

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024

la Meuse!

MEUSE ATTRACTIVITÉ

SOMMAIRE

- **EDITO** **p.3**
- **UNE MÉTHODE, 3 CHAMPS D'ACTION** **p.4/5**
- **LES TEMPS FORTS EN 2024** **p.6/7**
- **LES RÉSEAUX SOCIAUX DE L'AGENCE** **p.8/9**
- **LES CHIFFRES CLÉS** **p.10**
- **MEUSE ATTRACTIVITÉ RÉCOMPENSÉE** **p.11**
- **LES ACTIONS TOURISME** **p.12/33**
 - .. Les objectifs **p.14/15**
 - .. Les données de fréquentation touristique **p.16/18**
 - .. Une offre touristique durable **p.19/23**
 - .. Les actions média-influence **p.24/29**
 - .. Les actions numériques **p.30/31**
 - .. Les actions pour les socios-pros **p.32/33**
- **LES ACTIONS ÉCONOMIE** **p.34/43**
 - .. Conjoncture et chiffres clés **p.35**
 - .. Des sujets sur mesure **p.36/37**
 - .. Des outils au service de nos entreprises **p.38/41**
 - .. Les actions média **p.42/43**

Crédits photos : 4Runners - Berthold - Pierre DEFONTAINE/ARTGE - Meuse Attractivité - Guillaume RAMON - Rand'eau Meuse/O2 SPORT - Matistor - Clara FERRAND/WILROAD - Anthony VALERIO/Banana Road - La Martinerie - Christophe PIASTA - Hello Travellers - Léon LE DARON - Laurent NEMBRINI - La Mangeoire - Thierry SUZAN - Bergère de France - HUOT - Daimler Buses.

ISSN : 2825-7065



EDITO

Le 13 novembre 2024, nous avons fêté le cinquième anniversaire de la création de l'Agence.

Depuis cette date que de chemin parcouru !

Nous avons vécu une crise sanitaire avec la mise à l'arrêt de l'économie, une inflation galopante puis les impacts du conflit russo-ukrainien. Et malgré cela l'agence a réussi à intégrer le 11 juillet 2020 le Comité Départemental du Tourisme, à emménager en 2021 dans de nouveaux locaux au sein du centre d'affaires Meuse TGV et à recruter plusieurs talents.

Nous avons développé le schéma de développement touristique 2023-2027, nous sommes chef de file d'un programme Interreg d'un montant de 7,5 M€, pilote du comité d'itinéraire de l'EuroVélo 19.

Nous avons mis en place un groupe RH pour trouver des solutions pragmatiques aux difficultés de recrutement de compétences rencontrées par les entreprises du département, développé des relations de confiance avec les entreprises industrielles, mis en place des petits déjeuners sur des thématiques techniques liées aux attentes des entreprises de notre portefeuille, mis en place 4 réunions par an avec les agents de développement des EPCI pour partager les retours d'expérience mais aussi pour proposer des formations adaptées à l'évolution des missions des agents.

Dans la continuité de 2023, nous avons poursuivi notre travail de fond et les résultats probants démontrent une fois de plus que nous sommes en adéquation avec la vision long terme et les objectifs qui nous ont été assignés. Je vous invite donc à parcourir ce rapport pour découvrir le travail au long court réalisé sur notre territoire au service de l'intérêt général.



Je tiens également à remercier toute l'équipe du travail réalisé depuis 5 ans. Nous avons recruté en 2024 trois nouveaux collaborateurs dont une alternante pour deux ans qui nous vient d'Aix-en-Provence, une meusienne qui nous suit depuis notre création et qui rêvait de travailler dans l'équipe et un lorrain qui, après avoir parcouru le monde, souhaitait revenir dans sa région avec sa famille.

Ensemble nous continuerons à œuvrer pour devenir le 1^{er} département rural innovant de France.

Pascal RIBOLZI,
Président de Meuse Attractivité



1 MÉTHODE

3 CHAMPS D'ACTION

Pour devenir le 1^{er} département rural innovant de France, Meuse Attractivité déploie une méthodologie appliquée à 3 champs d'action :



**STRUCTURER ET
ACCOMPAGNER LA
TRANSFORMATION**



**FAIRE
CONNAÎTRE**



CONCRÉTISER



STRUCTURER ET ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION

Travailler main dans la main avec les acteurs du territoire pour construire les meilleures offres possibles et les faire évoluer vers toujours plus de performance.



FAIRE CONNAÎTRE

Collaborer avec les acteurs locaux pour promouvoir nos atouts et accroître notre notoriété



CONCRÉTISER

S'associer avec les parties prenantes pour transformer nos idées en projets concrets et mesurables.

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE :

- Visites d'entreprises
- Ingénierie de projets
- Accompagnements stratégiques
- Etude et réalisation des demandes d'Invest Eastern France
- Coordination d'un groupe RH pour faciliter le traitement des problématiques de l'emploi
- Accompagnement sur la marque employeur
- Organisation de la base de données foncière du territoire
- CRM

- Diffusion d'une newsletter à l'attention des acteurs économiques
- Valorisation des projets structurants par des plans de communication ciblés s'appuyant sur la marque de territoire
- Construction de partenariats stratégiques : French Tech, Ferme Digitale, Réseau Entreprendre, cabinet Arthur Loyd...
- Organisation de réunions économiques régulières avec la Banque de France, la MSA, l'URSSAF et la DGFIP

- Mise en oeuvre de campagnes marketing afin de détecter des talents répondant aux besoins des entreprises sur les métiers en tension
- Actions menées par la conciergerie pour accompagner la relocalisation des familles et des salariés
- Réunions avec les entreprises
- Accompagnement des entreprises dans leur prospection/installation sur le territoire

DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE :

- Ingénierie de projets touristiques et packages
- Observatoire et études de marché
- Mission développement du cyclotourisme et des sports de nature
- Coordination des Offices de Tourisme et de la communauté de socio-pros
- Labellisation des offres et classements
- Accompagnement à la transformation digitale

- Mise en place de plans de communication co-construits avec les partenaires
- Développement des supports marketing et communication BtoC et BtoB
- Relations publiques et presse
- Valorisation de la marque territoriale sur les réseaux sociaux
- Promotion auprès des Tour-Opérateurs
- Référencement de la destination auprès des distributeurs
- Présence aux salons professionnels et grand public

- Animation et coordination de la place de marché Elloha
- Activation de la présence de la destination sur les outils de commercialisation partenaires (Explore Grand Est)
- Plans marketing axés sur la vente
- Programmation et suivi de la commercialisation par les Tour-Opérateurs



JANVIER

22 - 23 Workshop Partir en France à Paris.

31 Mise en ligne de la Plateforme passerelle Compétences et Métiers.

FÉVRIER

14 Rencontres des Responsables RH - Atelier pratique.



MARS

14 Accueil de la Banque de France pour une présentation de son enquête bilan 2023 et perspectives 2024 des entreprises du Grand-Est ».

AVRIL

2 Présentation de Meuse Rider à Paris.

16 Bourse d'échange avec les Offices de Tourisme de la Meuse et accueil d'une trentaine de prestataires.



MAI

1 - 15 Accueil d'Anthony Valerio, influenceur et créateur de Banana Road : un programme de voyage et d'aventure.



JUIN

20 Rencontres des Responsables RH en Extra.





DÉCEMBRE

13 Meuse Attractivité reçoit 2 prix aux trophées de la communication pour la plateforme emploi.lameuse.fr et le jeu vidéo Meuse Rider.



NOVEMBRE

5 Présentation du projet Slowtourisme en Grande Région par Meuse Attractivité en tant que chef de file.

12 Présentation des outils de l'observatoire de Meuse Attractivité à la journée de la donnée en Meuse.

25 La start-up Luniwave, soutenue par Meuse Attractivité, présente la solution mise en place en exclusivité en Meuse en 2025 aux hébergeurs pressentis pour participer à l'opération.



OCTOBRE

1 Rencontre entre startups du Village by CA, entreprises et collectivités.

15 Rencontres des Responsables RH - Atelier pratique.



SEPTEMBRE

10 Conférence « présentation des données économiques Meuse » : réalisée conjointement par la Banque de France, la DGFiP, l'URSSAF et la MSA.

26 Lancement officiel à Liège du projet Interreg VI Slowtourisme en Grande Région.



TEMPS RTS GENCE 2024

JUILLET

1 Début de l'expérimentation avec la start-up Maplab pour la mise en place d'un outil pour les porteurs de projets touristiques.



LES RÉSEAUX SOCIAUX DE L'AGENCE



FAIRE CONNAÎTRE

FACEBOOK :

42 902 abonnés

- + 8.43 % soit + 3 334 abonnés par rapport à 2023
- + 12.5 % soit + 9 104 720 d'utilisateurs touchés par rapport à 2023.



INSTAGRAM :

4 492 abonnés

- + 8.11 % soit + 337 abonnés par rapport à 2023
- + 3.82 % soit + 163 246 d'utilisateurs touchés par rapport à 2023.



LINKEDIN :

3 584 abonnés

- + 25.98 % soit + 739 abonnés par rapport à 2023.
- 101 674 utilisateurs touchés (contre 110 737 en 2023 - 8.18%).



TIKTOK :

1 973 abonnés

- + 4.78% soit + 90 abonnés par rapport à 2023.
- 12 353 d'utilisateurs touchés - 90.21 % par rapport à 2023. Baisse expliquée par l'absence de campagne sponsorisée en 2024.



YOUTUBE :

- 96 vidéos en ligne qui ont été vues 1 242 123 fois, soit + 26.42 % par rapport à 2023.

CHIFFRES CLÉS 2024 :



**STRUCTURER ET
ACCOMPAGNER LA
TRANSFORMATION**



ACCOMPAGNEMENTS

10
(digital)

NEWSLETTERS

26

(grand public, pro
du tourisme, éco)



ELLOHA

170
prestataires
sur Elloha

ACCOMPAGNEMENTS

84

accompagnements
de porteurs de projets



**ECOS-COMpteurs
CYCLOS**

De janvier à décembre 2024

Doulcon
7 583

(-18.75% par rapport à 2023)

Vacherauville
12 551

(-7.28% par rapport à 2023)

20 134

passages au total
(-13.58% par rapport à 2023)



**FAIRE
CONNAÎTRE**

SITE INTERNET

318 205

visites sur le site
internet



**CARNET
PRATIQUE**

12 000

carnets pratique

MAGAZINE

18 000

magazines
printemps / été



**PORTRAITS
D'ENTREPRISE**

4

HUOT, PETITJEAN, TSM
laquage et Qualtech

**EXPLORE
GRAND-EST**

130

offres meusiennes



CONCRÉTISER



653

offres
d'hébergements
(sources : Airdna, Sitlor)

NEW

20

nouveaux meublés de
tourisme classés



12 019

lits touristiques
(source : ARTGE, Datavisualisation
de données touristiques des
départements du Grand Est, 2024)



3.6 M

de nuitées pour la saison
2024 (stable par rapport
à 2023)

(source : FluxVision)



10 M

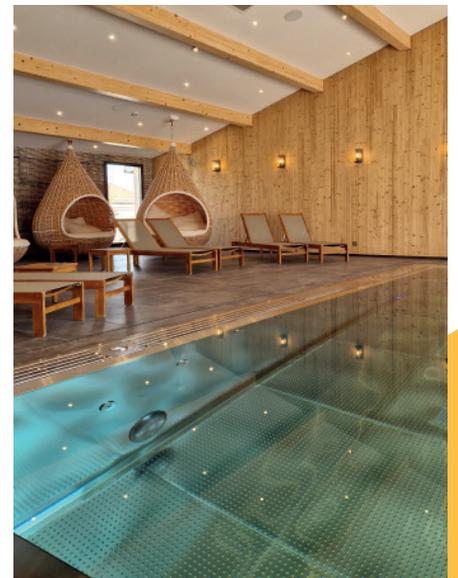
générés par les
hébergements en 2024
(source : AirDNA)



5.1 %

Part représentée
dans les emplois
départementaux
(tout secteur confondu)

(source : ARTGE, Datavisualisation
de données touristiques des
départements du Grand Est, 2024)



MEUSE ATTRACTIVITÉ RÉCOMPENSÉE

LA MEUSE EN RÉALITÉ VIRTUELLE

Le jeu en réalité virtuelle Meuse Rider, développé avec Game in Society et le soutien du FNADT, propose une exploration immersive à 360° des sites emblématiques de la Meuse.

Accessible via Meta ou un kit événementiel mis à disposition des partenaires locaux par l'agence Meuse Attractivité, le jeu invite les utilisateurs à parcourir la région à vélo virtuel tout en collectant des points représentant les spécialités locales, illustrées par l'artiste meusienne Redpalm.

L'objectif est d'éveiller la curiosité des joueurs et de les inciter à explorer la Meuse dans la réalité.

#TourismeInnovant
#DécouvrirLaMeuse
#RéalitéVirtuelle

+ d'infos : www.lameuse.fr

[Voir le teaser !](#)



TROPHÉES DE LA COMMUNICATION 2024

Meuse Attractivité primée aux Trophées de la Communication 2024.

Lors de la remise des prix à Aix-en-Provence le 13 décembre 2024, Meuse Attractivité a été récompensée dans deux catégories :

- **2^e place pour le jeu vidéo Meuse Rider** dans la catégorie "Meilleure expérience digitale/application".
- **5^e place pour la plateforme emploi.lameuse.fr** dans la catégorie "Meilleur site internet d'administration".

Les Trophées, qui étudient 550 dossiers pour 32 catégories, mettent en avant des initiatives d'excellence en communication. Parmi les lauréats : La Poste (1^{ère} place, expérience digitale) et Tahiti Tourisme (1^{ère} place, site internet).

+ d'infos : trophees-communication.com



LES ACTIONS

TOURISME





LES OBJECTIFS

SOUTENIR LA STRUCTURATION D'UNE OFFRE TOURISTIQUE PLURIELLE



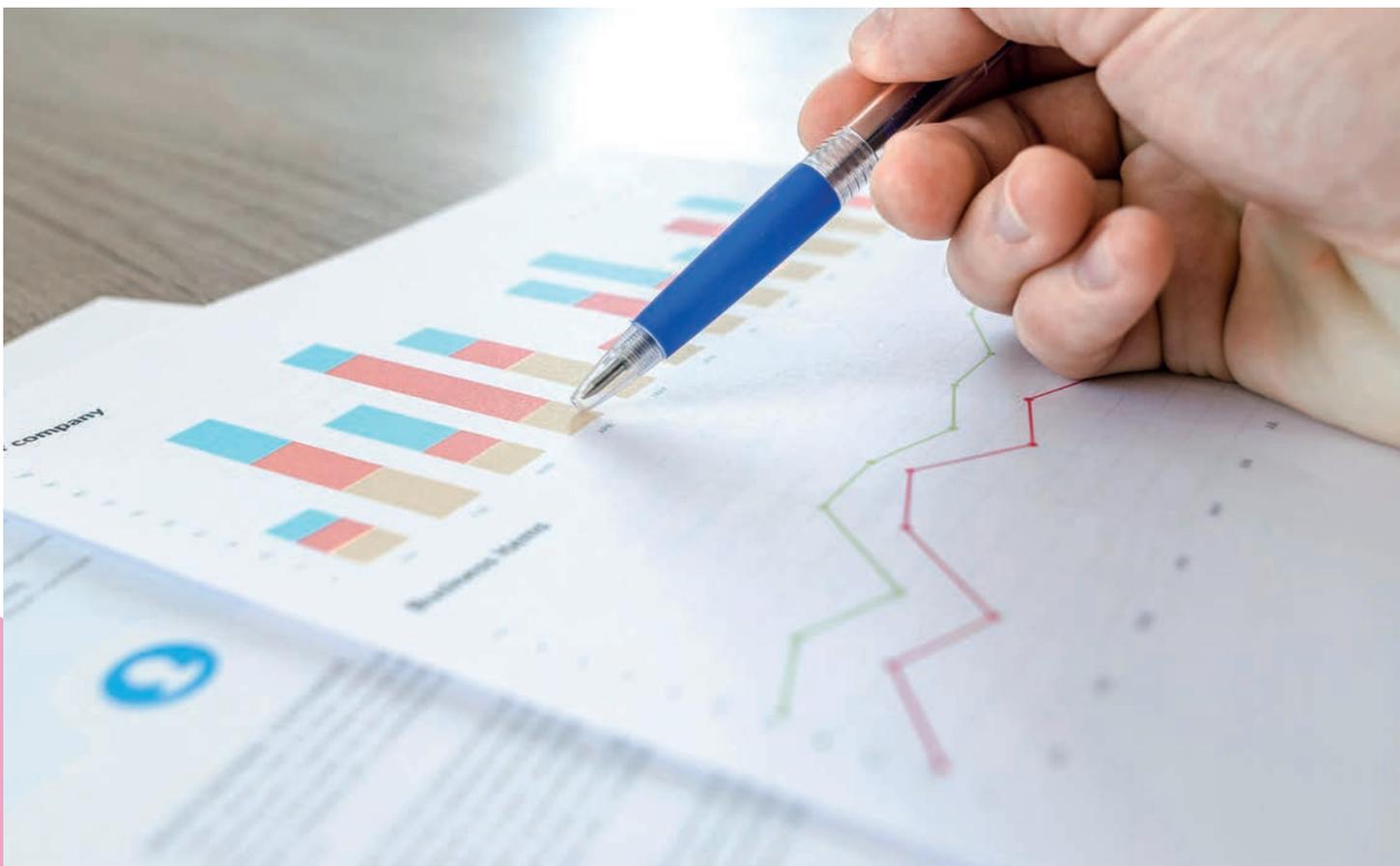
FAIRE PROGRESSER LA QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE



DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE CONQUÊTE ET DE FIDÉLISATION COURTS SÉJOURS



DÉPLOYER LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE PAR L'ANALYSE ET LE PARTAGE DES DONNÉES



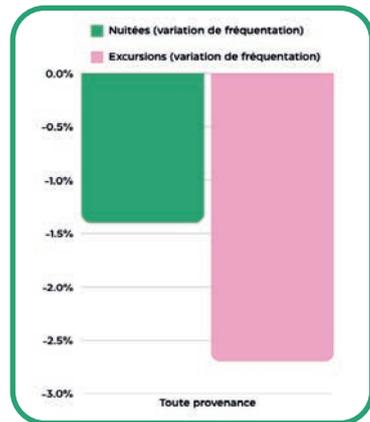


LES DONNÉES DE FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

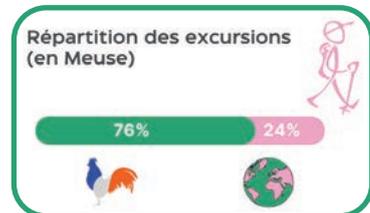
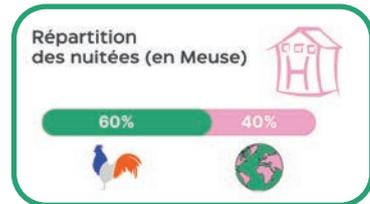
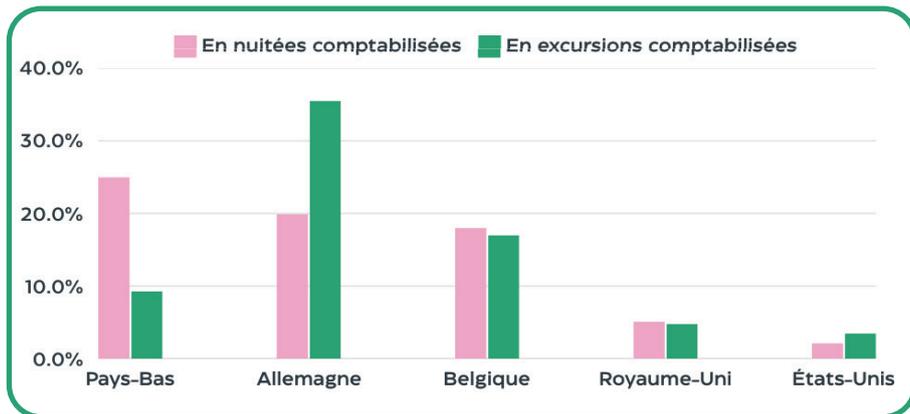
Le bilan de l'année touristique en Meuse reste globalement stable, avec un très léger recul de -1,4 % lié à des conditions météorologiques défavorables, une performance notable face à la baisse de -3,6 % enregistrée dans l'ensemble du Grand Est. La durée moyenne du séjour reste stable elle aussi.

+ de 3.6 millions de nuitées en 2024.

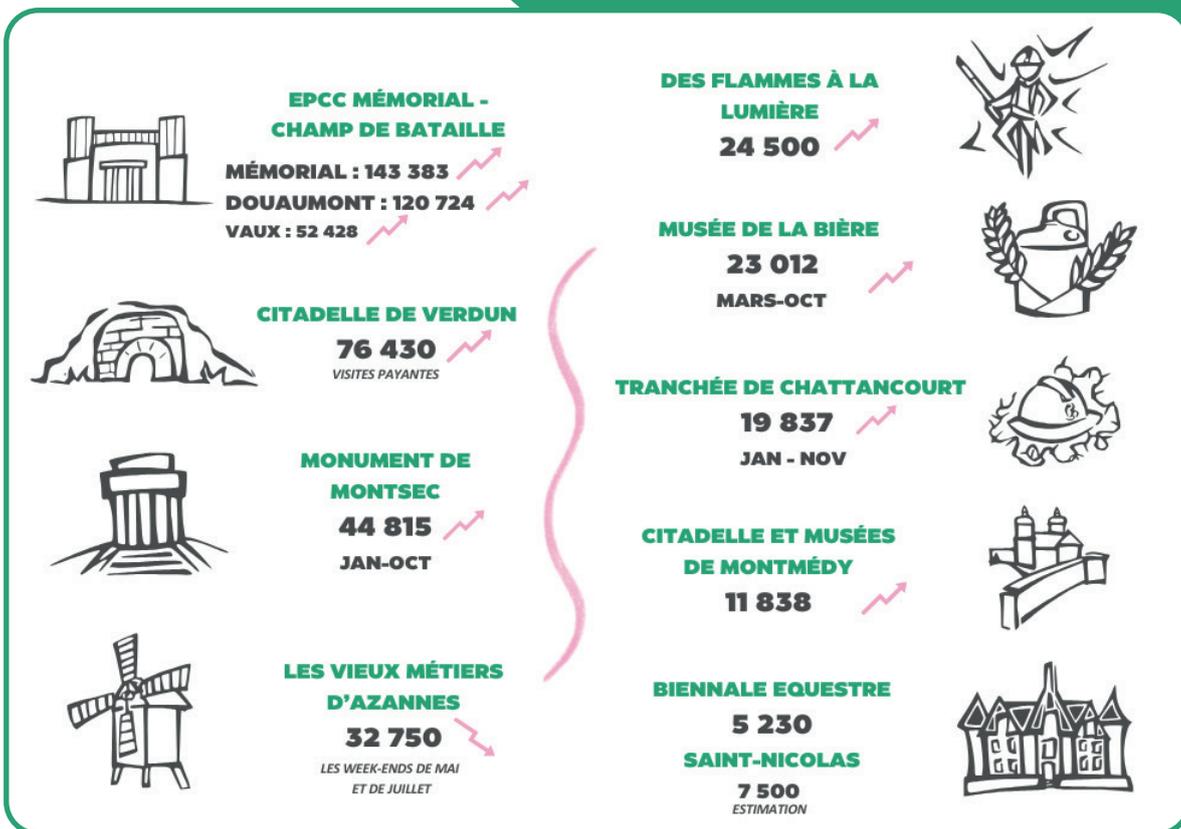
2.1
Nuitées !
C'est la durée moyenne d'un séjour en Meuse en 2024.
Toutes provenances confondues



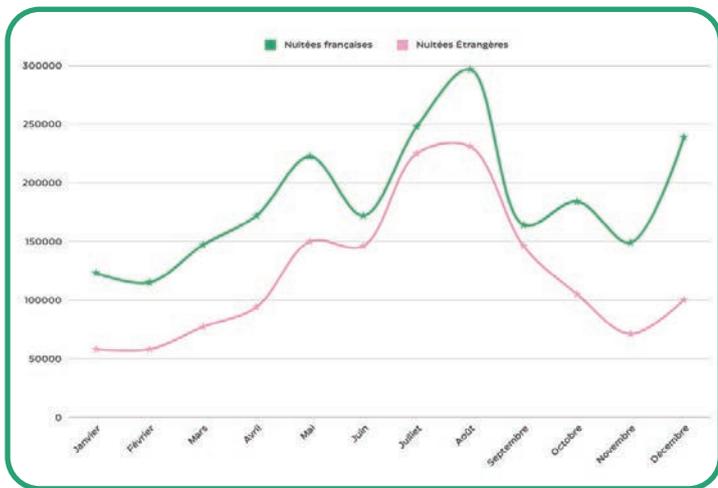
PRINCIPAUX PAYS ÉTRANGERS ÉMETTEURS - 2024



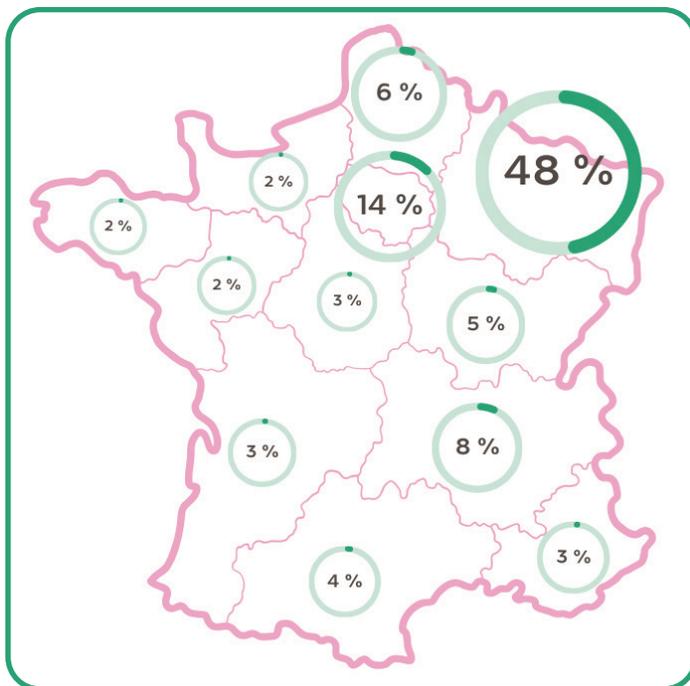
ATTRACTIVITÉ DES ÉVÈNEMENTS ET SITES TOURISTIQUES



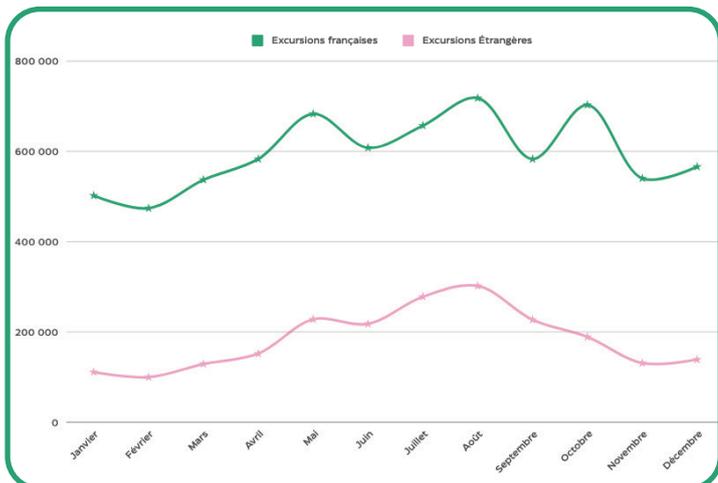
FRÉQUENTATION EN NUITÉES - 2024



POIDS DES RÉGIONS FRANÇAISES EN NUITÉES 2024



FRÉQUENTATION EN EXCURSIONS - 2024



(Source Orange FluxVision : nuitées marchandes et non marchandes confondues)

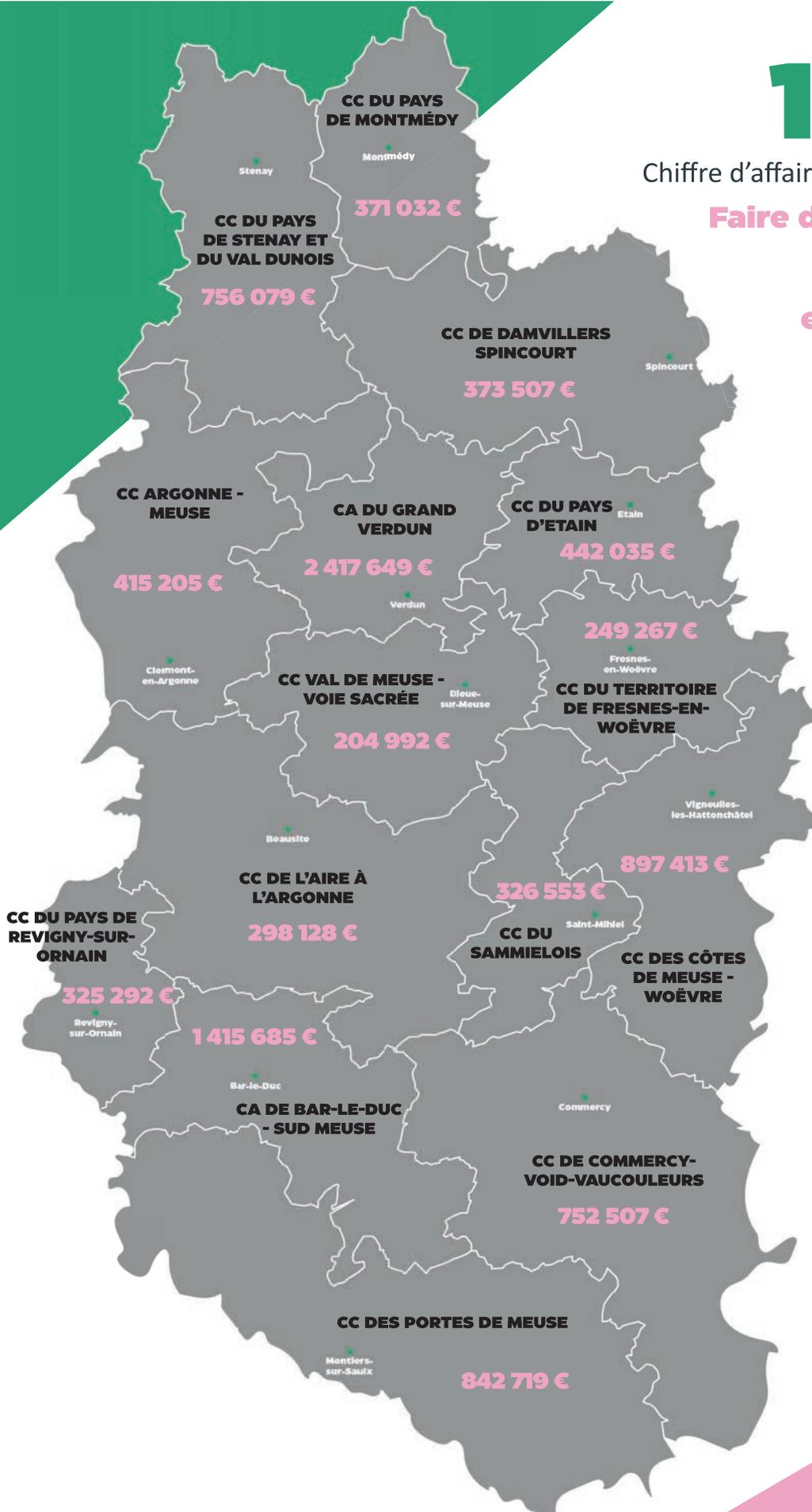
CHIFFRE D'AFFAIRES GÉNÉRÉ EN 2024 PAR ZONES

Ces estimations concernent uniquement les meublés de tourisme présents sur Airbnb et Vrbo (Source AirDNA)

10 M€

Chiffre d'affaires global pour la Meuse

**Faire de chaque visiteur
un moteur pour
l'économie locale
et le rayonnement
du territoire !**



UNE OFFRE TOURISTIQUE DURABLE

LA MEUSE, UNE FORCE DE LA NATURE

Forêts, rivières, plaines, collines, lacs et étangs font de la Meuse un territoire riche en espaces naturels, véritables piliers de son attractivité touristique. Ici, le tourisme devient une expérience immersive écoresponsable : parcourir ses sentiers à vélo, explorer ses forêts à pied ou découvrir ses paysages au rythme du « slow tourisme ». En valorisant la connexion à la nature et l'authenticité du patrimoine, la Meuse invite à vivre des moments uniques, alliant découverte, sérénité et respect de l'environnement.



STRUCTURER ET ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION

DÉVELOPPER LA MEUSE À VÉLO ET LE TOURISME ÉCORESPONSABLE

- Comment favoriser le développement des mobilités douces à vocation touristique sur l'ensemble de la Meuse contribuant à l'enjeu national 2030 de faire de la France la première destination mondiale du vélotourisme ?
- Comment répondre aux enjeux de sobriété de la filière tourisme ?

FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES INNOVANTES EN MEUSE

- Comment se servir d'innovations pour enrichir l'expérience visiteurs et développer la notoriété de la destination ?

DÉVELOPPER LA MEUSE À VÉLO ET LE TOURISME ÉCORESPONSABLE

UNE DYNAMIQUE, 2 PROBLÉMATIQUES :

- Comment favoriser le développement des mobilités douces à vocation touristique sur l'ensemble de la Meuse contribuant à l'enjeu national 2030 de faire de la France la première destination mondiale du vélotourisme ?
- Comment répondre aux enjeux de sobriété de la filière tourisme ?

SOLUTION APPORTÉE PAR MEUSE ATTRACTIVITÉ :

Meuse Attractivité a engagé une stratégie globale qui conforte le positionnement de la Meuse dans la filière vélo, la mise en avant d'activités touristiques décarbonées et l'accompagnement de solutions innovantes pour développer durablement le territoire.

RÉSULTATS :

La Meuse, chef de file du Slow tourisme

Meuse Attractivité a été désignée chef de file du projet européen "Slowtourisme en Grande Région", lancé le 2 avril 2024 dans le cadre d'Interreg VI. Ce projet ambitieux vise, d'ici quatre ans, à créer une destination vélotouristique transfrontalière de qualité, reliant Liège à Verdun grâce à des itinéraires cohérents. Cette initiative s'inscrit dans la continuité du colloque vélo de 2022, co-organisé avec l'Office de Tourisme Monts et Vallées de Meuse, qui avait sensibilisé collectivités et acteurs du tourisme au maillage en points-nœuds.

Au coeur du cyclotourisme de demain

Dans la continuité du projet Interreg et dans une démarche similaire, Meuse Attractivité a posé les jalons de la réflexion sur le développement des itinéraires cyclables. En co-pilotant avec l'ADT Ardennes l'itinéraire "La Meuse à vélo" (EuroVelo 19) à travers les actions du Comité d'Itinéraire, l'agence contribue également à la structuration des itinéraires V52 (canal de la Marne au Rhin) et V56 (reliant les lacs de Madine, Der et forêt d'Orient). Avec ses 96 kilomètres de voie, la Meuse est le 2^e département le plus longuement traversé par la véloroute V52 (Paris-Strasbourg), qui passe notamment par Bar-le-Duc. 74 % de cet itinéraire est déjà praticable.

Faire de la Meuse une terre d'innovation

Meuse Attractivité s'affirme comme un acteur clé de l'innovation en ayant été sélectionnée par Atout France dans le cadre de l'AMI 2024 « Innovation et expérimentation touristique ». Lauréate de ce programme, l'agence a accompagné trois start-ups, avec une phase de cadrage menée au second semestre 2024 pour un déploiement prévu des expérimentations dès 2025 sur le territoire. Parmi ces initiatives, un dispositif intelligent réduisant la consommation d'eau des douches d'hôtel de 30 %, tout en enrichissant l'expérience des voyageurs grâce à une approche ludique et pédagogique autour de l'écologie.



INTERVIEW

À QUELLE PROBLÉMATIQUE MEUSE ATTRACTIVITÉ A PERMIS D'APPORTER UNE RÉPONSE À LA CODECOM VAL DE MEUSE - VOIE SACRÉE ?

La Communauté de Communes Val de Meuse - Voie Sacrée (CC VMVS) a bien compris l'importance du développement de la mobilité douce sur son territoire. Bien que la création en cours de la Vélo route voie verte soit un maillon essentiel du schéma cyclable, elle ne suffit pas à répondre aux besoins de déplacements domicile-travail, domicile-collège, domicile-activités économiques et domicile-loisirs. Il est également crucial de diriger les nombreux cyclo-touristes qui traversent notre Communauté de Communes le long de la Meuse à Vélo vers les autres villages, leurs sites naturels, leurs acteurs touristiques et leur patrimoine.

PENSEZ-VOUS QUE VOUS AURIEZ SAISI L'OPPORTUNITÉ DE PRENDRE PART AU PROJET INTERREG SANS L'APPORT DE MEUSE ATTRACTIVITÉ ?

Quand Meuse Attractivité nous a proposé de rejoindre le projet Interreg Slowtourisme, nous y avons vu l'opportunité de répondre à ce besoin de maillage intercommunal, pour lequel nous n'avions pas de solution. Nous avons accepté avec soulagement que Meuse Attractivité prenne la direction de ce projet ambitieux, nos agents n'ayant ni la compétence, ni le professionnalisme, ni la rigueur nécessaires pour mener à bien les nombreuses réunions, rassembler les énergies, réaliser les études et motiver les troupes.

“Ce vaste chantier est en bonne voie, et nous travaillerons tous ensemble à sa réussite, guidés par une volonté commune de développer le slowtourisme en Grande Région.”



Frédérique SERRÉ,
Vice-Présidente de la Codecom Val de Meuse - Voie Sacrée



FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES INNOVANTES EN MEUSE

PROBLÉMATIQUE :

Capitaliser sur l'innovation pour enrichir l'expérience des visiteurs potentiels ou des prescripteurs, renforcer la notoriété de la destination.

SOLUTION APPORTÉE PAR MEUSE ATTRACTIVITÉ :

Meuse Attractivité a expérimenté en mai 2024 l'idée de s'appuyer sur un partenariat influenceur pour tester un concept insolite : Banana Road®. C'est un jeu d'aventure original fondé par Anthony VALERIO, alias @monsieurbanane qui permet à l'un de ses abonnés de vivre une expérience hors du commun dans une destination qui lui est inconnue en France ou à l'étranger.

Cette chasse au trésor géante en Meuse a intégré Meuse Rider, notre jeu en réalité virtuelle, offrant une immersion unique dans le territoire. Cette initiative innovante a permis de promouvoir la Meuse auprès d'un public cible, passionné d'aventures outdoor, bien au delà des frontières du département.

RÉSULTATS :

+ 15

retombées presse

10

événements partenaires majeurs

161

téléchargements

+ 60 000

personnes touchées sur les réseaux sociaux



6.5 M de vues



INTERVIEW

POUVEZ-VOUS REVENIR SUR VOTRE EXPÉRIENCE EN MEUSE ?

Mon expérience en Meuse a été extrêmement enrichissante. J'ai découvert des aspects insoupçonnés de son environnement, de sa culture et de son patrimoine. À travers diverses activités, tant sportives que culturelles, j'ai réalisé que la Meuse a beaucoup à offrir, bien au-delà du cliché des champs de bataille. En canoë, à vélo ou en randonnée, j'ai pris plaisir à explorer ce département et à apprécier ses multiples richesses.

EST-CE QUE MEUSE RIDER ÉTAIT CONFORME À VOTRE DÉCOUVERTE DE LA MEUSE ?

Meuse Rider a été ma première expérience en réalité virtuelle, et je ne savais pas trop à quoi m'attendre. J'ai été agréablement surpris par la rapidité et la simplicité de la prise en main. J'ai particulièrement apprécié redécouvrir des lieux familiers sous un nouvel angle, tout en explorant de nouveaux endroits.

PROJETEZ-VOUS DE REVENIR EN MEUSE ?

Revenir en Meuse n'est pas une option, mais une certitude. Je suis tombé sous le charme de Verdun et de Bar-le-Duc, ainsi que du lac de Madine. Il reste encore beaucoup de choses que j'aimerais découvrir, et je serais ravi de redescendre la Meuse en canoë. Les Meusiens sont accueillants, ce qui rend le retour encore plus attrayant.



Anthony VALERIO / M. BANANE,
Influenceur et créateur de Banana Road.



JUSTE EN MEUSE



FAIRE CONNAÎTRE

LES ACTIONS

MÉDIA - INFLUENCE

LA MARQUE TERRITORIALE AU SERVICE DE L'ATTRACTIVITÉ

Pour accroître la visibilité de la marque "La Meuse !" sur les réseaux sociaux, des GIFs ont été créés et publiés sur GIPHY. Ce format dynamique, mobile-friendly et multi-plateforme s'intègre facilement aux stories, reels et vidéos sur Instagram, Facebook et TikTok. Plus léger qu'une vidéo, il capte rapidement l'attention et favorise la viralité, attirant ainsi une audience plus jeune.

LES 6 GIFS PUBLIÉS ONT ÉTÉ VUS 347 700 FOIS.



ACCOMPAGNER LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE

CAMPAGNES MARKETING SUR MESURE

En 2024, l'agence a déployé en lien avec les porteurs de projet des campagnes marketing "sur mesure" pour développer la notoriété des événements incontournables ainsi que celle des activités de loisirs en Meuse visant à prolonger la durée de séjour.

17 campagnes ont ainsi été pilotées par Meuse Attractivité tout au long de l'année :

- Mise en avant des événements d'envergure : In Vino Visitas, Village des Vieux Métiers d'Azannes, Festival Bar en Voix, Des Flammes à la Lumière, Grand Festival, Watts à Bar, Biennale équestre. Ces temps forts constituent des leviers stratégiques pour promouvoir le territoire et en faire une destination incontournable le temps d'un séjour.
- Valorisation des micro-expériences : canoë, train touristique, montgolfière, location de bateau ou de trottinette. Ces activités immersives répondent à une demande croissante d'expériences authentiques et proches de la nature, créant des souvenirs mémorables en famille ou entre amis.
- Développement des séjours thématiques : proposés en intersaison, ces séjours, tels que des escapades en famille, permettent de prolonger l'activité touristique tout en fidélisant les visiteurs et en atténuant la saisonnalité.

La thématique du spectacle vivant et des expériences immersives, retenue pour ces campagnes, permet de maximiser le taux d'engagement des publics sur les réseaux.

Au fil de ces campagnes, un client-type, très engagé et intentionniste, se dessine pour les événementiels meusiens :

Homme | 45 ans et + | Île-de-France et Wallonie



97

publicités ont ainsi été diffusées sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram).

RÉSULTATS :

821 212

impressions cumulées générées par les campagnes

155 981

clics vers le site lameuse.fr

6 853

réactions

Meuse Attractivité
Publié par Antoine Bzd
25 novembre 2024

Offrez la Meuse !
Trouvez la carte cadeau qu'il vous faut en quelques clics !

LAMEUSE.FR
Offrez la Meuse
Découvrir maintenant

Acheter

283 41

CRÉER DE LA VISIBILITÉ AUPRÈS DE NOS CIBLES

ACCUEIL DE 2 INFLUENCEURS :

LÉON LE DARON

Camille & Thomas (le duo derrière Léon le daron) partagent depuis près de 5 ans leur vie nomade et inspirante à bord de leur maison roulante. Photographes et blogueurs, ils capturent âmes, émotions et aventures à travers un slow travel mêlant passions, créativité et lifestyle, pour inspirer ceux en quête d'évasion et d'authenticité.

OBJECTIF DE CET ACCUEIL :

En mai 2024, Meuse Attractivité a misé sur une stratégie d'influence pour promouvoir un nouveau produit touristique en arrière saison : la Meuse souterraine. Camille et Thomas, du blog Léon le daron, ont été invités à tester cette expérience en avant-première du 17 au 21 mars 2024. Leur séjour a généré une forte visibilité dès son lancement grâce à un reel Instagram et un article dédié sur leur blog, offrant une mise en lumière immédiate.

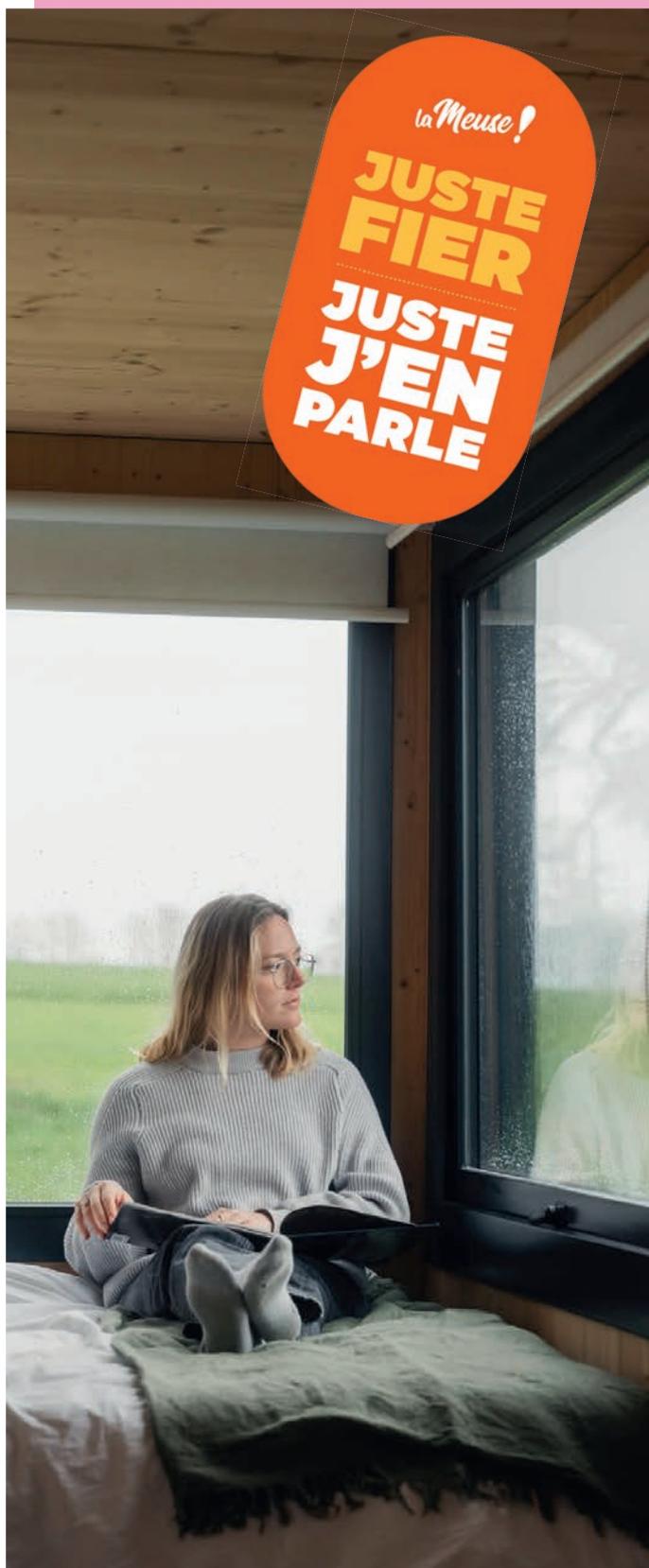
À l'issue de cette aventure, la nouvelle proposition de séjour a été validée et sera mise en ligne pour la saison touristique de 2025.

Aperçu du programme d'accueil :

- **JOUR 1** : Arrivée en Meuse et déconnexion immédiate avec une nuitée en pleine nature à la Tiny House (Parcel) à la ferme de la Vallée à Rarécourt.
- **JOUR 2** : Butte de Vauquois, citadelle souterraine et pleurotes de Verdun.
- **JOUR 3** : Visite de l'Andra et de la carrière souterraine de Rival.
- **JOUR 4** : Découverte de la grotte de la Falouse, du fort de Douaumont, de la citadelle de Montmédy et des caves de Marville.

RÉSULTATS :

- Au total, cette stratégie de communication a touché 195 500 utilisateurs grâce à une synergie efficace entre les canaux de l'influenceur et ceux de Meuse Attractivité.



MATISTOR

Matistor est un humoriste digital connu pour ses sketches décalés et son humour percutant, captivant une audience fidèle et grandissante.

Meuse Attractivité a su saisir l'opportunité d'une vidéo humoristique publiée par Matistor le 5 juillet 2023, mentionnant la Meuse, pour l'inviter à découvrir le territoire. Après une première visite du 15 au 17 septembre 2023, l'humoriste est revenu du 27 au 30 juin 2024 pour compléter son exploration.

Au programme : balades en trottinette et bateau, montgolfière, nuits insolites, rencontres locales, et découvertes incontournables comme Verdun, Stenay et le musée de la bière.

RÉSULTATS :

- La campagne a réalisé une performance remarquable touchant 1,11 million d'utilisateurs, avec 1,09 million de vues générées par les vidéos de Matistor sur Instagram et TikTok, et 20 000 utilisateurs atteints via les supports de Meuse Attractivité.

CETTE OPÉRATION A PERMIS :

- Au travers d'une collaboration spontanée et créative sans coût additionnel de capitaliser sur un propos humoristique pour en faire un levier de promotion pour valoriser le territoire vers une audience d'envergure.



1 M de vues

INVESTIR DANS LES RELATIONS PRESSE

SE RENDRE VISIBLE

• Meuse Attractivité renforce la promotion du territoire en allant à la rencontre des journalistes. Lors du workshop "Partir en France" en janvier, l'équipe a rencontré 42 journalistes et 6 créateurs de contenus sur une journée et demie. Cette initiative a également permis d'organiser 11 accueils en reportage pour faire découvrir la Meuse sur les marchés français, belge et néerlandais, sous les thématiques de la nature, des activités outdoor, du patrimoine culturel et des saveurs.



• Accompagnement/soutien et conseil en Relations Presse et Communication de partenaires meusiens :

- ▶ PETR Cœur de Lorraine,
- ▶ OT Bar-le-Duc Sud Meuse,
- ▶ Parcours Vitrail,
- ▶ In Vino Visitas,
- ▶ Festival Bar En Voix,
- ▶ Expressions 55,
- ▶ OT Grand Verdun.

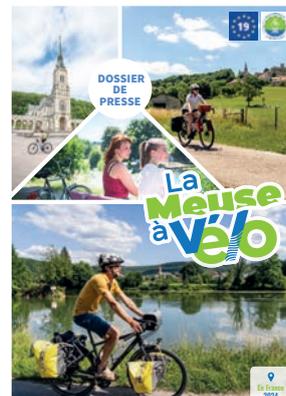


PROMOUVOIR NOS OFFRES

Diffusion ciblée jusqu'à 900 contacts qualifiés pour promouvoir la destination, avec 4 dossiers de presse :

- Dossier de presse général saison 2024
- La Meuse à vélo
- Meuse Rider
- Slowtourisme

Tous disponibles sur l'espace professionnel du site : www.lameuse.fr



RETOMBÉES PRESSES

Une progression remarquable des retombées presse en 2024 :

106

parutions dans la presse

marquant une progression significative par rapport aux 73 parutions en 2023 et aux 44 en 2022.

• Exemples de titres : Ouest France, Europe 2, Magazine Lorraine Ici, L'Est Républicain...







LES ACTIONS NUMÉRIQUES

SITE INTERNET LAMEUSE.FR

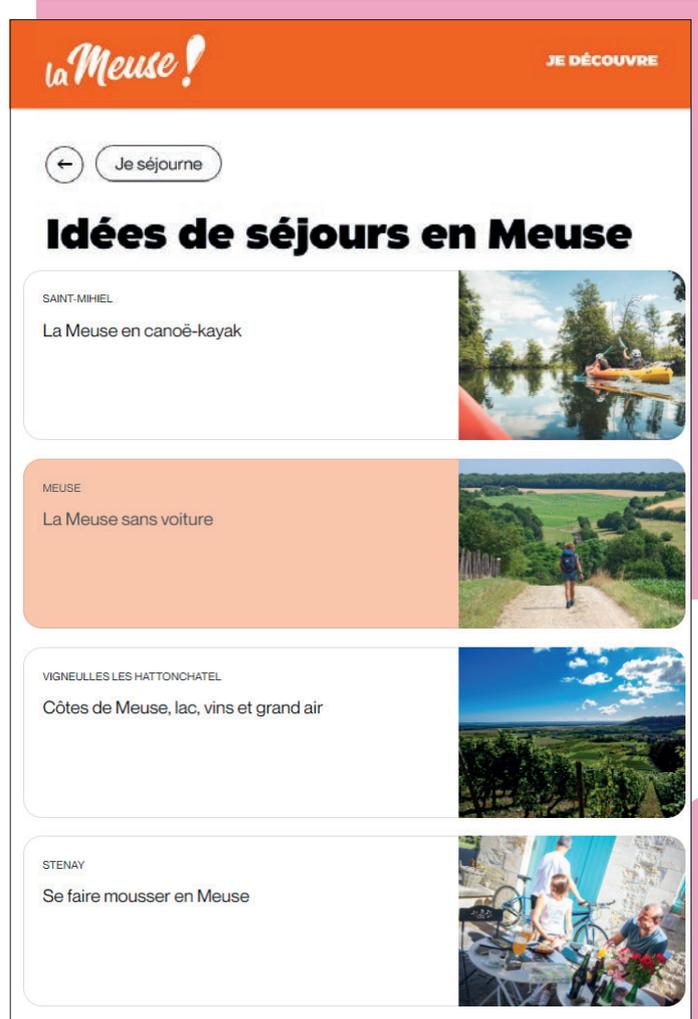
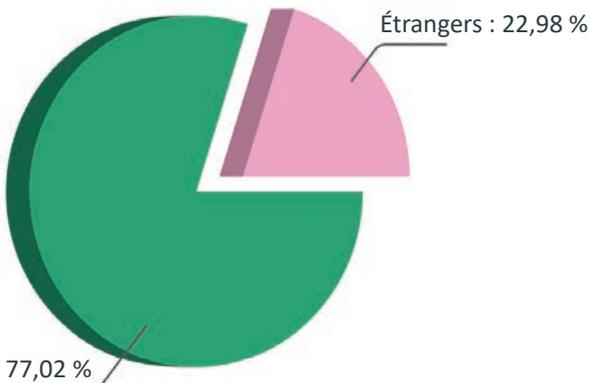
UNE STRATÉGIE D'AMÉLIORATION CONTINUE :

Le site lameuse.fr évolue constamment grâce à l'ajout de nouveaux contenus et à l'optimisation du référencement naturel. Plusieurs projets stratégiques sont en cours pour une mise en ligne en 2025 :

- Déploiement de versions étrangères (néerlandais, allemand, anglais) pour élargir l'audience internationale.
- Création d'une boutique de goodies "Fiertés locales" pour enrichir l'expérience utilisateur et encourager nos ambassadeurs de territoire à relayer nos messages.

Origine des visiteurs :

- Français : 77,02 % (236 472 visiteurs), majoritairement issus de l'Île-de-France, du Grand Est, des Hauts-de-France et de l'Auvergne/Rhône-Alpes.
- Étrangers : 22,98 % (70 278 visiteurs), principalement en provenance de la Belgique, du Luxembourg, des USA, de l'Allemagne, des Pays-Bas et de l'Irlande.



NEWSLETTERS TOURISME

EN 2024 : 24 NEWSLETTERS ENVOYÉES.

- 13 newsletters grand public qui présente des nouveautés touristiques, des événements à notoriété ou d'intérêt régional :
 - ▶ 4 000 abonnés.
 - ▶ 38 % de taux d'ouverture.
 - ▶ 860 clics en moyenne.
- 11 newsletters pour les pros du tourisme :
 - ▶ Rapports mensuels du tourisme.
 - ▶ 600 destinataires.



L'été se poursuit en Meuse avec une belle programmation, des visites guidées et une nouveauté féérique !



Le village des fées à Vignot

Nouveau à Vignot près de Commercy, le Village des Fées ! Il vous propose plusieurs hébergements, soigneusement décorés, pour un séjour original : le kota, la cabane magique et la tinybulle.

NOS SUPPORTS PROMOTIONNELS

Renouvellement et mise à jour des brochures touristiques de la Meuse.

- Magazine 2024 :
 - ▶ Contenu : 55 idées pour visiter la Meuse, promotion des sites moins connus.
 - ▶ Tirage : 18 000 exemplaires.
- Carte touristique de la Meuse :
 - ▶ Tirage : 30 000 exemplaires.
- Carnet pratique Meuse : carnets d'adresses des sites et activités :
 - ▶ Tirage : 12 000 exemplaires, traduction en NL, DE et EN.
 - ▶ Diffusion : Grand Est, Offices de Tourisme, prestataires, gare Meuse TGV, sites culturels.
- Roadbook La Meuse à vélo : itinéraire de la Meuse à vélo
 - ▶ Tirage : 2 200 exemplaires.
 - ▶ Diffusion : Grand Est, Offices de Tourisme, labellisés Accueil Vélo, Pays-Bas / Fiets en Waldelbeurs.



LES ACTIONS

POUR LES SOCIO-PROS

ACCOMPAGNER LA MISE EN MARCHÉ

ELLOHA :

- 170 prestataires bénéficient de l'outil de réservation Elloha.

BILAN DE L'ANNÉE 2024 VS 2023

(Tous canaux de vente confondus)

- CA 2023 : 6 360 réservations pour 588 587 € de CA.
- CA 2024 : 7 344 réservations pour 866 679 € de CA.

+ 47.25 %

ou 278 122 €.

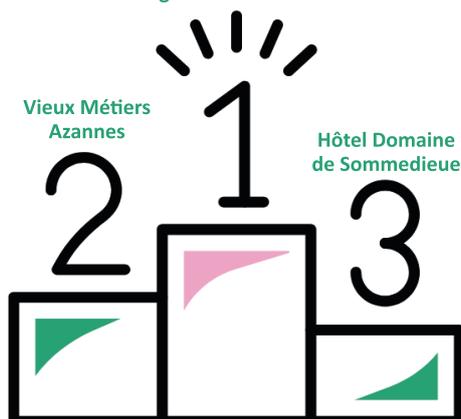
Grâce à l'arrivée d'un nouveau prestataire :

- ▶ Les Hébergements de Madine.

En 2024 cela a généré **+ 30 % sur le CA.**

TOP DES VENTES :

Hébergements Lac de Madine



EXPLORE GRAND EST :

- 130 offres meusiennes sur la plateforme.

- 276 129 € d'intentions d'achat pour les offres.
- 21 nouveaux prestataires en 2024 .
- 10 offres activités.
- 11 offres hébergements.

Les Incontournables en Meuse



SITLOR

Optimisation et dynamisation de l'offre Camping-car du territoire avec **88 prestataires** dans Sitlor.



CONCRÉTISER

DÉPLOYER LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE

ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS EN 2024

- Plus de 80 porteurs de projets, privés et publics, accompagnés à différents stades de développement
- **Secteurs d'activité** : Hôtellerie traditionnelle, campings, chambres d'hôtes, meublés de tourisme, hébergements insolites, activités touristiques, organisateurs d'événements.
- **Thématiques abordées** :
 - ▶ Besoin de données ou étude de marché.
 - ▶ Vérification de la faisabilité du projet.
 - ▶ Conseils en financement.
 - ▶ Informations juridiques.
 - ▶ Conseils.

Meuse Attractivité utilise des outils avancés pour soutenir sa stratégie de développement touristique et mesurer les actions sur des données tangibles.

- **Rapports mensuels et annuels** :
 - ▶ Envoi mensuel d'un rapport aux acteurs touristiques et économiques.
 - ▶ Élaboration d'un rapport annuel détaillé.
- **Rapports ponctuels** :
 - ▶ Fourniture de rapports spécifiques pour des collectivités telles que Verdun et l'Office de Tourisme de Coeur de Lorraine.
 - ▶ Rapport mensuel pour la SPL de Madine.

Les rapports sont utilisés pour soutenir les projets d'implantation touristique et le développement de la filière touristique en Meuse. Ils servent également à informer les collectivités et les Offices de Tourisme sur les données disponibles, aidant ainsi à mieux comprendre la dynamique territoriale et l'impact économique du tourisme.

CLASSEMENT / RECLASSEMENT :

LES CLASSÉS

- **20 nouveaux meublés de Tourisme** dont 1 meublé en 5* :
 - ▶ Gîte de la Martinerie à Mangiennes 5* et 5 clés.

LES RECLASSÉS

- **21** reclassement meublés de Tourisme.
- **2** reclassement campings.
- **2** reclassement hôtels.

ACCUEIL VÉLO

- **39** hébergements labellisés Accueil vélo. (Refonte des grilles référentielles par France Vélo Tourisme depuis janvier 2024).

LE LABEL QUALITÉ MEUSE

- **2** Chambres d'Hôtes.
- **1** gîte de groupe.
- **1** hébergement insolite.



PROFESSIONNALISATION DES PRESTATAIRES DU TOURISME :

LES ACCOMPAGNEMENTS RÉALISÉS :

- Accompagnements sur le digital (sites web, réseaux sociaux, analytics...) :
 - ▶ Château des Monthairons.
 - ▶ Communauté de Communes Argonne Meuse.
 - ▶ Gites au logis des chouettes.
 - ▶ Mon joyeux foutoir.
 - ▶ Gites de Saint-Maurice.
 - ▶ Domaine de Sommedieue.
 - ▶ Gîte la Martinerie.

ATELIERS ET FORMATIONS AUX OFFICES DE TOURISME :

- **Les accompagnements réalisés** :
 - ▶ Office de Tourisme Monts et Vallées de Meuse.
 - ▶ Office de Tourisme Intercommunal du Pays d'Argonne.
 - ▶ Office de Tourisme Coeur de Lorraine.

GROUPES DE TRAVAIL DES OFFICES DE TOURISME

En 2024, plusieurs initiatives ont été prises pour renforcer la qualité et la coordination des Offices de Tourisme en Meuse :

- Réunion référent Qualité Accueil Vélo : avancement des travaux de mise à jour de la marque nationale Accueil Vélo.
- Observatoire du tourisme : incitation à utiliser davantage la donnée dans la stratégie touristique.
- Sites de mémoire : coordination et synergies des opérateurs en faveur du tourisme de mémoire.
- Organismes d'événements de l'Agglo Meuse Grand Sud : dynamisation et valorisation des programmes.

LES ACTIONS ÉCONOMIE



CONJONCTURE ET ENTREPRISES EN 2024

La désinflation amorcée fin 2023 n'a pas eu les effets escomptés et la tendance baissière de l'activité économique s'est malheureusement confirmée. Aujourd'hui, on s'interroge non seulement sur la durée de cette crise mais également sur l'ampleur des dégâts qu'elle causera.

Comme c'est le cas au plan national, certaines entreprises meusiennes ont mis en veille ou abandonné certains projets d'investissements. Quelques secteurs du territoire sont même plus sévèrement touchés par cette nouvelle déferlante puisque la fermeture de sites est annoncée (Bonduelle, Stenpa, Auchan) et d'autres s'organisent et se renouvellent grâce à la pugnacité de leurs salariés organisés en scop (La Meusienne, Bergère de France).

Si près de 600 personnes seront malheureusement disponibles à l'embauche prochainement, il n'en reste pas moins que le monde de l'industrie est toujours en tension sur de nombreux métiers ce qui peut paraître, aujourd'hui, paradoxal. L'absence de main-d'œuvre qualifiée reste encore un frein au maintien ou au développement de l'activité économique.

Néanmoins, la morosité ambiante ne doit pas faire oublier que la Meuse est aussi une terre d'entrepreneurs où certains continuent d'oser et investissent sur le long terme (Hutin, Daimler Buses France...).



CHIFFRES CLÉS :

NOMBRE D'ENTREPRISES VISITÉES

80

BASE FONCIÈRE ET IMMOBILIÈRE

3
sites pour un total de
20 ha

33
immeubles
dont :

16
à vocation industrielle,
technique, commerciale

8
à vocation
touristique

9
espaces coworking/
pépinière d'entreprises/
bureaux

OFFRES FONCIÈRES ET IMMOBILIÈRES

6
projets traités
dans le cadre de la
collaboration avec
Invest Eastern France

4
projets d'entreprises
suivis

2
projets de collectivités
suivis

13
sites proposés

26 700 000 €
d'investissements
réalisés

13 200 000 €
d'investissements
décidés



DES SUJETS

SUR MESURE !

POUR LES ENTREPRISES



- Soutenir l'entrepreneuriat et les entreprises locales.



- Accompagner les entreprises à chaque étape, de leur création à leur développement ou transformation. Faciliter l'accès aux ressources financières, techniques et humaines essentielles.



- Offrir des conseils et services de communication, de mentorat et de mise en réseau, permettant ainsi aux entrepreneurs de maximiser leur potentiel et de prospérer dans un environnement compétitif.

En 2024, Meuse Attractivité a initié plusieurs actions en faveur des responsables de sites et ressources humaines :

Lean manufacturing et management :

Intervention d'Axel PARKHOUSE, Président du groupe Arthur Hunt, sur le lean manufacturing et lean management lors d'un petit déjeuner.

Soutien et interventions variées :

Mobilisation d'intervenants sur divers sujets : équi-coaching, préparation des militaires à la reconversion civile, services de l'APEC, prévention du décrochage scolaire, désinsertion professionnelle, contrôles des arrêts de travail, maintien à l'emploi, et accès au logement des salariés.

Présentation de solutions innovantes :

Présentation de la plateforme compétences & métiers de l'agence et de l'outil de prospection Waalaxy lié à LinkedIn pour la recherche de nouveaux talents et clients.

ORGANISATION DE TROIS ATELIERS PRATIQUES SUR :

- Le resserrement du lien école/entreprise.
- La rédaction innovante des offres d'emploi.
- Le rapprochement des marques territoriales et employeurs.

PARTICIPATION DE 32 ENTREPRISES AUX INITIATIVES DE L'AGENCE.

- Cinq entreprises (Daimler Buses France, la Base Aérienne d'Étain, Berthold, et Hutin) ont ouvert leurs portes pour ces rencontres.

- Les intervenants incluaient Les Ecuries de Jeand'Heurs, Independence Way, Défense Mobilité, APEC, Ass° C'Possible, CPAM, Cap Emploi, Action Logement et Golden Bees.



POUR LES EPCI

-  • Soutenir les collectivités dans leurs missions de développement économique.
-  • Faciliter l'accès à des ressources cruciales et encourager la coopération.
-  • Favoriser un environnement propice à l'innovation et à un développement durable.

Dans le cadre des Matinales du Dév' Éco, Meuse Attractivité a réuni les agents de développement économique des structures intercommunales autour de thématiques essentielles :

- Comprendre le modèle économique d'une entreprise.
- L'économie sociale et solidaire comme vecteur d'emplois.
- Construire une offre pour répondre aux demandes d'implantation des entreprises.

Ces sessions ont permis aux participants d'approfondir leurs connaissances et de partager des expériences inspirantes.

Les interventions ont été assurées par des experts reconnus tels que Thibaut VAUTRIN, expert-comptable associé chez YZICO, et Evelyne FAUQUENOT, directrice du Centre Socio-culturel de Stenay.



POUR L'ENSEMBLE DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Grâce à un travail commun de la Banque de France, de l'URSSAF, de la MSA et de la DGFIP, entreprises et collectivités ont pu bénéficier d'une présentation des données conjoncturelles des principaux pans de l'économie départementale à savoir : l'industrie, l'agriculture, le commerce, les services... Mais également du secteur public.

Enfin, dans le cadre du partenariat avec Le Village by CA Lorraine il a été proposé une rencontre avec des startups (SYSLOR, StockFace, RSight® et Curionomie) dont les solutions innovantes pourraient servir au développement du territoire qu'il s'agisse du domaine des travaux publics, de la logistique, de gestion des Ressources Humaines ou du tourisme.



DES OUTILS AU SERVICE DE NOS ENTREPRISES :

PROBLÉMATIQUE :

Des métiers en tension et une main d'oeuvre non qualifiée voire inexistante sur le territoire.

SOLUTION APPORTÉE PAR MEUSE ATTRACTIVITÉ :

Création d'une plateforme passerelle compétences & métiers, mise en place de campagnes marketing métiers ainsi qu'une campagne de communication

RÉSULTAT :

La nouvelle plateforme « Passerelle compétences & métiers » de Meuse Attractivité facilite la recherche de nouveaux talents pour les entreprises en centralisant les offres d'emploi en particulier sur les métiers en tension. Elle permet aux employeurs d'identifier et de recruter facilement des candidats qualifiés.

Centraliser les informations :

- Offres d'emploi.
- Formation.
- Actualités du domaine de l'emploi.
- Focus sur les métiers en tension en Meuse.

Valorisation des filières et du territoire :

- Approche dynamique selon les codes de la marque territoriale de la Meuse.
- Mise en avant des filières qui recrutent.
- Promotion de la Meuse au centre de la région Grand Est (à 1 heure de TGV entre Paris et Strasbourg).

Opérations séduction et recrutement :

- Campagnes métiers ciblées sur les métiers en tension.
- Utilisation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram et TikTok).
- Emploi des moteurs de recherche pour capter des talents.

Visibilité et ciblage :

- Donner de la visibilité à la Meuse.
- Cibler efficacement les compétences recherchées.

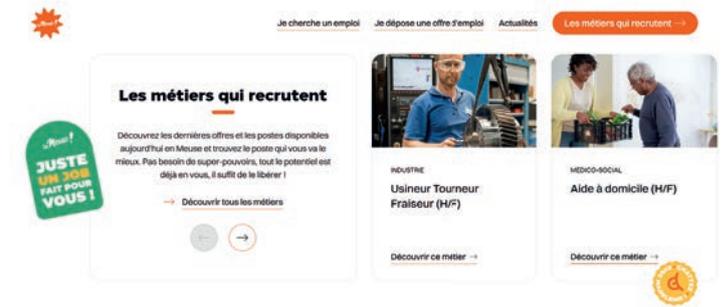
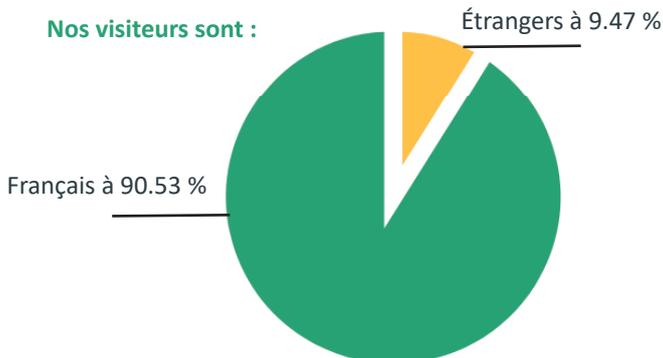
Rapprochement école-entreprise :

- Permettre aux jeunes de découvrir divers métiers et secteurs d'activité.
- Développer leurs connaissances sur le monde professionnel.
- Élargir leurs horizons et leur perception du marché du travail.

89 OFFRES ONT ÉTÉ DÉPOSÉES

- 8 222 visites
- 22 330 pages vues
- 3.22 pages vues par visite

Nos visiteurs sont :



TÉMOIGNAGE



M. Christophe MARCHAND,
Dirigeant de l'entreprise NOWAK

“ Contribuer à la campagne marketing sur les métiers a été un très bon investissement pour mon entreprise. Le coût par rapport au nombre de candidatures reçues est amorti. En nombre de candidatures reçues et de CV qualifiés le retour est de 25 % ce qui est très bien ! ”

CAMPAGNE "LA MEUSE RECRUTE"

4 publicités ont été diffusées sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram).

RÉSULTATS DES CAMPAGNES MÉTIERS :

796

candidats

72

CV qualifiés

RÉGIONS CIBLÉES :

Ile-de-France, Hauts-de-France, Grand Est

LA MEUSE RECRUTE

DES TECHNICIENS DE MAINTENANCE

DES CHAUFFEURS ROUTIERS

Contrisson, Velaines, Revigny-Sur-Ornain

CDI

emploi.lameuse.fr

CAMPAGNES D'EMAILING

Kit de communication créé comprenant des affiches, stickers, communiqués diffusé largement en novembre pour inviter à faire connaître la plateforme emploi.lameuse.fr auprès du grand public via les collectivités :

- **234 contacts** (collectivités) : mairies, codecom, sites accueillant des meusiens.
 - ▶ Kit de communication à disposition : [ICI](#)
- **114 contacts** (scolaires) : via établissements collèges, lycées et centres de formations en Meuse.
 - ▶ Kit Découverte des métiers : [ICI](#)

DIFFUSION DE SACS À PAIN

Diffusion à partir du 27 novembre, sur 2 semaines, jusqu'à épuisement des stocks : 70 000 sachets dans 140 boulangeries de Meuse et zones limitrophes.



FAIS TA PLACE EN MEUSE !

emploi.lameuse.fr

- ICI, tu peux t'orienter
- ICI, choisis ta formation
- ICI, tu vois les métiers qui recrutent
- ICI, trouve **TON JOB !**

la Meuse!

BTP - BÂTIMENT

COMMERCE ET SERVICE

HÔTELLERIE - RESTAURATION

INDUSTRIE

SANITAIRE ET SOCIAL

JUSTE DES IDÉES POUR MIEUX T'ORIENTER

INNOVATION ÉNERGÉTIQUE

PROBLÉMATIQUE :

L'énergie est une préoccupation croissante :

- Risques liés à la dépendance énergétique.
- Instabilité des prix.
- Nécessité de décarboner.
- Réponse obligatoire aux exigences de la loi ENR.

SOLUTION APPORTÉE PAR MEUSE ATTRACTIVITÉ :

Pour répondre au moins partiellement à ces quatre problématiques, qui concernent non seulement les entreprises mais aussi les collectivités, Meuse Attractivité a spontanément initié une réflexion sur la création de boucles d'autoconsommation collective.

Une boucle d'autoconsommation collective réunit des acteurs, privés et/ou publics, qui décident de produire et/ou consommer de l'énergie dans un périmètre défini réglementairement. Les projets actuellement en cours dans le département incluent l'installation de panneaux photovoltaïques, qu'ils soient sur toiture, en ombrière ou au sol.

RÉSULTAT :

En 2024, deux territoires ont adopté des approches distinctes pour l'autoconsommation collective :

Projet du Sammiellois :

- Objectif : Création d'une boucle d'autoconsommation à partir de la zone d'activité Pierson.
- Initiative : Utilisation de la toiture d'un bâtiment de 10 000 m² appartenant à la codecom.
- Partenaires : Entreprises de la Zone Pierson et communes membres de l'EPCI.
- Actions : Plusieurs réunions techniques avec E'nergys Solutions, Lorrup, Enedis et Climaxion.
- Contributions : Pierre Ploner, Maire de Dun-sur-Meuse, a partagé son expérience.

Projet de la Communauté d'Agglomération du Grand Verdun :

- Objectif : Création d'une boucle d'autoconsommation sur la zone de Tavannes.
- Initiative : Proposée à des entreprises locales, avec 13 acteurs économiques impliqués.
- Actions : Phase d'information similaire à celle du Sammiellois.
- Partenaires : Communauté d'Agglomération propriétaire de bâtiments intégrée au projet.
- Fédérations : Collaboration entre acteurs divers (industrie, tourisme, ESS, transport, commerce).

ÉTAPE ACTUELLE :

Sammiellois et Grand Verdun : Démarches engagées pour le lancement d'une étude technique visant à déterminer la viabilité des projets.





NOS ACTIONS PRESSE

APERÇU DES RETOMBÉES

Stratégies et actions :

- Relations presse : diffusion de 7 communiqués de presse donnant lieu à 96 parutions en 2024 contre 40 en 2023 et 34 en 2022.

Diversité des médias:

- Presse Quotidienne Régionale : L'Est Républicain, les Tablettes Lorraines, le Journal des Entreprises.
- Radio et TV : France 3, Puissance TV, Meuse FM, France Bleu, Europe 2, France Inter.
- Presse nationale : AFP, actu.fr, lagazettefrance.fr, Stratégies.

LES TABLETTES LORRAINES

- Le Village by CA et Meuse Attractivité renforcent l'innovation locale en milieu rural : [Lire l'article](#)
- Avec la plateforme emploi.lameuse.fr, Meuse Attractivité veut faciliter la recherche d'emploi : [Lire l'article](#)
- Une double consécration pour Meuse Attractivité aux trophées de la communication 2024 : [Lire l'article](#)



96

parutions en 2024

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

- [Lire l'article](#)



REVUE ESPACES

- [Lire l'article](#)



EN MEUSE, il y a les champs et les possibles grâce à une marque (employeur) forte



Informers les acteurs de l'économie meusienne des actualités et opportunités. Favoriser la synergie et la collaboration, mettre en avant les réussites.

- Diffusion semestrielle
- Audience : Environ 300 abonnés (entreprises suivies et décideurs)
- Contenu :
 - ▶ Portrait d'entreprises.
 - ▶ Nouveautés.
 - ▶ Interviews.
 - ▶ Actualités de l'agence.
 - ▶ Actualités des partenaires sur le sujet de l'emploi.

PORTRAITS D'ENTREPRISES



HUOT, la référence incontournable de l'adduction d'eau

L'entreprise doublement centenaire basée à **Saint-Mihiel** emploie 155 personnes. En croissance, la PME reconnue pour sa qualité investit dans son usine et travaille activement à verdir son activité.

[En savoir +](#)



TSM Laquage, ascension programmée

La PME lancée fin 2019 est installée sur le pôle économique de **Chavoncourt**. Elle propose différents traitements de thermolaquage aux professionnels de la métallerie, serrurerie et chaudronnerie, et envisage un nouveau développement important dans deux ans.

[En savoir +](#)

Plateforme emploi.lameuse.fr



Vous recrutez ?

Pensez à saisir votre offre d'emploi sur la plateforme, elle sera ainsi mise en avant. Vous avez une actualité à partager ? Envoyez-nous toutes vos infos et elles seront publiées à la Une du site.

www.emploi.lameuse.fr

Contact : Aurore FOURNET : 06 19 50 61 36 / a.fournet@lameuse.fr

[+ d'infos](#)



FAIRE CONNAÎTRE

BOX MEUSE

La Meuse en boîte, ça déboîte !

Envie d'offrir un cadeau original pour les fêtes de fin d'année ? c'est le moment d'y penser et de réserver dès maintenant les box Meuse pour vos collaborateurs et clients !

Personnalisation possible.

Contact : **Mélissa BARDOT**
06 13 39 12 68 / m.bardot@lameuse.fr

[Voir la boutique](#)



AGENDA



Les Rencontres des Responsables RH

- **Jeu 4 avril**, Evobus à Ligny-en-Barrois
- **Jeu 6 juin**, lieu à préciser
- **Jeu 20 juin**, « Les RRH en extra » au Château de Thillombois
- **Jeu 5 septembre**, Berni à Verdun
- **Jeu 7 novembre**, Hutin à Dieue-sur-Meuse.

Votre contact : [Sabine Stawowy](#)

[Contact](#)



Assemblée générale

L'assemblée générale de Meuse Attractivité aura lieu le **24 mai** après-midi à Lacroix-sur-Meuse.

Le rapport d'activités 2023 de Meuse Attractivité est déjà disponible en téléchargement :

[Je veux le lire !](#)

MEUSE ATTRACTIVITÉ

Centre d'affaires Cœur de Meuse

ZID Meuse TGV

F-55220 LES TROIS DOMAINES

03 29 45 78 40

contact@lameuse.fr

www.lameuse.fr

[La Meuse en vidéo](#)



Opération soutenue par l'État
FONDS NATIONAL
D'AMÉNAGEMENT
ET DE DÉVELOPPEMENT
DU TERRITOIRE

