incarne cette double légitimité. Le réseau mondial de la WTCA (World Trade Centers Association) favorise le commerce international et apporte une logistique d'accueil et de mise en relation décisive. Également **Conseiller du commerce extérieur et directeur général de Commet Group**, il rappelle : « *L'export n'est pas une abstraction. C'est une réalité de terrain. Et surtout, ce n'est jamais une aventure solitaire.* » Une phrase qui résume à elle seule l'apport majeur des CCE qui consiste à **rompre l'isolement du dirigeant face à l'international**. Indéniablement, **l'effet réseau est un levier décisif**. C'est précisément là que les CCE jouent un rôle clé. Présents dans plus de **140 pays** et forts de plusieurs milliers de membres, ils apportent une lecture directe des marchés. « *Cela donne du sens à l'exercice de la décision. Cette parole d'entrepreneur vient compléter celle des institutions. Elle rassure, crédibilise et donne envie*, ajoute Laurent Buonvino. *Et puis ceux qui réussissent sont le plus souvent ceux qui savent s'entourer.* »

« L'export n'est pas une aventure solitaire. »

Laurent Buonvino,
Président du World Trade Center Metz-Saarbrücken, conseiller du commerce extérieur et directeur général de Commet Group.



WTC METZ-SAARBRÜCKEN



SÉCURISER SA DÉMARCHE

Enfin, ne pas aller à l'export n'est pas neutre. Et dans un environnement globalisé, cela peut même devenir une fragilité. À l'inverse, se projeter permet de diversifier ses marchés, d'amortir les cycles et de capter de nouvelles opportunités. Comme le rappelle Bruno Roth, « *dans un contexte de concurrence mondiale, ne pas exporter a aussi un coût, et rester uniquement sur son marché domestique expose davantage aux cycles économiques. À l'inverse, l'international permet de lisser les risques, capter de nouveaux relais de croissance et accéder à des marchés parfois plus dynamiques* ». Encore faut-il sécuriser sa démarche. Pour cette raison souveraine, **Myriam Jean**, avocate messine, spécialiste en droit de la propriété intellectuelle, porte une initiative à la fois pédagogique et stratégique sur les questions de propriété intellectuelle et d'international. « **PME SANS CONTREFAÇONS** » n'est donc pas un simple slogan, mais une **commission** composée d'acteurs privés et publics – précisément des représentants des CCEF, de l'INPI, de la DREETS, des Douanes, de la BPI et du BUSINESS France – qui se réunit à la demande d'entreprises confrontées à une problématique de contrefaçon ou de copie à l'export. Il s'agit de leur faire bénéficier de leur expertise et de leur réseau en France et à l'international pour résoudre ce type de problématique. Cette commission peut être saisie par un simple questionnaire à envoyer à mj@jean-louvel.fr et intervient gratuitement et en toute confidentialité. La commission intervient également dans le cadre d'ateliers pour sensibiliser les entreprises sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour prévenir et ensuite régler les problèmes de contrefaçon.

Au sein des **Conseillers du commerce extérieur de la France**, Myriam Jean anime en Lorraine ce dispositif de proximité et d'intérêt général visant à **informer, former et accompagner** les acteurs économiques dans les premières démarches de sécurisation de leurs investissements liés à l'innovation et à l'exportation. Car l'international ne s'improvise pas, il se prépare, notamment sur le plan juridique. « *La contrefaçon représente plusieurs dizaines de milliards d'euros de pertes pour les entreprises européennes. Et si le risque est aujourd'hui bien identifié et encadré, beaucoup trop d'entreprises sous-estiment encore les enjeux de propriété intellectuelle*, alerte Myriam Jean. *Pour une entreprise, protéger ses innovations devient une condition sine qua non de développement. Un réflexe stratégique essentiel.* »



LA PREUVE PAR L'EXEMPLE

Dans l'Euro-Métropole de Metz, certains entrepreneurs ont fait de l'export une évidence et le font savoir. C'est le cas d'**Adrien Gorse, CEO de PLCD**, basé à Saint-Julien-lès-Metz, récemment nommé **Conseiller du commerce extérieur**. Sa PME créée par son père en 1984, spécialisée dans le pesage industriel, s'est construite avec une vision claire où les marchés sont globaux. « *Nos solutions répondent à des besoins industriels universels. Très tôt, nous avons compris que notre développement passerait par l'international et que ne pas y aller aurait été une erreur stratégique* », explique-t-il. Présente sur tous les continents, travaillant avec des groupes comme Saint-Gobain, ArcelorMittal ou la SNCF, l'entreprise métropolitaine prouve que l'excellence locale peut s'imposer à l'échelle mondiale. Avec TRACXIS, son système breveté de pesage dynamique des trains, elle démontre surtout qu'une PME peut exporter de l'innovation de pointe.



L'EURO-MÉTROPOLE DE METZ, NATURELLEMENT

Dans un monde où les équilibres se recomposent, le territoire messin a su transformer ses contraintes en atouts. Sa position, son histoire industrielle et sa capacité d'adaptation en font un terrain naturel pour les stratégies qui voient plus loin. Ici, l'international n'est pas une rupture. C'est une continuité. Le fait transfrontalier s'invite au quotidien dans la mobilité, la culture et l'emploi. Reste que la décision de l'export revient aux entreprises qui sauront saisir les opportunités à portée de main. Car au fond, l'export n'est ni un luxe ni un risque inconsideré. C'est une démarche progressive, accompagnée et souvent décisive. Un état d'esprit qui fait dire à Bruno Roth en conclusion : « *Voir plus loin, c'est souvent voir plus juste.* »

CINQ IDÉES REÇUES SUR L'EXPORT

- « **C'est trop risqué** »
LE VRAI RISQUE, C'EST DE DÉPENDRE D'UN SEUL MARCHÉ.
- « **C'est réservé aux grandes entreprises** »
LA MAJORITÉ DES EXPORTATEURS FRANÇAIS SONT DES PME.
- « **C'est trop complexe** »
L'ÉCOSYSTÈME SIMPLIFIE LES DÉMARCHES.
- « **C'est trop cher** »
DES SOLUTIONS EXISTENT À CHAQUE ÉTAPE.
- « **Je ne suis pas prêt** »
L'EXPORT SE CONSTRUIT PROGRESSIVEMENT.



FORMER ET PROJETER LES TALENTS

Mais au-delà des outils et des exemples, l'enjeu est aussi générationnel. Les CCE y contribuent activement, notamment à travers leurs actions de sensibilisation auprès des jeunes. L'objectif étant de faire naître ce « désir d'international » qui ne va pas toujours de soi. Dans cette dynamique, les BTS Commerce International et le BUT Techniques de commercialisation (parcours international) jouent un rôle clé, tout comme les cursus en logistique ou en gestion. Dans l'esprit du programme Erasmus+, l'ouverture devient un réflexe. C'est ainsi que chaque année, plusieurs milliers de jeunes partent à l'étranger via le Volontariat International en Entreprise (VIE), un dispositif largement plébiscité par les PME pour tester de nouveaux marchés. « *Il faut banaliser l'export*, insiste Adrien Gorse. *C'est une clé de compréhension du monde économique.* »

« Voir plus loin,
c'est souvent voir
plus juste. »

Bruno Roth,
Président du comité Lorraine
des CCE.

WTC METZ-SAARBRÜCKEN



Woippy au cœur de la stratégie mondiale de CLAAS



INSPIRE METZ

Les 1^{er} et 2 juin 2026, les usines CLAAS de Woippy ont accueilli le Global Leadership Team de CLAAS, réunissant les principaux dirigeants internationaux du géant allemand des machines agricoles premium. Un rendez-vous hautement stratégique qui a confirmé le rôle central du site mosellan dans l'organisation industrielle mondiale du groupe.

Implanté à Woippy depuis les années 1950, CLAAS France s'est imposé au fil du temps comme le centre mondial de production des presses agricoles et demeure aujourd'hui la plus importante usine de presses d'Europe. Des modèles historiques

Markant, Rollant ou Quadrant aux nouvelles générations CUBIX et CEREX, le site accompagne depuis des décennies les grandes mutations du monde agricole. Cette rencontre a aussi permis de mettre en lumière les investissements récents engagés à Woippy, notamment l'atelier prototypes inauguré en 2025, ainsi que les futures phases de modernisation et de décarbonation de l'outil industriel. Avec 350 salariés, une R&D intégrée et 75 % de sa production exportée, l'usine confirme sa capacité à conjuguer innovation, excellence industrielle et compétitivité internationale. CLAAS a profité de ces deux journées exceptionnelles pour faire découvrir aux dirigeants du groupe le territoire de l'Euro-Métropole de Metz, son patrimoine industriel, son potentiel innovant et son ouverture européenne. Plus qu'une visite institutionnelle, cette séquence a illustré la solidité du lien construit depuis plus de soixante-dix ans entre CLAAS et le territoire métropolitain. Une relation de confiance qui continue d'ancrer Woippy parmi les sites stratégiques d'avenir du groupe allemand.

Clameurs de Metz



CLAMEURS DE METZ

Retenu cette année comme délégataire de l'Euro-Métropole de Metz (pour une durée de cinq ans) pour la gestion et l'exploitation du centre Metz Congrès Robert Schuman, « Clameurs de Metz », filiale locale de EPDC Versailles, entend faire du bâtiment phare du quartier de l'Amphithéâtre un véritable accélérateur économique de l'Euro-Métropole de Metz. Congrès à forte valeur ajoutée, événements corporate, solutions hybrides et offres « clés en main » : la nouvelle stratégie vise à inscrire Metz dans les grands circuits nationaux du tourisme d'affaires. Derrière les murs de verre du quartier de l'Amphithéâtre, c'est toute une économie de flux qui se joue : hôtels, restaurants, transports et services sont mobilisés pour participer à cette nouvelle dynamique.

DES TABLES et des étoiles



INSPIRE METZ

Le Guide Michelin 2026 a confirmé ce que beaucoup pressentaient déjà : l'Euro-Métropole de Metz s'installe durablement dans le paysage gastronomique français. Cette année, la table **Timilia** décroche une étoile remarquée grâce à la cuisine sensible et inspirée d'Olivier Parise, entre

Lorraine et Sicile. Dans le sillage de Charles Coulombeau, chef étoilé de Yozora à Metz, et à quelques mois de l'ouverture annoncée de Loiseau de Lorraine, l'Euro-Métropole affirme une signature culinaire de plus en plus visible, où excellence gastronomique et attractivité territoriale avancent désormais main dans la main.



Je m'abonne au JEEM

Vous souhaitez vous abonner au magazine économique de l'Euro-Métropole de Metz « JEEM » ? **Flashez le QR code** et remplissez le formulaire ou envoyez un mail à : info@inspire-metz.com.

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





INSPIRE METZ

DE L'OR en bouteille

Le 24 février 2026, au Salon international de l'agriculture, les vins de Moselle ont une nouvelle fois fait parler leur précision. Deux médailles d'or sont revenues au **Château de Vaux** et au **Domaine Oury-Schreiber**, confirmant l'ascension d'un vignoble longtemps discret, mais désormais regardé avec attention.

Derrière ces distinctions, une économie viticole se structure patiemment sur les coteaux de l'Euro-Métropole de Metz : montée en gamme, travail parcellaire, valorisation des cépages locaux et présence accrue sur les cartes des grandes tables. Plus qu'un palmarès, c'est la crédibilité d'un terroir qui se consolide.



Sous les projecteurs de VivaTech 2026

Du 17 au 20 juin 2026, le salon VivaTech célèbre à Paris sa 10^e édition.

Placée sous le signe de l'intelligence artificielle, de la souveraineté technologique, du business et de la tech responsable, cette édition XXL rassemblera les acteurs majeurs de l'innovation mondiale. À cette occasion, la Région Grand Est sera présente, avec, à ses côtés, quatre métropoles pour accompagner près de 40 start-up innovantes, dont quatre sont issues du territoire métropolitain : **Thaink2**, **Nimesis Technology**, **Pint** et **Vitamine Jungle**. Quatre entreprises pleinement connectées aux grandes transitions contemporaines et aux enjeux technologiques et économiques du moment. Sélectionnées parmi huit candidatures du territoire, elles témoignent d'un écosystème d'innovation tech qui gagne en visibilité et réaffirme son ambition de valoriser ses pépites entrepreneuriales et renforcer l'attractivité économique du territoire sur la scène nationale et internationale.

QUARTIER GÉNIAL MISE SUR L'ESPRIT TIERS-LIEU

Né dans un ancien garage à hélicoptères de la base aérienne 128 à Augny (plateau de Frescaty), le nouveau tiers-lieu Quartier Génial vient enrichir l'offre festive et artisanale de l'Euro-Métropole de Metz.. Porté par les 3 MousseQuetaires et la brasserie La Tuilerie, déjà installée sur le site depuis 2023, ce nouvel espace hybride réunit bar, cave à bières, restauration et programmation culturelle dans un décor conservant l'ADN industriel et militaire du lieu. Vingt becs à bière mettront à l'honneur les productions maison ainsi que celles de brasseries artisanales locales, tandis qu'un espace dédié accueillera plusieurs acteurs régionaux engagés dans les circuits courts et l'alimentation responsable. Le projet, soutenu par une campagne de financement participatif ayant permis de récolter 26 000 euros, doit aussi accompagner le développement de l'entreprise, qui prévoit la création de sept emplois supplémentaires.

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.



INSPIRE METZ



INSPIRE METZ

ALPHAYODA, la start-up qui monte

La reconnaissance est nationale pour AlphaYoda. Incubée par The Pool à Metz, la jeune pousse figure dans le classement 2026 de Challenges des « 100 start-up où investir ». Fondée par Axel Bonaldo, l'entreprise développe une solution technologique pour mesurer le risque réputationnel, au croisement de la finance, de la conformité réglementaire et des enjeux durables. Dans un contexte où les critères extra-financiers deviennent stratégiques pour les entreprises, cette distinction met en lumière l'un des acteurs métropolitains les plus innovants sur des marchés à forte valeur ajoutée.

BOULEVARD DE TRÈVES - SAINT-JULIEN-LÈS-METZ : un axe clé de l'Euro-Métropole

À l'est de Metz, le boulevard de Trèves jusqu'à Saint-Julien-lès-Metz n'est pas seulement un enchaînement d'activités. Pour de nombreux métropolitains, il s'agit d'un axe clé que l'on traverse, où l'on travaille, consomme, se soigne, fait du sport... Cette hybridation entre flux, services et investissements en fait aujourd'hui l'un des corridors économiques les plus lisibles et attractifs de l'Euro-Métropole de Metz

« Un axe à fort trafic, donc à forte visibilité », « un environnement commercial structuré », « une densité de services rare à l'échelle locale » : ce sont les qualificatifs qui reviennent le plus souvent lorsque l'on évoque ce secteur. Sa première force tient à sa situation géographique. Connecté aux grands axes routiers et autoroutiers qui ceinturent Metz, à proximité immédiate de l'A31 et des pénétrantes urbaines, il capte des flux importants – jusqu'à 45 000 véhicules par jour – faisant de cet axe une porte d'entrée stratégique de l'Euro-Métropole de Metz. Mais ce qui distingue surtout ce corridor, c'est sa capacité à concentrer, sur un linéaire continu, toutes les fonctions de la vie quotidienne et économique. Côté Metz, les services dominent : cabinets d'expertise, professions libérales, conseil aux entreprises (plus de 170 structures) auxquels s'ajoutent restauration et services de proximité.

DES ACTEURS ÉCONOMIQUES DE RÉFÉRENCE

Des établissements comme La Cantoche participent à cette animation quotidienne, en apportant une offre de restauration identifiée par les salariés du secteur comme par les habitants. L'écosystème médical contribue lui aussi fortement à l'attractivité de l'axe. Pharmacies, cabinets dentaires, laboratoires d'analyses et professionnels de santé y sont nombreux et renforcent cette idée d'un territoire où l'on peut, en quelques minutes, accéder à l'ensemble des services essentiels du quotidien. Une évolution qui se lit aussi dans des équipements plus récents : la micro-crèche « *Le nid des petits* » ou



encore Fitness Park témoignent d'un territoire pensé pour concilier activité économique et qualité de vie.

La nouvelle vie des anciens bâtiments militaires du **boulevard de Trèves** portés par les investissements de **Manulor**, groupe familial, indépendant et spécialisé dans le développement d'opérations immobilières, est un bel exemple de requalification. Ils accueillent aujourd'hui, non seulement des activités médicales, mais aussi des bureaux, des commerces emblématiques, comme Roche Bobois ou La Vie Claire et des logements, notamment étudiants. La présence de l'URS-SAF Lorraine, des bureaux du Conseil régional Grand Est parachève cette idée d'une structuration parfaitement cohérente au service de l'écosystème. En allant vers Saint-Julien-lès-Metz, l'offre s'élargit avec la présence remarquée de SAGE, spécialiste reconnu des solutions de gestion et de comptabilité pour les entreprises, qui confirme l'attractivité croissante du corridor pour les activités administratives, numériques et de services aux entreprises. Autre pôle d'activités déterminant et autre requalification

modèle initiée par Manulor, **le centre d'affaires la Tannerie** illustre aussi cette mutation réussie, mêlant réhabilitation du patrimoine et nouveaux usages dans une logique d'intérêt général portée par l'Euro-Métropole. 70 entreprises s'y sont installées (des agences bancaires, des agences d'Interim, des commerces, des services à la personne), ce qui représente environ 900 emplois sur le site. Un peu plus loin, **le centre de loisirs Kinépolis** – issu de la reconversion par Manulor du précédent site qui accueillait notamment le country-club – dégage aujourd'hui entre 20 et 25 M€ de chiffre d'affaires annuel. Avec le succès du multiplexe Kinépolis ouvert en 1995, du Kinépark avec son bowling et des restaurants attenants, la dynamique génère des flux constants tout au long de la semaine.

Ces trois pôles font valoir une capacité à répondre, en quelques kilomètres, à l'ensemble des besoins économiques et quotidiens des habitants et des entreprises. Un axe devenu l'une des signatures les plus concrètes de la vitalité de l'Euro-Métropole de Metz.

45-8 ENERGY : de l'hélium à l'hydrogène, une énergie d'avance

Dans un contexte géopolitique sous tension, entre impératif de souveraineté industrielle, transition énergétique et relocalisation des chaînes de valeur, 45-8 ENERGY accélère son développement avec l'entrée du groupe suisse Ad Terra à son capital. Rencontre avec Nicolas Pélissier, président de l'entreprise messine, qui s'impose progressivement comme l'un des acteurs européens les plus avancés dans l'exploration et la production d'hélium et d'hydrogène naturel, véritables ressources stratégiques.



Nicolas Pélissier, un patron inspiré et engagé : depuis sa création, 45-8 ENERGY a levé près de 45 millions d'euros.

« Quand on arrête dix personnes dans la rue pour leur demander à quoi sert l'hélium, la plupart pensent immédiatement aux ballons pour enfants. Pourtant, sans hélium, il n'y a ni semi-conducteurs, ni IRM médicaux, ni fibre optique, ni une partie des technologies qui structurent notre quotidien. » Nicolas Pélissier sourit presque en prononçant cette phrase. Dans les bureaux de 45-8 ENERGY, tout près de la gare de Metz, le dirigeant déroule avec calme et précision les contours d'un sujet devenu hautement stratégique. Derrière ce gaz invisible se jouent désormais des enjeux industriels, énergétiques et géopolitiques majeurs. Depuis plusieurs années, l'entreprise messine explore une voie encore

largement méconnue en Europe : produire localement de l'hélium et de l'hydrogène naturel afin de réduire une dépendance devenue critique. Une intuition née bien avant les crises récentes, mais que le Covid, la guerre en Ukraine puis les tensions au Moyen-Orient ont brutalement replacée au centre des priorités économiques et industrielles. À mesure que le monde découvre la fragilité de certaines ressources essentielles, 45-8 ENERGY change aujourd'hui d'échelle. Avec l'entrée récente du groupe suisse Ad Terra à son capital, l'entreprise accélère son développement et affirme plus que jamais ses ambitions européennes. Derrière cette montée en puissance, il y a une vision industrielle, un important travail

de recherche, mais aussi l'histoire très humaine d'une société née à Metz presque à contre-courant, portée par des convictions fortes et un dirigeant qui connaît intimement les réalités du secteur énergétique pour avoir fait ses classes chez TotalEnergies.

QUAND LES CRISES MONDIALES RENFORCENT UN MODÈLE IMAGINÉ DÈS 2017

Depuis le Covid jusqu'aux tensions actuelles au Moyen-Orient, les crises successives ont profondément rebattu les cartes énergétiques et industrielles. Et à écouter Nicolas Péliissier, elles n'ont fait que confirmer l'intuition fondatrice de 45-8 ENERGY. « *Les crises ont renforcé notre modèle* », résume-t-il simplement. Le Covid a révélé la fragilité des chaînes d'approvisionnement mondiales et la dépendance européenne à des ressources stratégiques produites à l'autre bout du monde. La guerre en Ukraine a rappelé la vulnérabilité énergétique du continent. Quant aux tensions entre l'Iran et Israël, elles ont brutalement replacé l'hélium au cœur des préoccupations industrielles. Car si le pétrole monopolise souvent l'attention médiatique, l'hélium subit lui aussi de plein fouet les secousses géopolitiques. L'Europe occidentale dépend encore très largement d'importations provenant principalement des États-Unis, du Qatar et de l'Algérie. En 2018, cela représentait près de 31 millions de mètres cubes consommés, soit le deuxième marché mondial avec environ 19 % de la demande globale. Or, certaines infrastructures qataries ont récemment été affectées

par les tensions régionales, faisant craindre des perturbations durables de l'approvisionnement. « *L'hélium est moins visible que le pétrole, mais il irrigue des pans entiers de l'industrie* », insiste Nicolas Péliissier. Sans hélium, une partie de l'économie moderne ralentit ou se bloque. « *Une voiture électrique nécessite indirectement de l'hélium pour la fabrication des batteries, des puces électroniques ou encore des écrans embarqués. On ne s'en rend pas compte parce que ce sont des usages invisibles.* » C'est précisément cette vulnérabilité structurelle qui pousse les cinq associés fondateurs à créer 45-8 ENERGY en 2017. À l'époque, le sujet reste encore confidentiel. Peu parlent de souveraineté industrielle, de relocalisation des ressources critiques ou d'hydrogène naturel. Mais les fondateurs – issus de la géologie, de la géophysique, de la finance et du droit – anticipent déjà la nécessité de construire un modèle européen plus résilient.

UNE ENTREPRISE NÉE D'UNE CONVICTION INDUSTRIELLE ET ENVIRONNEMENTALE

L'ambition initiale est claire : produire localement, plus proprement et en circuit court des ressources stratégiques essentielles à la transition énergétique et écologique. À l'hélium s'ajoute directement une seconde verticale : l'hydrogène naturel, parfois appelé hydrogène blanc. Contrairement à l'hydrogène gris produit à partir de gaz fossiles ou à l'hydrogène vert issu de l'électrolyse de l'eau, celui-ci est naturellement généré dans certains contextes géologiques. « *Nous étions la deuxième société*



Réunion d'équipe à Metz : « Notre manière de travailler est pour beaucoup dans nos résultats. »

LUC BERTAU

au monde à travailler sur l'hydrogène naturel, rappelle Nicolas Pélissier. Aujourd'hui, il existe une cinquantaine d'acteurs, mais nous restons parmi les plus avancés en Europe. » Cette avance repose notamment sur une approche géologique pionnière et sur un important travail de recherche et développement. L'exploration de l'hélium et de l'hydrogène naturel impose en effet de développer des technologies spécifiques, adaptées à des ressources encore peu étudiées à l'échelle industrielle. Depuis sa création, 45-8 ENERGY a investi près de 10 millions d'euros en R&D, lancé plus de 17 projets de recherche et collaboré avec 24 partenaires académiques et industriels, parmi lesquels le CNRS, l'Université de Lorraine, GéoRessources, l'Institut Lafayette, Materalia ou encore Avenia.

L'entreprise développe notamment des outils innovants de détection proche surface ainsi que des solutions de récupération et de recyclage de l'hélium chez les industriels afin de le purifier, puis de le remettre sur le marché. Une logique de circularité devenue centrale dans sa stratégie. « Il faut tendre vers un usage plus frugal de cette ressource stratégique », souligne le dirigeant. Cette approche écoresponsable vaut rapidement à la société plusieurs reconnaissances nationales, dont le label Greentech Innovation du ministère de la Transition écologique. Une distinction qui vient confirmer la singularité d'un modèle conciliant souveraineté industrielle, innovation technologique et décarbonation.

DE METZ AUX ÉTATS-UNIS, UNE AMBITION DÉSORMAIS INTERNATIONALE

L'entreprise a désormais changé d'échelle. 45-8 ENERGY pilote aujourd'hui neuf projets répartis dans quatre pays : la France, l'Allemagne, le Kosovo et les États-Unis. Certains concernent l'hélium, d'autres l'hydrogène naturel, d'autres encore associent les deux ressources dans une logique de co-valorisation. Dans la Nièvre, la société a déjà développé une unité pilote de production représentant près de cinq millions d'euros d'investissement. Une première européenne pour certaines technologies issues de collaborations avec le CNRS. Mais l'actualité majeure reste l'entrée récente du groupe suisse Ad Terra au capital de l'entreprise. Ce spécialiste des sciences de la Terre, fort d'environ 70 collaborateurs, apporte à 45-8 ENERGY des moyens financiers, humains et techniques destinés à accélérer le passage à l'échelle industrielle. Heling, filiale du family office de la famille Bouygues, a ainsi cédé sa place au capital après avoir accompagné les premières phases de développement. « L'objectif est désormais de passer de l'exploration à la production », explique Nicolas Pélissier. Et l'enjeu est considérable. Parmi les projets structurants figure notamment une future unité industrielle d'hélium dans le nord-est de l'Allemagne, estimée à près de 70 millions d'euros d'investissement. Ce site doit constituer l'un des principaux moteurs économiques du groupe et permettre à l'entreprise d'atteindre la rentabilité à horizon 2028.

45-8 ENERGY



« Il faut des tests de production dynamique avant de pouvoir réellement parler de gisement. »

Depuis sa création, 45-8 ENERGY a déjà levé près de 45 millions d'euros. L'entreprise emploie aujourd'hui 35 collaborateurs – ingénieurs, docteurs, géologues, géophysiciens ou spécialistes de la donnée – avec une moyenne d'âge d'environ 39 ans et une quasi-parité au sein des équipes. Trois nouveaux recrutements ont déjà été réalisés dans la foulée du rapprochement avec Ad Terra et sont sur le point de rejoindre l'entreprise messine.

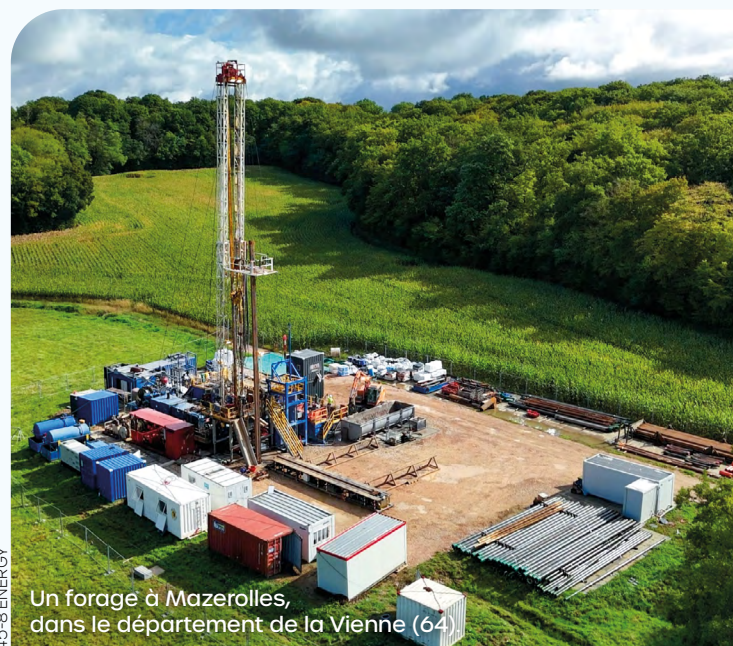
METZ, UN CHOIX DEVENU UNE FORCE

À l'origine pourtant, le choix de Metz n'avait rien d'évident. Les fondateurs s'interrogent alors sur la capacité du territoire à attirer durablement des profils scientifiques de haut niveau dans un secteur aussi pointu et internationalisé. Une implantation à Lyon a même été prévue comme solution alternative si Metz ne parvenait pas à convaincre sur le long terme. La réalité va rapidement déjouer ces préjugés. « Les gens viennent pour le projet... puis restent pour la ville », observe aujourd'hui Nicolas Pélissier. Installée au départ dans une pépinière d'entreprises messine, 45-8 ENERGY a depuis ouvert et développé ses propres bureaux au cœur de la ville, rue François de Curel. Et Metz est progressivement devenue un véritable atout stratégique : à 85 minutes de Paris, à proximité immédiate du Luxembourg, de l'Allemagne et des grandes infrastructures européennes, la ville offre un positionnement particulièrement pertinent pour une entreprise qui pense son développement à l'échelle continentale. « Notre vision a toujours été européenne », rappelle le dirigeant. Dans cet esprit d'ouverture, la plupart des collaborateurs viennent aujourd'hui d'autres régions françaises ou de l'étranger. Beaucoup découvrent Metz en rejoignant

l'entreprise. Et beaucoup choisissent finalement d'y construire leur vie professionnelle et personnelle. Dans une Euro-Métropole longtemps marquée par l'industrie et les mutations économiques, 45-8 ENERGY incarne ainsi une nouvelle génération d'entreprises technologiques capables de conjuguer innovation, transition énergétique et ambitions internationales tout en participant à l'attractivité et au renouvellement économique du territoire.

UNE RESSOURCE D'AVENIR TRIBUTAIRE DU TEMPS LONG

L'entreprise observe également avec attention les débats suscités par la découverte potentielle d'un important gisement d'hydrogène naturel en Lorraine, à Pontpierre à une quarantaine de kilomètres à l'est de Metz. L'annonce faite par La Française de l'Énergie a fortement marqué les esprits ces derniers mois avec l'évocation d'un potentiel estimé à près de 34 millions de tonnes. Même s'il se réjouit de cette opportunité industrielle pour le territoire, Nicolas Péliissier préfère rester prudent. *« Aujourd'hui, il existe des indices. Mais dans le sous-sol, il faut rester humble. Il faut des tests de production dynamique avant de pouvoir réellement parler de gisement. »* Cette prudence scientifique dit beaucoup de la culture de 45-8 ENERGY. Car dans ce secteur, tout s'inscrit dans le temps long. Entre les premières études géologiques, les analyses sismiques, les forages exploratoires puis les phases industrielles, il faut souvent près d'une décennie avant qu'un projet n'atteigne sa pleine maturité. Ce qui fait dire à ce jeune patron attentif, *« le sous-sol impose son propre rythme »*. Un rythme qui exige des moyens



Un forage à Mazerolles, dans le département de la Vienne (64)

financiers importants, une forte capacité d'innovation et une vision industrielle de long terme. Mais à mesure que les crises mondiales redessinent les équilibres énergétiques et industriels, 45-8 ENERGY apparaît désormais comme l'un des rares acteurs capables d'apporter des réponses concrètes à des enjeux devenus centraux : souveraineté industrielle, décarbonation, sécurisation des ressources critiques et relocalisation des chaînes de valeur. Et dans ce paysage européen en pleine recomposition, la société messine semble bien avoir pris, discrètement mais sûrement, une longueur d'avance.

LA DÉCOUVERTE DE NOUVELLES RESSOURCES EN HÉLIUM CONFIRMÉES DANS LA NIÈVRE

45-8 ENERGY franchit une nouvelle étape dans son développement avec des résultats particulièrement encourageants obtenus sur son permis d'exploration de Fonts-Bouillants, dans la Nièvre. Les forages profonds réalisés entre avril et septembre 2025 ont permis d'identifier, à près de 1 500 mètres de profondeur, plusieurs niveaux géologiques riches en hélium et en azote, confirmant le potentiel industriel du site.

Ces travaux prolongent les premières avancées déjà engagées autour de la production pilote lancée en 2024, présentée comme la première production d'hélium en France et en Europe de l'Ouest. Les essais réalisés sur le site ont notamment confirmé la présence d'accumulations de gaz libre à forte teneur en hélium ainsi qu'une capacité naturelle de remontée en surface compatible avec une exploitation industrielle. Pour l'entreprise messine, cette phase ouvre désormais des perspectives très concrètes avec, dès l'été 2026, le dépôt d'une demande de concession de production et le lancement d'études d'ingénierie destinées à préparer les futures infrastructures industrielles.

Cette avancée intervient dans un contexte international où l'hélium est devenu une ressource hautement stratégique pour de nombreux secteurs : médical, semi-conducteurs, intelligence artificielle, spatial ou encore technologies de défense. Dans un marché encore largement dépendant des importations, la capacité à produire localement en Europe représente un enjeu économique et industriel majeur.

45-8 ENERGY souligne également avoir développé un outil de mesure en continu permettant de suivre en temps réel les concentrations d'hélium et d'hydrogène naturel directement sur site, une innovation encore peu répandue dans ce domaine d'exploration très spécialisé.

LE BONHEUR est dans le pot

Avec Provencelia, Bruno Fritsch conjugue e-commerce maîtrisé, exigence esthétique et ancrage territorial. Spécialiste des céramiques décoratives pour la maison et le jardin, l'entreprise s'appuie sur un modèle « phygital » structuré. Une stratégie claire qui fait de Provencelia un exemple inspirant d'entrepreneuriat contemporain.

Des pots, surtout des gros. Des pièces dont les couleurs, comme dans un tableau de Matisse, viennent ponctuer terrasses et jardins avec matière et nuance. À Marly, le printemps s'écrit en mouvement. Chez Provencelia, le parking se remplit à l'aune de l'ensoleillement, les visiteurs se suivent, entourent précautionneusement les jarres, commentent et esquissent ce sourire de contentement qui ne trompe pas. Depuis son bureau, **Bruno Fritsch** observe. « *On vend du bonheur. J'aime voir l'enthousiasme des gens.* » Près de 100 000 pièces attendent acquéreurs entre les sites de Marly et de Yutz. Mais la scène inaugurale n'est que la partie émergée d'un modèle d'abord pensé pour le digital. Car Provencelia est avant tout une mécanique e-commerce parfaitement huilée.

Fort de son expérience chez Livea Sanitaire, où il a contribué à démocratiser le WC suspendu, Bruno Fritsch applique une méthode éprouvée : transformer un marché de niche en marché de masse grâce à une offre lisible, un référencement performant et une logistique irréprochable. « *Le SEO (référencement naturel) est fondamental. La majorité de nos clients nous découvre en ligne, le site doit être accessible, attrayant et faire le travail.* » Le modèle est limpide : capter la demande via le digital, convertir, puis le cas échéant, accueillir une expérience physique possible. Un « phygital » structuré, où chaque étape est pensée. Le choix en ligne est large, immédiat, désirable. Et en dehors des prix, souvent 30 % moins cher que la concurrence, un argument décisif s'impose : le prix modique de la livraison des pièces volumineuses et fragiles. Car ici, la contrainte devient avantage : « *Ne pas casser est un vrai enjeu. Nous avons conçu*

des emballages en partie transparents pour responsabiliser toute la chaîne. » Logistique, stockage, transport : tout est intégré dès l'origine dans l'équation économique. Les pots en céramique ont la cote. Sur un marché européen qu'il estime entre 600 millions et un milliard d'euros dans sa catégorie, l'entrepreneur vise 6 à 8 millions d'euros de chiffre d'affaires dès la première année, avec un objectif de 20 millions à moyen terme. Son ancrage local est à la fois intime et stratégique. « *Ici, je suis chez moi. J'ai grandi au bout de la rue.* » Dans son esprit, être dans l'Euro-Métropole de Metz, c'est bénéficier d'un positionnement logistique idéal vers toute l'Europe. Et à ce titre, le site de Marly, en pleine transformation, s'agrandit pour accompagner la montée en puissance de l'activité. Les travaux doivent s'achever au début de l'été.

ALLER PLUS LOIN

Mais l'homme pense au-delà des frontières. Ses activités s'étendent jusqu'en Tchéquie, près de Prague, où il vit en partie et a fait construire une maison provençale, véritable laboratoire d'idées. Il imagine de nouveaux usages : cuisine d'été escamotable en métal, douche extérieure en inox... Autant de prolongements d'un art de vivre qu'il entend démocratiser. « *J'ai le goût du beau et mon credo, c'est de rendre accessible ce qui est souvent réservé à une clientèle privilégiée.* » Le contexte lui donne raison : depuis le Covid, les espaces extérieurs sont devenus essentiels. Le choix de la Chine pour la production répond à une logique pragmatique. Faute de solutions françaises possibles, il s'appuie sur un savoir-faire ancestral reconnu. « *Qualité et prix sont imbattables, et nos partenaires savent s'adapter à notre marché.* » Designers, nouvelles matières – béton, métal, inox – enrichissent une offre en constante évolution. L'entreprise, forte d'une quarantaine de collaborateurs et de deux designers experts, concentre son activité de mars à juillet. Une saisonnalité en phase avec son produit et son marché. L'automne venu, il peut se consacrer à Thermoceram, son autre entreprise qui propose des radiateurs connectés et équipés des dernières technologies.

Au fond, le parcours de Bruno Fritsch dépasse la seule réussite économique. Il incarne une méthode, un modèle structuré qui allie audace et intuition. Entre Marly et Prague, entre e-commerce et présence physique, entre exigence et accessibilité, Provencelia trace une voie singulière. Et ici, au détour d'une allée baignée de soleil, le bonheur prend décidément racine dans un pot.



Bruno Fritsch dirige Provencelia, à Marly.

INSPIRE METZ

PLUS D'INFOS : www.provencelia.com

BACHELORS, ALTERNANCE, TRANSITIONS : des diplômes à l'heure de l'économie réelle

La transition énergétique, le numérique et la transformation industrielle redessinent les besoins en compétences. À Metz, universités et grandes écoles accélèrent le déploiement de bachelors et de formations en alternance pour former, en trois ans, des profils immédiatement opérationnels, au plus près des réalités économiques du territoire.

Reconnue pour la qualité de ses formations scientifiques, technologiques et d'ingénierie, l'offre d'enseignement supérieur de l'Euro-Métropole de Metz s'impose aujourd'hui comme l'un des moteurs de transformation économique du territoire. Ancré dans une histoire régionale industrielle forte, le campus messin, dans l'élan du virage NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) initié par Jean-Marie Rausch, a progressivement construit un modèle agile, capable d'adapter ses cursus aux mutations de l'économie réelle et aux besoins de compétences des entreprises. **Dans l'énergie, l'industrie, le numérique, le bâtiment ou la logistique, les besoins explosent.** Techniciens spécialisés, profils hybrides, compétences immédiatement opérationnelles : les entreprises recherchent des talents capables d'accompagner la transition énergétique, la modernisation industrielle et la digitalisation de leurs activités. Face à cette accélération, universités et grandes écoles du territoire métropolitain renforcent leurs liens avec les acteurs économiques pour construire des formations au plus près des réalités du terrain. Certaines entreprises ne s'y trompent pas. Des groupes comme VINCI Énergies, notamment à travers ses implantations métropolitaines, comme Actemium, participent directement à cette dynamique. « Avec Arts et Métiers et ArcelorMittal, nous construisons plus qu'un Bachelor : nous créons un écosystème de compétences pour la région capable d'alimenter les entreprises locales, d'attirer de nouveaux projets, de soutenir l'emploi et de préparer le territoire aux défis industriels de demain. Ce n'est pas un partenariat. C'est un investissement stratégique à long terme. » Pour **Patrick Bénard**, directeur de VINCI Énergies France Industrie Nord Est, la formation n'est plus seulement académique, elle devient un levier stratégique de développement économique. L'exemple du nouveau Bachelor en Sciences et Technologies, filières Matériaux et Énergies du campus Arts et Métiers est à cet égard emblématique. Conçu plus précisément avec ArcelorMittal Maizières Research et VINCI Énergies, il cible des compétences aujourd'hui critiques : gestion des matériaux, économie circulaire, performance énergétique. Une étude menée auprès de plus de 100 entreprises régionales a d'ailleurs confirmé ces besoins, en particulier sur des profils capables de mettre en œuvre de nouveaux procédés industriels plus sobres et durables. Outre les partenaires initiaux, plusieurs entreprises

ARTS ET MÉTIERS



Des formations au plus près des besoins des entreprises.

du territoire, telles que Duoverse, John Cockerill, RTE ou EDF ont déjà exprimé leur intérêt dans le recrutement d'alternants formés dans le cadre de ce nouveau Bachelor qui confirme le positionnement stratégique du campus Arts et Métiers de Metz au cœur des enjeux de décarbonation industrielle et de formation des talents qui construiront l'industrie durable de demain.

LA FIN DU DIPLÔME ABSTRAIT

Dans cet esprit, **Stéphane Fontaine**, directeur du campus ajoute : « Nous apportons une réponse à un besoin en compétences qui n'est aujourd'hui pas couvert par les cursus traditionnels, sans entrer en concurrence avec les formations proposées par les universités ou les BTS. » Mais au-delà d'un diplôme, une nouvelle logique de co-construction s'impose. Les entreprises participent désormais à la définition des contenus pédagogiques, interviennent dans les formations et accueillent les étudiants en alternance. Résultat, des parcours ancrés dans le réel, où l'apprentissage académique se double d'une immersion progressive en entreprise, jusqu'à près de 30 semaines en dernière année. Cette évolution dépasse largement le cadre d'un établissement. C'est tout un écosystème qui se structure, associant formation, recherche et industrie. Ce qui faisait dire à Hélène Boulanger, présidente de l'Université de Lorraine, dans les colonnes du *JEEM* #17, « l'université nourrit l'industrie et l'industrie la nourrit en retour ».

Retrouvez le détail des formations proposées en scannant ce QR code :



Tania Dabe, co-gérante
de GD Fermetures à Augny et
Mariline Thiebaut-Brodier,
office manager chez asecos
à Metz.

LUC BERTAU

REGARDS

CROISÉS

Parcours de transformation Grand Est : le diagnostic 360°, révélateur de trajectoires

À travers le diagnostic 360° du « Parcours de transformation Grand Est »*, Tania Dabe (GD Fermetures à Augny) et Mariline Thiebaut-Brodier (asecos à Metz) racontent ce moment charnière où une entreprise accepte de questionner ses modes de fonctionnement pour mieux avancer. L'une veut consolider ses fondations quand l'autre souhaite structurer sa croissance.

Mais au cœur de leur démarche respective, une même conviction : prendre le temps d'un état des lieux pour engager une transformation durable et propice au développement de leur société. Deux trajectoires, deux rythmes et deux entreprises qui se sont engagées pour bénéficier d'un accompagnement personnalisé et gagner en compétitivité.

Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre entreprise ?

MARILINE THIEBAUT-BRODIER : Je travaille en étroite collaboration avec le dirigeant Thierry Bies chez asecos pour structurer, pérenniser et développer l'entreprise. Nous fabriquons des armoires de sécurité pour le stockage de produits dangereux. Elles sont fabriquées en Allemagne, et nous assurons leur commercialisation en France et au Maghreb. Pour résumer, nous sommes inscrits dans un modèle en forte croissance, avec une organisation qui a beaucoup évolué ces dernières années.

TANIA DABE : Je suis co-gérante de GD Fermetures avec mon mari Guillaume. Nous fabriquons des menuiseries aluminium sur mesure, essentiellement pour des particuliers, dans l'Euro-Métropole de Metz et plus globalement en Moselle. Nous sommes une équipe de cinq personnes, donc une petite structure très locale.

À quel moment avez-vous ressenti le besoin d'un regard extérieur ?

M. T-B. : Très clairement à partir du moment où la croissance s'est accélérée. En deux à trois ans, nous sommes passés de huit à vingt-cinq salariés. Là, on change de dimension. On ne pilote plus une TPE de la même manière. Il a donc fallu structurer, poser des bases, comprendre où nous en étions et surtout comment accompagner cette transformation. Ce diagnostic, c'était presque une nécessité. On parle en interne de « métamorphose ». Il fallait faire un arrêt sur image : identifier nos acquis, nos manques, et surtout définir une trajectoire claire.

T. D. : Pour nous, le déclencheur est très différent. L'entreprise existe depuis plus de 20 ans, et nous nous apprêtons à déménager dans un nouveau bâtiment à Augny. C'était un moment ●●●

*« Le parcours de transformation Grand Est » est durablement dédié aux entreprises des secteurs de l'industrie, du BTP et de la logistique qui souhaitent bénéficier d'un accompagnement personnalisé pour gagner en compétitivité.



« Il ne s'agit pas que d'un simple diagnostic, c'est d'abord un point de départ qui nous conforte dans notre démarche. Aujourd'hui, on sait hiérarchiser. On structure les équipes, on développe les compétences, on travaille sur l'organisation... et bientôt sur le numérique à plus grande échelle. »

MARILINE THIEBAUT-BRODIER

••• crucial. On s'est dit : si on continue autrement, autant repartir sur de nouvelles bases, correctement, en identifiant ce qui fonctionne, ce qui doit évoluer... et surtout ne pas reproduire certaines habitudes. Et puis, il y avait quelque chose d'important pour nous : la parole des salariés. Dans une petite équipe comme la nôtre, on fonctionne beaucoup à l'affectif. Tout n'est pas toujours dit. Le diagnostic a libéré ça.

Quel axe de transformation vous a le plus mobilisés ?

M. T-B. : L'organisation avant tout. Avant même le numérique, il fallait structurer les services. Quand on grandit vite, tout se fait un peu « au fil de l'eau ». Le diagnostic nous a permis de remettre tout le monde autour de la table. Chacun a pu exprimer ses contraintes, ses blocages. On a identifié des points de friction très concrets dans le parcours client, entre le devis, la commande, la livraison. C'est presque un travail de couture que remettre de la fluidité, créer des procédures, clarifier les rôles.

T. D. : Chez nous, c'était très clairement l'atelier. Les flux, l'organisation, le manque de place... tout cela sautait aux yeux. On faisait les choses parce qu'on savait les faire, mais sans forcément formaliser. Le diagnostic a mis en lumière ces habitudes. Aujourd'hui, dans notre nouveau bâtiment, les repères ont changé et nous avons besoin de structurer

davantage : planning, circulation de l'information, organisation des postes. Cela paraît simple, mais ça change tout !

Le diagnostic 360° a-t-il joué un rôle de déclic ?

M. T-B. : Oui, car il s'agit d'un état des lieux précis et significatif. Mais surtout, il nous a obligés à nous arrêter. Deux jours à prendre du recul, c'est quelque chose qu'on ne fait jamais ! On est toujours dans l'opérationnel. Là, nous avons dû nous poser les bonnes questions : est-ce qu'on va dans la bonne direction ? Est-ce que les équipes peuvent suivre ? Et puis, cela permet de partager la stratégie avec les équipes. Pas seulement de la penser, mais de la faire vivre avec une implication et un esprit de responsabilité partagé. On pourrait appeler cela « faire entreprise ».

T. D. : Je vais être honnête, au départ, je me suis demandé si cela allait vraiment nous apporter quelque chose. Si cela avait du sens : deux jours, pour une petite entreprise, ce n'est pas rien... Et en fait, cela a été une expérience fructueuse et décisive. Cela nous a rassurés à un moment où on prenait un risque important avec le nouveau bâtiment en termes d'investissements. Et puis, il y a l'aspect humain. De l'écoute, du recul... presque du réconfort. Nous ne sommes pas jugés, nous sommes accompagnés. C'est là que vous prenez conscience qu'un regard extérieur, qualifié et circonstancié est non seulement salubre mais primordial.

Qu'est-ce que cette démarche vous a permis de clarifier ?

M. T-B. : Indéniablement, une feuille de route. On savait qu'il fallait agir, mais on ne savait pas forcément par où commencer. Aujourd'hui, on sait hiérarchiser. On structure les équipes, on développe les compétences, on travaille sur l'organisation... et bientôt sur le numérique à plus grande échelle. En fait, il ne s'agit pas que d'un simple diagnostic, c'est d'abord un point de départ qui nous conforte dans notre démarche.

T. D. : Pour nous, cela a essentiellement changé notre regard sur l'équipe. Nous nous sommes rendu compte que nous n'étions pas seulement « nous deux », mais que nous nous appuyions sur un collectif. Cela a l'air évident comme ça, mais ça ne l'est pas toujours dans une petite structure. Nous avons aussi pris conscience qu'il nous fallait communiquer davantage, structurer un minimum, que tout cela était essentiel. Le modèle familial ne doit pas s'exonérer des exigences de bon fonctionnement qui permettent de la fluidité, de la cohésion et de l'efficacité.

BIO EXPRESS

MARILINE THIEBAUT-BRODIER - ASECOS

Forte d'un double cursus en électronique (Maîtrise EEA) et en management (Master MAE), Mariline Thiebaut-Brodier incarne un profil hybride rare, à la croisée des sciences et de la gestion. Après un parcours dans l'édition technique internationale, où elle a notamment été rédactrice en chef de titres de référence comme Elektor ou MagPi, elle rejoint asecos France comme bras droit de Thierry Bies, dirigeant France et Maghreb. Basée à Metz, cette entreprise, leader mondial des armoires de sécurité pour produits dangereux, conçoit des solutions à haute valeur technique destinées à l'industrie, aux laboratoires et à la recherche. Aujourd'hui office manager, Mariline Thiebaut-Brodier met au service de son développement une organisation rigoureuse, une vision stratégique et une culture scientifique affirmée, tout en plaçant l'humain au cœur de la performance collective.

« Il y a dans ce diagnostic un registre de validation de ce que nous faisons et de la manière dont nous le faisons. On nous a confortés, tout en nous montrant ce qu'il restait à améliorer. C'est très juste comme équilibre. »

TANIA DABE

Avez-vous identifié des priorités inattendues ?

M. T-B. : Oui, notamment sur les interactions entre services. On pensait que certains sujets étaient maîtrisés... et en réalité, il y avait des pertes d'information, des doublons, des irritants. Le diagnostic a permis de rendre visible l'invisible.

T. D. : Chez nous, c'est d'abord la communication. Et puis l'importance de formaliser, même à petite échelle. Et aussi une forme d'équilibre à trouver et à définir : on n'a pas forcément besoin de grossir à tout prix. Rester à taille humaine peut aussi être une stratégie.

L'accompagnement a-t-il été à la mesure de vos attentes ?

M. T-B. : Oui, complètement ! C'est souvent intense, parfois déstabilisant, mais c'est exactement ce que nous cherchions. On a ouvert des pistes auxquelles on n'aurait pas pensé seuls et qui vont nous permettre d'avancer plus sereinement.

T. D. : Personnellement, j'avais besoin qu'on me dise si nous étions sur la bonne voie. Et cela a été le cas. Il y a aussi dans ce diagnostic un registre de validation de ce que nous faisons et de la manière dont nous le faisons. On nous a confortés, tout en nous montrant ce qu'il restait à améliorer. C'est très juste comme équilibre.

Et maintenant, quelles sont les prochaines étapes ?

M. T-B. : Poursuivre la structuration concernant le flux des commandes et l'amélioration de l'expérience client, travailler sur le numérique et notamment sur l'IA pour les tâches chronophages et répétitives. Nous sommes déjà dans l'épisode suivant. Le Diagnostic 360° a débouché sur un accompagnement dans le cadre du module « Excellence opérationnelle ». Cet accompagnement financé à 50 % par la Région également a pour objectif, entre autres, de standardiser les bonnes pratiques et améliorer les flux de bout en bout...

T. D. : Finaliser l'installation, optimiser l'atelier... et recruter. Le nouveau bâtiment nous donne aujourd'hui une capacité de stockage inédite pour passer la vitesse supérieure, mais il faut des effectifs suffisants pour suivre les nouvelles commandes et envisager de nouveaux défis.

Pourquoi conseilleriez-vous ce diagnostic à d'autres entreprises ?

M. T-B. : Déjà, il est accessible et gratuit. Mais surtout, c'est l'occasion pour une entreprise de s'exposer à un regard juste. On n'est pas dans le jugement, mais dans l'analyse. Cela donne du sens, cela implique les équipes et cela crée de la cohésion.

T. D. : Je suis complètement d'accord avec Mariline. En plus, les développeurs de l'agence Inspire Metz nous accompagnent personnellement dans cette démarche avec la conscience de nos besoins réels. Même en étant une petite structure, ce diagnostic 360° s'adapte parfaitement à votre échelle. Cela valorise ce qu'on fait bien, cela éclaire sur ce qu'on peut améliorer... et surtout, cela nous donne envie de nous améliorer et d'avancer.



**POUR EN SAVOIR PLUS
SUR LE « PARCOURS DE
TRANSFORMATION GRAND EST »,
scannez ce QR code :**



**Découvrez les « Diagnostics 360° »
et plus globalement le « Parcours
de transformation » mis en
place par la Région Grand Est avec
les développeurs économiques
de l'agence Inspire Metz,
vos référents de proximité dans
l'Euro-Métropole de Metz :**



POUR PLUS D'INFORMATION :

Thomas Pignon au 07 77 89 67 61

Kamel Hamimes au 07 77 89 67 65

Mourad El Ouafi au 06 21 48 33 03

BIO EXPRESS

TANIA DABE – GD FERMETURES

Diplômée en sciences du langage et en sciences de l'éducation, Tania Dabe se destinait à l'enseignement avant de rejoindre, en 2018, l'entreprise artisanale familiale fondée par son mari, Guillaume. Un virage professionnel devenu une évidence : elle y structure progressivement toute la gestion administrative, commerciale et financière, permettant à l'atelier de se recentrer sur son cœur de métier. Spécialisée dans la fabrication et la pose de menuiseries aluminium sur mesure, GD Fermetures intervient localement, en neuf comme en rénovation, en s'appuyant sur un atelier qui garantit qualité et réactivité. Aujourd'hui co-pilote de l'entreprise, Tania Dabe incarne un modèle d'engagement à la fois entrepreneurial et familial, avec la fierté d'avoir accompagné son développement jusqu'à l'ouverture de nouveaux locaux à Augny, dans une démarche exigeante de performance énergétique (RGE Qualibat).

LECLERC WOIPPY : l'expérience client qui fait la différence

Depuis le 10 mars, l'ancien hypermarché Auchan de Woippy a retrouvé une activité sous enseigne Leclerc. Repris par Jean-Luc Bramas, le site commercial historique ouvert en 1982 rendait après 10 millions d'euros de travaux. Une réouverture attendue qui mêle mémoire collective, proximité et une nouvelle expérience client, aussi innovante qu'inédite.

« Mes grands-parents, mes parents et maintenant moi : on vient tous faire nos courses ici. » Comme beaucoup d'habitues, Isabelle est attachée au lieu davantage qu'à son enseigne. Rond-Point hier, puis Mammouth, Auchan et désormais Leclerc : depuis plus de quarante ans, ce site accompagne le quotidien des habitants du nord messin. Ce qui plaît avant tout, c'est le côté pratique : faire ses courses, profiter de la galerie marchande, passer à la station-service et tout trouver au même endroit. Lorsque l'Auchan ferme en mai 2025, le choc est réel. Derrière les rideaux baissés, c'est toute une centralité commerciale qui vacille. Élus locaux, Ville de Woippy et agence Inspire Metz se mobilisent alors pour éviter qu'un ensemble commercial de plus de 10 000 m² ne s'enfonce dans la vacance.

Jean-Luc Bramas, déjà à la tête de Leclerc à Hauconcourt, décide finalement de reprendre le site. « Woippy possède sa propre clientèle et son histoire. Il fallait respecter cette mémoire tout en transformant profondément le magasin », explique l'entrepreneur. La transformation est radicale. Dix millions d'euros ont été investis pour refaire entièrement le magasin : carrelage, éclairage, peinture, façade, parking et station-service. À l'intérieur, les tonalités noires donnent davantage de perspective, le bois du mobilier distille une chaleur communicative, tandis que la lumière a été pensée pour valoriser les produits sans agresser le regard. Des panneaux numériques rythment le parcours client avec promotions et produits phares. Le magasin développe également une approche plus « phygitale » avec des commandes possibles sur tablette.

Sur 5 600 m², le nouveau Leclerc propose près de 50 000 références. Le prix reste le moteur du modèle Leclerc, mais l'enseigne entend aussi répondre à l'évolution des attentes des consommateurs avec davantage de produits locaux et régionaux, à l'image de Charculor ou « Les Jardins Vitrés ». « Il faut des prix pour tous les moyens », insiste Jean-Luc Bramas, qui a également installé une boîte à suggestions afin de rester à l'écoute des clients.

UNE DYNAMIQUE À ÉCHELLE HUMAINE

Le projet se veut aussi humain et social. Leclerc Woippy



Jean-Luc Bramas a repris le site commercial historique sous l'enseigne Leclerc.

emploie aujourd'hui une centaine de salariés, dont 52 anciens collaborateurs d'Auchan repris lors du redémarrage du site. Et les perspectives d'embauche pourraient rapidement se renforcer avec la montée en puissance progressive de l'activité. L'ambition affichée est d'atteindre 35 millions d'euros de chiffre d'affaires dans les dix prochaines années.

La galerie marchande participe pleinement à cette nouvelle dynamique avec l'arrivée annoncée de la boulangerie Ange, de l'opticien Atol, d'une crèche ou encore de 1-2-3 Pare-Brise. Une animalerie et une agence de voyages sont également envisagées. Devant la salle Basic Fit, un nouveau bâtiment doit accueillir un restaurant, un magasin de bricolage et plusieurs services. La station-service fait elle aussi l'objet d'importants travaux avec une opération de dépollution et un renouvellement complet des infrastructures avant une réouverture prévue d'ici fin juillet. Dans les prochains mois, des ombrières devraient également être installées sur le parking, tandis que la toiture sera repeinte en blanc afin de limiter les effets du réchauffement climatique. Même transformé, le site n'efface pas son passé. À l'entrée, d'anciens carreaux-tommettes datant des débuts du magasin seront conservés sous des dalles de verre comme un clin d'œil à cette mémoire commerciale profondément ancrée à Woippy. « Tout a été mis en œuvre pour que les clients soient heureux de venir faire leurs courses ici. Tous les détails sont des faits essentiels. Encore une fois, la qualité au meilleur prix, c'est viral. »

Et les vitrines **SE RALLUMENT**

À Metz, une nouvelle génération de commerçants se mobilise avec une ambition assumée : faire du collectif une force économique, humaine et territoriale. Horizontalité, projets partagés, animation du centre-ville et défense du commerce de proximité : la nouvelle fédération « Les Vitrines de Metz » veut replacer les commerçants au cœur de la ville et des nouveaux usages de consommation.

Que serait une ville, un quartier, un bourg sans ses commerçants ? Ils animent, ils insufflent, ils inspirent une vitalité qui donne le « la » au quotidien. Derrière chaque vitrine, il y a une présence, une lumière, un lien social presque invisible, mais essentiel. À Metz, cette évidence nourrit aujourd'hui une nouvelle dynamique avec la création des « **Vitrines de Metz** », association née après la dissolution de l'ancienne fédération des commerçants. Présentée officiellement le 27 avril à la CCI Moselle en présence de François Grosdidier, maire de Metz et président de l'Euro-Métropole, la nouvelle association entend ouvrir un nouveau chapitre pour le commerce messin. La structure veut replacer le collectif au cœur du développement économique local. Ses fondateurs parlent d'un nouveau départ. Car si l'idée de fédérer les commerçants n'a rien de révolutionnaire, encore faut-il savoir comment le faire. Et c'est précisément sur ce terrain que la nouvelle structure veut rompre avec le passé. « *La verticalité, c'est terminé. Personne ne veut revivre un modèle où quelques-uns décident pour tous* », résume **Claire Azgrar**, l'une des cinq coprésidents de l'association. Ici, place à une gouvernance collégiale, à des décisions partagées et à une organisation pensée pour rassembler plutôt que diviser. Une manière d'ancrer chaque quartier de la ville dans le projet commun et de faire remonter les réalités du terrain. « *Les problématiques ne sont pas toujours les mêmes selon les secteurs. L'idée, c'est justement que chacun puisse être entendu et contribuer aux orientations* », explique la représentante de l'association.

Derrière cette nouvelle organisation, il y a aussi une prise de conscience. Les commerçants sont souvent seuls face à leurs difficultés : fréquentation, concurrence du commerce en ligne, accès au centre-ville, inflation, évolution des habitudes de consommation ou nécessité de se digitaliser. « Les Vitrines de Metz » veulent devenir un outil concret au service de ceux qui font vivre la ville au quotidien. En mutualisant les idées, en partageant les expériences, en portant des animations communes et en parlant d'une seule voix face aux institutions. La logique est celle du collectif assumé et d'une action qui prend en considération toutes les problématiques. « *Nous allons même aborder les problèmes de santé mentale vécus par certains d'entre nous. Face au désarroi, voire au burn-out des commerçants fragilisés, des dirigeants d'entreprises qui n'ont pas les aides appropriées, nous devons entendre leurs SOS et pouvoir les aider concrètement.* »

APPRÉHENDER LES GRANDES MUTATIONS SOCIÉTALES

L'objectif est de faire émerger une vision plus moderne, plus transparente et surtout plus opérationnelle du commerce de centre-ville. Dans cet esprit, l'association a rejoint

le réseau national des Vitrines de France afin de bénéficier de retours d'expérience et de bonnes pratiques développées dans d'autres territoires. Car « Les Vitrines de Metz » veulent agir sur plusieurs leviers : améliorer la coordination entre commerçants, harmoniser certaines ouvertures, travailler avec les collectivités sur les grands sujets urbains et commerciaux, lutter contre les cellules vacantes ou encore proposer davantage d'accompagnement et de temps d'échanges aux professionnels. Dotée d'un budget avoisinant les 160 000 euros – financé par les cotisations, le mécénat et les subventions – l'association entend se donner les moyens de ses ambitions.

Mais elle ne veut pas seulement défendre des intérêts économiques. Elle entend aussi mieux appréhender les grandes mutations sociétales qui traversent le commerce de proximité : nouvelles attentes des consommateurs, qualité de vie en centre-ville, commerce plus humain, circuits courts, responsabilité environnementale ou encore expérience client. « *Le commerce aujourd'hui, ce n'est plus seulement vendre un produit. C'est créer du lien, donner envie de venir en ville et proposer une expérience* », insiste Claire Azgrar. La première traduction concrète de cette nouvelle énergie a été la braderie de printemps des 22 et 23 mai, expression joyeuse de la détermination des commerçants promus acteurs de l'attractivité dans les rues messines. Une ambition qui dépasse largement les vitrines. À Metz, les commerçants veulent redevenir une force vive du territoire. Ensemble.

LES VITRINES DE METZ



Les cinq coprésidents des « Vitrines de Metz » : Claire Azgrar entourée par Éric Ragovitz, France Olmi, Adrien Bristiel et JEan-Philippe Ruggiero.



Jason Sambourg à gauche avec Florent Piétrus, ancien international de basket-ball.

STELLARATHLETE

« Comment j'ai rêvé Stellar Athlete »

ÉPISODE 2 - « LE PROTOTYPE » PAR JASON SAMBOURG

Je me pose toujours des questions. Au début, avant d'être un lauréat French Tech, je me demandais surtout : est-ce que ça va vraiment marcher ? Parce que, dans ma tête, tout est simple. Le geste. L'intensité. L'effet. Mais entre ce que j'imagine et ce que Pulsar® doit produire, il y a un écart. Et cet écart, je dois l'appréhender sans être ingénieur.

Alors je fais comme je peux. J'explique. Je montre. Je teste. Et je reviens toujours sur cette même exigence avec le bureau d'étude : il faut un massage personnalisé et efficace. Pulsar®, ce n'est pas un gadget.

Le projet avance, mais il faut le tenir. 30 000 € du French Tech Tremplin ; 30 000 € de la Région Grand Est. Sans oublier le soutien familial. Sur le papier, ça structure. Dans la réalité, ça engage. Parce qu'en face, il faut livrer quelque chose. Et ce quelque chose, c'est le POC (preuve de concept) d'abord. Le fameux POC. Celui qui doit prouver que ce que j'ai en tête peut exister. Plus clairement, il s'agit d'évaluer et de déterminer la faisabilité de mon projet et de s'assurer qu'il est viable.

Très vite, ça se complique. Plusieurs versions. Quatre motorisations. Les quatre lâchent. Le moteur est le cœur du produit. Le bureau d'étude devait travailler six mois. Il en aura fallu dix-huit ! Trois fois plus de temps, un budget R&D de 60 000 euros, et une relation qui s'est tendue quand les solutions tardaient. À partir de là, les discussions ont changé. Les bureaux d'étude, les experts... devenaient plus frileux. On me disait que c'était compliqué. Mais je n'ai rien lâché. À un moment, tu n'as plus vraiment le choix. Soit tu trouves une solution. Soit Pulsar® ne sort jamais. Alors je plonge littéralement ! Mo-

torisation. Électronique. Systèmes de puissance. Je lis, j'analyse, je contacte des fabricants. Parfois je ne comprends pas tout, mais j'avance. Je n'avais pas prévu ça. Mais c'est devenu nécessaire. Et puis il y a toujours cette question. Est-ce que je simplifie ? Ou est-ce que je reste fidèle à ce que je veux faire, une solution plus exigeante, qui fera vraiment une différence ? Je fais le choix de continuer.

Heureusement, dans cette phase critique, je suis entouré. Ma famille est là. Et il y a The Pool. Les échanges sont réguliers, essentiels et constructifs. Ça aide à garder le cap, à structurer, à prendre du recul. Parce que le temps s'allonge. Une solution finit par émerger. Je la défends face aux experts, mais je me retrouve face à des réticences. On me dit que l'usage est atypique. Que si ça fonctionnait vraiment, ça existerait déjà !

Finalement, un ingénieur du bureau d'étude passionné par le projet reprend le sujet. Le travail avance et le POC finit par voir le jour. Ça me permet de lancer les tests de terrain. En salle de sport, mais aussi sur des terrains de football et de rugby, lors de compétitions sportives, dans des structures d'entraînements, et des cabinets de kinés ou médecins. Je veux rester prudent, mais ces retours sont encourageants. Notamment celui de Florent Piétrus, basketteur international français, champion d'Europe 2013 avec l'équipe de France et qui a terminé sa carrière à Metz. Après test, Florent trouve que la sensation de massage est pertinente pour des sportifs de haut niveau. Par ailleurs, les athlètes amateurs passionnés ou personnes qui souffrent de douleurs chroniques parlent d'un mieux-être immédiat et durable après utilisation, parfois après plusieurs mois ou années sans solution.

Ces retours ne remplacent pas des études. C'est pour cela que je suis en relation avec le laboratoire CARE à Nancy pour prouver scientifiquement le niveau d'efficacité de Pulsar®. La question du dispositif médical se pose. Cela implique des protocoles, des études, des preuves d'efficacité. C'est long et coûteux, mais indispensable pour asseoir la crédibilité auprès des organismes de santé. Dans cet esprit, je structure aussi. Un comité stratégique se met en place. Le Dr Didier Courtalon est le premier à s'engager à mes côtés. Car les professionnels de santé rencontrés sont plutôt attentistes. La partie s'annonce ardue ! D'autant que le quotidien n'est pas simple. Pas de salaire. Pas vraiment de pause. Et pas de vacances. Mais je continue ! Après tout, le POC fait ce qu'il doit faire. Ce n'est pas commercialisable, mais il promet. Ce n'est pas encore un produit. Mais ce n'est plus une idée non plus. C'est bien plus !

BOUILLON BATIGNOLLES, bien dans son assiette !

Le retour gagnant de l'œuf mayo, du bourguignon et du parmentier de coin-coin : c'est la carte maîtresse du Bouillon Batignolles, enseigne de restauration née à Metz, il y a cinq ans, sous la houlette inspirée de David Michel. Six restaurants plus tard, le récent lauréat du réseau Entreprendre Lorraine peut faire valoir une formule qui fédère et s'érige en modèle dans le landerneau de la restauration locale.

Il est à peine midi et déjà, la terrasse se remplit. Le soleil accompagne les premiers coups de feu d'un service qui s'annonce dense. Dans la salle, ça s'active, ça circule, ça vit. Au cœur de cette mécanique bien huilée, David Michel observe, ajuste, anticipe. « *Il faut que cela dépose !* », glisse-t-il, sourire en coin. L'homme est pressé, mais jamais débordé. Entrepreneur aguerri, restaurateur heureux, il incarne à lui seul l'énergie d'un concept qui a trouvé son public. Depuis l'ouverture de son premier Bouillon Batignolles en 2023 à Metz, le développement est fulgurant : cinq restaurants aujourd'hui, un sixième en préparation à Creutzwald, et déjà des perspectives au-delà du sillon mosellan. Une trajectoire rapide, assumée, presque revendiquée. L'idée de son restaurant lui est venue de ses séjours parisiens, dans le sillage des grands bouillons qu'il affectionne. « *À quoi bon ouvrir une énième pizzeria sans identité ? Pour moi, le restaurant est une destination.* » Dans un secteur fragilisé par la crise sanitaire, l'intuition s'est révélée juste. Le modèle repose sur une équation simple, mais exigeante : volume, accessibilité, constance. Ici, pas de prétention gastronomique, mais une promesse claire : « *Beau, bon et pas cher.* » Une devise qui structure toute l'offre. Assiettes généreuses, recettes populaires – œuf mayo, poireaux vinaigrette, bœuf bourguignon, jarret fondant et purée montée au beurre – et une attention souveraine portée à chaque détail, du dressage au décor.

Car l'expérience ne se limite pas à l'assiette. Elle se vit aussi dans l'ambiance. Inspiré des bouillons parisiens, chaque établissement rejoue une partition familière et rassurante : Tour Eiffel, plaques de métro, images de Jean Gabin à Brigitte Bardot, objets vintage, playlist rétro... « *J'ai le souci du détail et je ne supporte pas les anachronismes* », insiste David Michel. Une immersion qui séduit toutes les générations et transforme le repas en véritable moment de vie. Jusqu'au fauteuil royal, présent dans chaque restaurant, qui vous invite à « *instagrammer* » l'instant.

STRUCTURER, DÉVELOPPER ET VALORISER

Le succès de la formule repose sur un principe clé : le volume. « *Avec 55 couverts, il faut trois rotations. Nous en faisons quatre.* » Sur les cinq établissements, près de 1 000 couverts sont servis chaque jour. Les effectifs ont suivi : de 6 salariés à l'ouverture à 130 aujourd'hui. Une montée en puissance soutenue par une politique d'achats

structurée : « *J'achète à la tonne, comme Chartier, avec des contrats annuels* », tout en conservant 90 % de fournisseurs locaux, véritables références, à l'instar de la Maison Nicolas pour la boucherie.

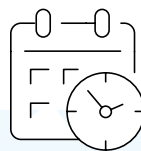
Autre levier capital, le capital humain. Dans un secteur en tension, le recrutement reste le principal défi. « *Mon critère, c'est le savoir-être. L'attention, le respect, l'engagement... c'est ce qui fait la différence.* »

Porté par cette dynamique, Bouillon Batignolles voit plus loin. Le développement s'organise désormais à plusieurs échelles. Régionale d'abord, avec des projets à Reims et Strasbourg. Transfrontalière ensuite, avec une ouverture prévue à Sarrebruck après le Luxembourg. « *Il y a un côté exotique pour les étrangers dans le bouillon, quelque chose de très français.* » Dans son développement, **la marque accélère et depuis peu, un appel à franchisés a été lancé.** Des implantations sont envisagées à Orléans, La Rochelle, et même à Paris, dans le quartier des Batignolles, clin d'œil à l'inspiration originelle. À 55 ans, David Michel garde un cap clair : « *Mon objectif, c'est de continuer à faire grandir la marque.* » Avant, peut-être, de passer la main dans cinq ans. « *J'aimerais pouvoir vendre, profiter de la vie et voyager.* » Mais d'ici là, un rêve persiste, presque comme un aboutissement : ouvrir un Bouillon Batignolles aux États-Unis. « *Là, j'aurais vraiment le sentiment d'avoir fait du chemin.* »

Plus d'Infos : www.bouillon-batignolles.com/restaurant/bouillon-batignolles-metz-centre



David Michel, gérant du Bouillon Batignolles.



Quand l'ÉTÉ métropolitain s'affiche

L'Euro-Métropole de Metz est promue destination de choix dans la nouvelle campagne estivale. Le soleil donne !



À l'instar des années précédentes, en partenariat avec l'Euro-Métropole de Metz, la Ville de Metz et la Chambre de commerce et d'industrie Moselle (CCI 57), l'agence Inspire Metz a été chargée de piloter une campagne de communication afin de promouvoir la destination touristique estivale. Affichée dans le métro parisien du 2 au 8 juin 2026, générant plus de 59 millions d'ODV (Occasion de Voir), elle est complétée par un dispositif digital avec une sponsorship sur les réseaux sociaux et sur YouTube à destination des cibles touristiques prioritaires : Paris-Île de France, Hauts-de-France et pays frontaliers (Allemagne, Belgique, Luxembourg et Pays-Bas). L'objectif : faire venir un maximum de visiteurs et de touristes pour générer des retombées économiques sur le territoire. L'occasion de mettre en lumière Metz et les communes de l'Euro-Métropole et de proposer des expériences riches et variées.

Cette campagne présente ainsi le territoire à trois moments clés de la journée avec trois thématiques : coup de projecteur sur le patrimoine et son histoire avec une photo de l'aqueduc romain d'Ars-sur-Moselle, les reflets de la Moselle présentant le plan d'eau de Metz et le Mont Saint-Quentin et enfin, lumière sur les événements culturels & festifs avec le Festival International Constellations de Metz. Balades nature dans les parcs et jardins ou sur l'eau, événements festifs & culturels, sites patrimoniaux... les 46 communes de l'Euro-Métropole de Metz proposent un voyage sur le thème de la lumière. Quels que soient vos centres d'intérêt, cet été, venez partager des moments lumineux en duo, entre amis ou en famille !

LE + : n'oubliez pas votre animal de compagnie, la destination est labellisée « Toutourisme ».

PLUS D'INFOS :
www.tourisme-metz.com

Avec Metz Expo

Du 25 septembre au 5 octobre
La FIM (Foire internationale de Metz)

Avec les jeunes agriculteurs de Moselle

Du 11 au 13 septembre
Les Terres de Jim à Metz Augny

Avec le Club Metz Eurométropole

19 juin Repas Champêtre à l'ASPTT de Metz à partir de midi

25 juin Visite d'entreprise au Centre Pompidou-Metz

1^{er} juillet Petit déjeuner autour du thème de « l'économie du tourisme » aux Frigos à Metz

26 août Petit déjeuner « la rentrée des adhérents », à la Maison Régionale de la Mémoire-Souvenir Français à Metz

Avec la CCI Moselle

18 juin Soirée « Transmission d'entreprise : la retraite du chef d'entreprise »

30 juin Atelier « Réaliser son étude financière prévisionnelle quand on crée ou reprend une entreprise »

07 juillet Rendez-vous gratuit avec un expert-comptable pendant 1/2 heure

15 septembre Atelier « Comment créer une micro-entreprise »

Avec CCI Campus Moselle

24 juin Mercredi portes ouvertes + Mercredi alternance Foch (Metz)

29 juillet Mercredi alternance Chaptal (Metz)

26 août Mercredi alternance Foch (Metz)

16 septembre Masterclass Campus Pro

Avec la CMA de Moselle

12 juin et 11 septembre Réunion d'information à la création et reprise d'entreprise (14h-15h)

29 juin Atelier facturation électronique (17h - 19h)

2 septembre Mercredi des métiers (14h - 15h)

Retrouvez tous vos rendez-vous en détail avec le QR code ci-contre :



Laurent HAAS

LES J'AIME DU

Jeem

L'attractivité d'un territoire se mesure aussi à ces endroits et à ces personnes emblématiques qui nous relient à lui et sont autant de références qui finissent par nous appartenir collectivement. À chacun ses préférences !

Pour ce questionnaire de l'été, le JEEM vous invite à découvrir les préférences de **Laurent Haas** qui succède à Michel Coqué à la direction de Metz Expo, rebaptisé depuis peu **Metz Events**.



Un lieu pour se ressourcer ?

Le sentier des remparts, l'une des plus belles balades de Metz à mon sens, qui nous reconnecte à un brin de nature au cœur de la ville.



Un endroit pour un rendez-vous important ?

Maison Heler, un établissement proche de la gare et surprenant dans sa conception et sa décoration extérieur comme intérieur. On y mange également très bien pour un déjeuner d'affaires.



Un métropolitain célèbre pour illustrer un timbre ?

Paul Verlaine, sans doute l'un des artistes nés à Metz les plus célèbres et marquant dans son art. De plus le personnage était plutôt rock'n'roll pour son temps.



Un restaurant pour se régaler ?

La Fleure de Ly, une adresse qui ne m'a jamais déçu tant sur la qualité des plats proposés que sur son espace de réception unique à Metz.



Un magasin pour se faire plaisir ?

L'épicerie fine Saint Louis, pour les gourmands qui souhaitent déguster des produits sourcés localement.



Un monument à faire découvrir ?

L'église Sainte-Ségolène, pour ne pas citer la Cathédrale de Metz. Il s'agit d'un monument à l'architecture incroyable et disposant de magnifiques vitraux. De plus, le quartier est particulièrement agréable au printemps et en été.



Une adresse à divulguer ?

Chez Mariette, 16 rue de la Fontaine. Un concept de bar-coiffeur intrigant au premier abord. On y passe toujours un bon moment.

SON ACTU

Laurent Haas prend les rênes opérationnelles de Metz Events, la filiale messine du groupe GL Events. Cette nomination intervient après une année 2025 solide, marquée par une forte fréquentation : 34 manifestations organisées, plus de 4 400 exposants et près de 350 000 visiteurs, dont 155 000 pour la Foire Internationale de Metz. N'étant plus en charge de la gestion du Centre de congrès Robert Schuman, Metz Events engage un recentrage stratégique sur le Centre Foires et Conventions. Objectif : renforcer son positionnement sur le tourisme d'affaires, avec des investissements ciblés et des offres « clés en main ». Aux côtés de Patricia Stalder, Laurent Haas aura la responsabilité d'orchestrer cette nouvelle dynamique, avec en ligne de mire une ambition claire : faire du site messin une infrastructure de référence dans le Grand Est, au service du rayonnement économique et événementiel du territoire.

MÉCLEUVES

4&5

SEPT

2026

Festival international de BLUES



YOUNGER SPIRIT ★★★ **ALLY VENABLE**
KÉVIN DOUBLÉ QUARTET ★★★
THE SUPERSOUL BROTHERS
MAZINGO ★ MISS BEE & THE BULLFROG
CONNOLLY HAYES ★ INA FORSMAN



Billetterie et programmation sur
mtb-mecleuves-terre-de-blues.com