

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2018

Morges Région Tourisme

VAUD 
Région du Léman



Suisse.
tout naturellement.



Glossaire des abréviations

- ARCAM:** Association de la Région
Cossonay-Aubonne-Morges
- COOR:** Coordination des commerçants de Morges
- DAS:** Domaines d'Activités Stratégiques
- FST:** Fédération Suisse du Tourisme
- MRT:** Morges Région Tourisme
- OTV:** Office du Tourisme du Canton de Vaud
- ST:** Suisse Tourisme

Impressum

Rédaction
Morges Région Tourisme

Conception graphique et impression
Imprimerie Hermann SA, Morges
www.imprimerie-hermann.ch

Photographies ©
Achim Meylan, Anne Moscatello, Grégoire Chappuis, Jacqueline Ritzmann, Morges Région Tourisme, Office du Tourisme du canton de Vaud, Peter Colberg, Parc Jura vaudois, Regis Colombo, Sébastien Toledo, Vincent Bailly.

imprimé en
suisse

Sommaire

Le message du Président | 2

Les missions, les organes et la politique touristique

Nos missions | 4

Organigramme | 5

Notre structure | 6

Les activités

Accueil & Information | 9

La stratégie de promotion touristique | 11

Les supports de communication | 12

E-marketing | 13

Les visites de presse | 15

La promotion, les représentations et les partenariats | 16

Les manifestations | 17

Les statistiques et les comptes

L'année 2018 en chiffres | 19

Les comptes 2018 | 21

Bilan au 31 décembre 2018 | 22

Les projets et les perspectives | 24

Le message du Président et de la Directrice

Chers membres, chers partenaires, chers amis du tourisme,

Ne boudons pas notre plaisir. Ne cachons pas notre fierté, Morges Région Tourisme a connu une année 2018 tout simplement exceptionnelle.

Bien sûr, tout d'abord, comme nous en avons presque pris l'habitude, de nombreuses manifestations «traditionnelles» sont venues animer notre magnifique région à l'image de la Fête de la Tulipe, du Livre sur les Quais ou du British Cars, attirant, comme chaque année, un très grand nombre de visiteurs...

Mais 2018 aura apporté aussi la confirmation des succès enregistrés l'année précédente, lors de leur première édition, du salon des vins Divinum et du nouveau Marché de Noël dans le cadre enchanteur du Château de Morges.

Cependant, comme pour prouver encore le dynamisme de notre région, la rencontre des Voiles Latines sur le Vieux Port ou la Nuit de l'Epouvantail et son spectaculaire final, pour ne citer que deux exemples, ont rencontré l'an dernier des succès populaires certains.

L'année 2018 aura également été marquée, pour notre association, par l'inauguration de la Maison du Tourisme située dans la gare de Bière, en partenariat avec les transports MBC.

Attendu impatiemment depuis de nombreuses années sur les hauts de notre région touristique, au Pied du Jura, cet espace a deux vocations principales: la promotion du tourisme et des loisirs et la vente de titres de transport.

Ce développement s'inscrit dans le cadre du programme innovant «Slow Destination», destiné à orienter l'offre touristique vers un tourisme de qualité autour de la mobilité douce, les produits du terroir, l'œnotourisme et l'hébergement.

Cependant, il faut le reconnaître sans détour, l'ensemble de ces réalisations, de ces manifestations, n'aurait pas pu voir le jour sans les engagements de comités d'organisation passionnés, de fidèles partenaires qui font la richesse de notre région. Qu'ils soient ici chaleureusement remerciés et félicités.

Pourtant, l'année 2018, pour Morges Région Tourisme, marquera, avant tout, l'arrivée en septembre de sa nouvelle directrice, Madame Jacqueline Ritzmann. Dès les premières semaines, par sa capacité à s'intégrer à notre organisation, par son écoute et son aisance naturelle, par ses qualités à diriger et son efficacité, Madame Ritzmann aura su prendre en main les nombreux projets en cours et assurer notre association d'un avenir prometteur.

Ce message, c'est aussi l'occasion de vous remercier, membres, partenaires, privés ou communes, pour votre soutien et votre confiance. Nos remerciements vont naturellement mais sincèrement, aux collaboratrices et collaborateurs de Morges Région Tourisme pour la qualité de leur travail, toujours avec le sourire et la passion.

Bonne lecture à toutes et tous !

Yves-Etienne Kahn

Président

Jacqueline Ritzmann

Directrice



Les missions, les organes et la politique touristique



Nos missions

Le tourisme est un vecteur important de création et de maintien de l'emploi local et du tissu commercial. Il représente une branche transversale à effet économique. Bon nombre d'entreprises de diverses branches économiques bénéficient remarquablement des dépenses des visiteurs.

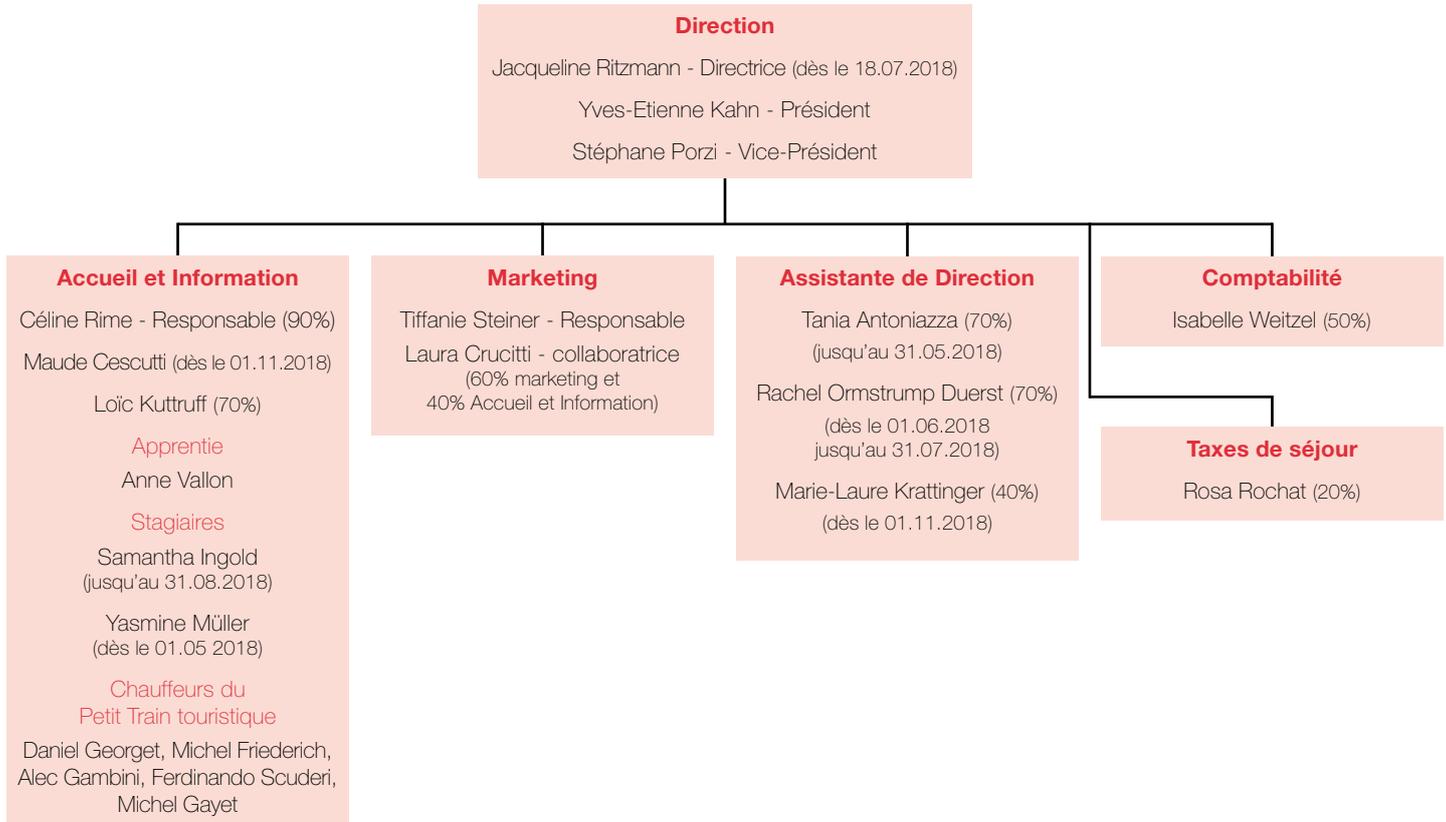
Notre association Morges Région Tourisme a pour but de développer le tourisme de l'ensemble du territoire du district de Morges en assurant une coordination entre partenaires touristiques, politiques et économiques de notre région.

Nos missions se focalisent sur l'accueil, l'information, la communication et la promotion de l'offre touristique du district de Morges. Elles se déclinent prioritairement par les points suivants :

- Etablir le plan marketing et de commercialisation
- Renforcer la visibilité, l'attractivité et l'animation touristique du territoire
- Valoriser et vendre Morges et sa région, en utilisant au mieux les ressources dont la structure dispose
- Veiller à la qualité de l'accueil et de l'information
- Dynamiser le séjour des visiteurs pour les fidéliser et engendrer des retombées économiques
- Adapter et développer les outils (brochures, site internet, autres outils digitaux, etc.)
- Assurer la relation avec les médias et les partenaires
- Optimiser l'organisation interne pour s'adapter aux défis numériques et aux besoins des hôtes



Organigramme*



Notre structure *

Le Comité

Yves-Etienne Kahn, *Président*

Stéphane Porzi, *Vice-Président*,

représentant de la Commune de Saint-Prex

Jean-Luc Bovey, *membre*,

représentant du Moulin et Huilerie de Sévery

François-Philippe Devenoge, *membre de droit*,

représentant du groupement d'animation locale de La Sarraz

François Gatabin, *membre*,

représentant des Transports de la Région MBC

Vincent Jaques, *membre de droit*,

représentant de la Ville de Morges

Philippe Thuner, *membre*,

représentant de l'Association Romande des Hôteliers,

section de La Côte

Oscar Cherbuin, *membre de droit*,

Directeur de l'ARCAM

Jacques-Henri Burnier, *membre de droit*,

représentant de la Commune de Bière

Les statuts

Morges Région Tourisme, régionalisée le 15 mai 2014 lors de l'Assemblée Générale extraordinaire à Aubonne, est une Association à but non lucratif, régie par des statuts et par les articles 60 et suivants du Code Civil Suisse.

L'organe de révision 2018

Fidacor à Morges, société fiduciaire de Morges Région Tourisme

Les membres

L'effectif de nos adhérents est de 274 membres, dont 55 communes, 143 membres professionnels, 70 membres supporters et 6 membres d'honneur.

Le Président d'honneur

Gilbert Folly, *Lonay*

Les membres d'honneur

Albert Dutoit, *Eclépens*

Philippe Fehlmann, *Denens*

Eric Voruz, *Morges*

Pierre Gaillard, *Morges*



Groupement animation local de Morges

Le groupement d'animation local de Morges est composé d'acteurs locaux qui se réunissent pour informer de leurs activités; ce qui permet à tous d'avoir une vision globale, précise et exhaustive des projets touristiques développés sur le territoire du district.

Les activités 2018



Accueil & Information

L'accueil touristique est l'un des enjeux majeurs de Morges Région Tourisme. Le visiteur qui se rend dans la région de Morges doit y trouver tous les éléments nécessaires au bon déroulement de son séjour. Véritable vitrine de l'offre touristique de Morges et de sa région, Morges Région Tourisme est la principale porte d'entrée des visiteurs. Les agents d'accueil, multilingues, sont formés tout au long de l'année à l'offre touristique afin de pouvoir répondre à toutes les interrogations des visiteurs. Le personnel de l'accueil va également régulièrement visiter les musées et autres partenaires afin d'être au courant des dernières expositions et des prestations proposées aux clients.

L'info en chiffres

Durant l'année 2018, près de 4'170 personnes se sont rendues à notre Office du Tourisme. Nous avons traité environ 4'560 demandes de renseignement, soit un peu moins de 2'700 demandes au guichet, environ 1'200 appels téléphoniques et 720 emails.

Les questions posées sont principalement ciblées sur le district de Morges, bien que nous donnions également des informations sur d'autres villes touristiques de Suisse. Au niveau des sujets des demandes, il s'agit en premier de plans de ville et de questions sur les transports publics, ensuite de demandes sur les manifestations, les randonnées que ce soit à vélo, à pied ou en raquettes et enfin sur la Fête de la Tulipe.

Les prestations

Nous conseillons la clientèle sur les possibilités d'excursions et d'activités dans la région. Nous effectuons la location ainsi que les réservations pour le Petit Train touristique, que ce soit pour des locations privées, des réservations du Train des Vignes. Nous ajoutons également sur notre site internet les manifestations qui nous sont communiquées, pour autant qu'elles aient un intérêt touristique.

Les canaux de distribution de nos brochures

Tout au long de l'année et en alternance avec Nyon Région Tourisme, nous approvisionnons hebdomadairement les deux restoroutes de la Côte. En direction de Morges, ce sont nos brochures qui sont plus mises en avant tandis qu'en direction de Nyon, ce sont celles de Nyon Région Tourisme. Nous mettons nos brochures principales, telles qu' «Évasion», «Petit Train» et «Randonnées» ainsi que les brochures communes avec Nyon Région Tourisme comme «Hébergements» ou «Raconte-moi la Côte».

Une fois nos brochures rééditées, nous organisons une distribution chez nos partenaires. Nous avons établi une liste avec le nombre et le type de brochures qu'ils souhaitent et la mettons à jour avec les nouveaux partenaires et les modifications de leurs demandes. Nous les leur amenons et chaque collaborateur s'occupe d'un secteur spécifique afin d'optimiser le temps de livraison. Ces livraisons permettent de rencontrer nos différents partenaires ainsi que de découvrir les endroits du district qui sont moins exposés touristiquement. Chaque année, nous



faisons un tournus afin que les collaborateurs découvrent de nouveaux partenaires et lieux du district. En juin, les partenaires sont à nouveau contactés afin de voir s'il est nécessaire de leur apporter des brochures supplémentaires.

La Maison du Tourisme à Bière

Le mois d'avril a marqué l'inauguration de la Maison du Tourisme à Bière. Celle-ci est gérée conjointement par Morges Région Tourisme et par les MBC (Transports de la région Morges Bière Cossonay). La Maison du Tourisme qui se trouve à la gare du train MBC a été entièrement rénovée et offre un accueil pour les visiteurs au pied du Jura. L'espace a deux vocations: la promotion du tourisme et des loisirs dans la région et la vente de titres de transport. Ce développement s'inscrit dans le cadre du programme innovant « Slow Destination », destiné à orienter l'offre touristique vers un tourisme de qualité

autour de la mobilité douce, des produits du terroir, de l'oenotourisme et de l'hébergement. Près de 1955 personnes se sont rendues durant les premiers 8 mois à la Maison du Tourisme. Les demandes concernent principalement la vente de titres de transport, contre 10% de demandes touristiques.

La stratégie de promotion touristique

La stratégie de promotion est basée sur celle de l'Office de Tourisme du Canton de Vaud (OTV) avec une approche par Domaines d'Activités Stratégiques (DAS). Les DAS sont les chaînes de produits touristiques constituant les atouts forts des destinations du canton. Le modèle DAS vise à identifier les thématiques bénéficiant d'un avantage concurrentiel, de mieux cibler les produits et marchés en fonction des affinités de nos hôtes, de créer des synergies avec nos partenaires touristiques à travers les thématiques communes et d'allouer des ressources financières suffisantes en cumulant les ressources à disposition.

Ce modèle permet de définir des priorités pour les actions à entreprendre en dépassant les frontières territoriales et travailler de manière coordonnée entre l'OTV et les destinations

Morges Région Tourisme a défini dans sa stratégie de promotion, parmi les six DAS trois DAS prioritaires, qui sont :

- Culture, Patrimoine et Traditions
- Nature
- Art de Vivre

| | Priorité |
|--|-----------------|
|  Culture, Patrimoine et Traditions Musées, patrimoine bâti, théâtres, spectacles réguliers, traditions ou expressions vivantes. | 1 |
|  Nature Paysages d'exception, sentiers pédestres, transports touristiques, cyclotourisme, tourisme rural, biodiversité urbaine, jardins publics, activités lacustres, activités estivales. | 1 |
|  Art de Vivre Viticulture, œnologie, haute gastronomie, produits du terroir, centres de bien-être, shopping. | 1 |
|  Événements et Festivals Festivals, événements culturels ponctuels dans les domaines du sport, de la musique, du théâtre et de la danse. | 2 |
|  Activités hivernales Pistes de ski alpin, pistes de ski de fond, activités liées au snowboard, sentiers pour les raquettes à neige, pistes de luge et autres activités de glisse, patinage, curling, chiens de traîneaux, randonnées hivernales. | 3 |
|  Tourisme d'affaires Centres de congrès, de conférences et de séminaires, complexes hôteliers disposant de capacités et services d'accueil adaptés au tourisme d'affaire (hôtels de congrès), hautes écoles. | 2 |

Les supports de communication

En 2018, Morges Région Tourisme a reconduit l'ensemble de ses éditions destinées au grand public. Distribuées dans ses points d'accueil, elles sont également envoyées aux visiteurs pour la préparation de leur séjour. La plupart d'entre elles sont téléchargeables sur www.morges-tourisme.ch. Ces éditions sont également à la disposition de nos partenaires locaux. Un système de distribution de ces documents est mis en place par l'équipe de Morges Région Tourisme en début d'année et également à la demande.

Les éditions / brochures

Brochure Évasion 2018

Français, allemand, anglais, édition de 20'000 exemplaires. Mise à jour annuelle de cette brochure qui contient toutes les informations utiles pour un séjour dans la région: activités, attractions touristiques et restaurants.

Plan touristique de Morges

Français, allemand, anglais, réédition de 10'000 exemplaires du plan de ville.

Carte de randonnée

Français, allemand, anglais, édition de 5'000 exemplaires. Nouvelle édition, création d'une carte présentant 18 itinéraires pédestres dans le district de Morges

Sur les traces d'Audrey Hepburn

Français, anglais, japonais, réédition de 3'000 exemplaires.

Petit Train touristique

Français, allemand, anglais, édition de 3'000 exemplaires.

Mise à jour du dépliant Petit Train Touristique, comprenant les horaires 2018 du tour de ville et viticole, ainsi que des sorties spéciales « Train des Vignes », et « Train à la Ferme ».

La Côte à vélo

Français, allemand, anglais, édition de 10'000 exemplaires en partenariat avec Nyon Région Tourisme et le Parc Jura vaudois.

Brochure hébergements 2018

Français, allemand, anglais, réédition de 2'500 exemplaires. Mise à jour de la brochure répertoriant les logements de vacances, uniquement de nos membres, entre Morges et Nyon, éditée en collaboration avec Nyon Région Tourisme.



E-marketing

Le site Internet www.morges-tourisme.ch

| Comparatif des visites 2017/2018 | 2017 | 2018 | Variation |
|----------------------------------|---------|---------|-----------|
| Nombre de visites | 157'919 | 169'093 | +7.08 % |
| Nombre d'utilisateurs différents | 115'409 | 123'987 | +7.43 % |
| Nombre de pages vues | 452'151 | 349'729 | -22.65 % |
| Mois record (visites) : avril | 37'216 | 43'516 | +16.93 % |
| Moyenne par mois (visites) | 13'159 | 14'091 | +13.2 % |

L'année 2017 avait enregistré une baisse de fréquentation du site due au lancement du nouveau site internet de Morges Région Tourisme en mai 2017. Depuis le lancement, les contenus et le référencement ont été travaillés pour finalement arriver à une hausse de 7% de visites en 2018. Le mois record reste le mois d'avril qui correspond à la période de la Fête de la Tulipe. Le nom de domaine www.fetedelatulipe.ch a été acheté en 2018, ce qui a également permis une meilleure visibilité et un meilleur référencement de notre site internet sur Google.

| Provenance des visiteurs | 2017 | 2018 | Variation |
|--------------------------|-------|--------|------------|
| Suisse | 77 % | 82.2 % | + 5.2 pts |
| France | 7 % | 8.06 % | + 1.06 pts |
| Allemagne | 2 % | 1.48% | - 0.52 pts |
| USA | 1.5 % | 1.73 % | + 0.23 pts |
| UK | 1.1 % | 0.93 % | - 0.17 pts |

Environ 16% de nos visiteurs sont germanophones et 14% anglophones.

| Top 5 - Pages les plus consultées | 2017 | 2018 | Variation |
|-----------------------------------|--------|--------|-----------|
| 1. Fête de la Tulipe (fr) | 8'388 | 24'417 | + 52.3 % |
| 2. Webcam (fr) | 12'646 | 32'163 | + 64 % |
| 3. Manifestations (fr) | 9'152 | 9'219 | + 0.73 % |

Les réseaux sociaux

Depuis maintenant 5 ans, une réelle stratégie a été établie sur les réseaux sociaux. Celle-ci a en effet été un succès au vu de la croissance constante des abonnés. De nombreuses campagnes comme des jeux concours continuent à être organisées tout au long de l'année comme un calendrier de l'Avent pendant la période de Noël ainsi qu'un concours de photos durant la Fête de la Tulipe. En 2018, une nouvelle approche de l'utilisation d'Instagram a été mise en place. Avec une augmentation de 33% d'abonnés cette nouvelle approche a porté ses fruits. Afin de se consacrer pleinement et de manière qualitative à ses deux réseaux sociaux très porteurs, Morges Région Tourisme a décidé d'abandonner Twitter.

| Réseau social | Nombre en 2017* | Nombre en 2018** |
|---------------|-----------------|------------------|
| Facebook | 4'122 fans | 4'711 fans |
| Instagram | 1015 abonnés | 1'350 abonnés |



*Situation au 31 décembre 2017

**Situation au 31 décembre 2018

Les visites de presse

Les visites de presse ainsi que les actions de relations médias sont un moyen de communication et de promotion extrêmement efficace. Dans le cadre de notre stratégie touristique, l'une de nos missions consiste à accueillir, organiser et gérer les contacts avec la presse. Afin de maximiser la couverture médiatique de notre destination, nous travaillons étroitement avec l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV) qui collabore avec Suisse Tourisme.

Les visites de presse, organisées et accompagnées par un collaborateur de Morges Région Tourisme, permettent alors d'assurer d'importantes retombées médiatiques, tant sur le marché suisse que mondial. Le soutien et la collaboration de nos partenaires sont indispensables au succès de ces visites, qui ne serait rien sans leur accueil de qualité.

En 2018, nous avons organisé 11 visites de presse et accueilli 31 journalistes au total. Nous constatons une baisse des visites de presse en 2018 par rapport à 2017. La majorité des visites de presse de 2017 étaient consacrées à l'exposition Audrey Hepburn & Hubert de Givenchy – Une élégante amitié, qui avait suscité un très fort engouement des médias, principalement français.

| Date | Media | Pays |  |
|---------------|--|------------|---|
| 21-22.04.2018 | TRAVEL NOTE | Russie | 4 |
| 5-6.05.2018 | ANITA DEMIANOWICZ (bloggeuse) | Pologne | 1 |
| 17-18.05.2018 | STAF MAGAZINE | Espagne | 2 |
| 23-24.05.2018 | GROUPE France : - Mon Jardin & Ma Maison - La Voix du Nord - Le Chasseur français - Blog Voyages Jardins, Ami des jardins et Prima - La Vie du Jardin - Hortus Focus - Extérieurs Design | France | 8 |
| 27-28.05.2018 | 2.hkej magazine | Chine | 2 |
| 26.06.2018 | HERS Magazine | Japon | 4 |
| 26.06.2018 | Bell'Europa | Italie | 2 |
| 29.06.2018 | Télévision japonaise: BS 12 TwelIV | Japon | 4 |
| 15.08.2018 | GEO Saisons - Wolfgang Gehrmann | Allemagne | 1 |
| 16-20.09.2018 | Blog Trip On met les voiles | France | 2 |
| 26.10.2018 | Decanter | Angleterre | 1 |

La promotion, les représentations et les partenariats

Foires et salons touristiques

Les actions de Promotion & Ventes de notre région pour les marchés lointains, en développement ou d'avenir se font sous l'égide de Suisse Tourisme (ST) et de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV). En ce qui concerne le marché suisse, Morges Région Tourisme a été, entre autres, présent à la BEA à Berne, au salon du Randonneur à Lyon et au salon des voyages à Evian en partenariat avec Nyon Région Tourisme.

Ass. de la région Cossonay-Aubonne-Morges (ARCAM)

Le tourisme fait partie d'un secteur propre de l'économie, concerne beaucoup d'acteurs de la région et est un générateur d'emplois important. Travaillant étroitement en collaboration avec notre office du tourisme, l'ARCAM a chapeauté la régionalisation touristique, les Maisons du Tourisme et est en charge du déploiement du projet « Slow Destination ».

Pool marketing – Nyon, Morges, Vallée de Joux Tourisme et la section des Hôteliers de la Côte

Le caractère largement identique de nos structures d'offres touristiques et de la demande ainsi que l'importance comparable des deux destinations ont conduit à la création du Pool Marketing Nyon-Morges. En 2018, Vallée de Joux Tourisme a rejoint le pool marketing. Un budget est mis en commun entre les trois entités touristiques ainsi que la section des Hôteliers de la Côte pour la réalisation d'actions promotion-

nelles. Ces actions se sont intensifiées en 2018 notamment grâce à la mise en place d'une campagne digitale sur l'Ouest vaudois.

Collaboration avec l'OTV et ST

Notre destination n'ayant pas la capacité à son échelle d'être présente au niveau promotionnel sur les nombreux nouveaux marchés potentiels tout autour du globe, cette tâche est réalisée par l'OTV et ST. Nous collaborons étroitement avec l'OTV pour l'organisation de visites de presse et participons à de nombreuses actions coordonnées par l'OTV telles que la mise en place du nouveau site internet et les campagnes de promotion oenotouristiques.

Parc Jura vaudois

L'accord de partenariat entre le Parc Naturel Régional Jura Vaudois et les Offices du tourisme d'Yverdon-les-Bains Région, Nyon Région, Vallée de Joux et Morges Région a été renouvelé.

En 2018, les actions suivantes ont été réalisées :

- Promotion de l'offre Bike Tour Parc Jura Vaudois par Swiss Backstage
- Media print For Life
- Bannière publicitaire sur le site Schweizmobile, sbb.ch (DE) Freizeit und Ferien
- Blog hébergé sur swissbackstage.com, storehouse et Google+
- Réalisation d'une vidéo promotionnelle

Les manifestations

Soutien aux organisateurs de manifestations

Morges Région Tourisme est très actif depuis de nombreuses années auprès des organisateurs de manifestations. Une collaboration importante est mise en place notamment auprès de trois manifestations phares :

- Morges Fleur du Léman (Fête de la Tulipe et le Quai des Dahlias) : administration, comptabilité, promotion & presse
- Marché de Noël: gestion des inscriptions
- Le Livre sur les Quais: stand d'informations pendant les 3 jours de manifestation

Nous soutenons également d'autres manifestations comme Swiss Classic British Car Meeting, les Caves Ouvertes Vaudoises (La Côte) et le Tour de Romandie ainsi que de nombreux autres événements ayant lieu dans le district de Morges.

Organisation de manifestations

Morges Région Tourisme est également organisateur de certaines manifestations :

- Balade « Au fil du goût » à travers le vignoble morgien
- Inauguration de la Maison du Tourisme à Bière

Agenda mensuel des manifestations

Près de 700 manifestations sont saisies annuellement dans le logiciel STNet. Toutes ces informations sont ensuite reprises automatiquement sur les plateformes de ST (www.myswitzerland.com), de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (www.region-du-leman.ch), sur le site de la Ville de Morges (www.morges.ch) et sur notre site internet (www.morges-tourisme.ch)



Les statistiques et les comptes 2018



L'année 2018 en chiffres

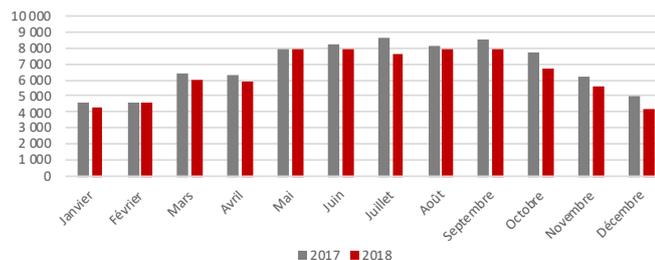
Nombre d'arrivées, de nuitées

District de Morges

| Année | Arrivées totales | Arrivées variation | Nuitées total | Nuitées variation |
|-------|------------------|--------------------|---------------|-------------------|
| 2017 | 43'246 | | 82'261 | |
| 2018 | 42'941 | -0.71% | 76'750 | -6.70% |

Répartition mensuelle des nuitées hôtelières

District de Morges



Nuitées District de Morges (par mois)

| Mois | 2017 | 2018 | Variation absolue | Variation relative |
|--------------|---------------|---------------|-------------------|--------------------|
| Janvier | 4'591 | 4'338 | -253 | -5.51% |
| Février | 4'632 | 4'639 | 7 | 0.15% |
| Mars | 6'375 | 6'047 | -328 | -5.15% |
| Avril | 6'353 | 5'912 | -441 | -6.94% |
| Mai | 7'922 | 7'903 | -19 | -0.24% |
| Juin | 8'199 | 7'939 | -260 | -3.17% |
| Juillet | 8'572 | 7'580 | -992 | -11.57% |
| Août | 8'104 | 7'885 | -219 | -2.70% |
| Septembre | 8'537 | 7'950 | -587 | -6.88% |
| Octobre | 7'728 | 6'732 | -996 | -12.89% |
| Novembre | 6'233 | 5'602 | -631 | -10.12% |
| Décembre | 5'015 | 4'223 | -792 | -15.79% |
| Total | 82'261 | 76'750 | -5'511 | -6.70% |

Durée moyenne de séjour

| District de Morges | | Canton de Vaud | |
|--------------------|------|----------------|------|
| 2017 | 1.90 | 2017 | 2.06 |
| 2018 | 1.79 | 2018 | 2.01 |

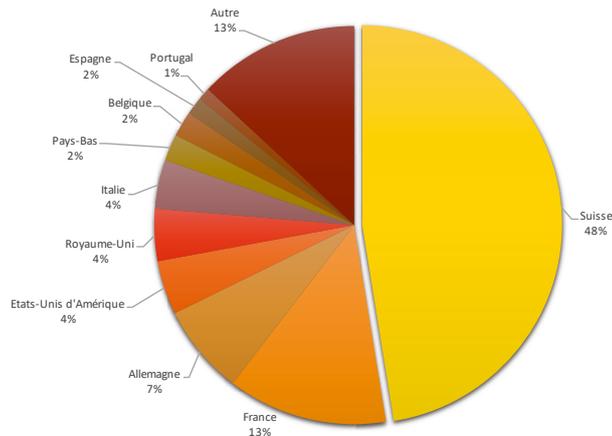
Taux d'occupation des chambres

| District de Morges | | Canton de Vaud | |
|--------------------|-------|----------------|-------|
| 2017 | 37.9% | 2017 | 53% |
| 2018 | 39.3% | 2018 | 53.9% |

Nuitées cumulées 2018 en Suisse

| Région | Nuitées 2017 | Nuitées 2018 | Evolution |
|-------------------------------|--------------|--------------|-----------|
| District de Morges | 82'261 | 76'750 | -6.70% |
| District de Nyon | 178'870 | 181'074 | 1.23% |
| Yverdon-les-Bains et environs | 124'468 | 113'094 | -9.14% |
| Lausanne agglomération | 1'227'800 | 1'258'932 | 2.54% |
| Canton de Vaud | 2'889'576 | 2'912'563 | 0.80% |
| Suisse | 37'392'740 | 38'806'777 | 3.78% |

Répartition 2018 des nuitées par pays en %

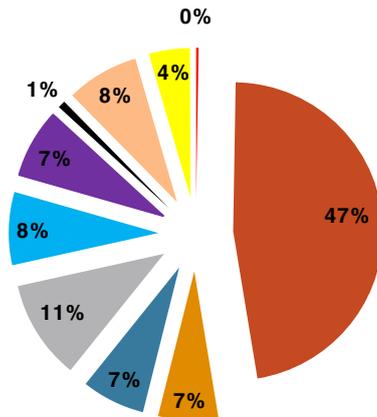
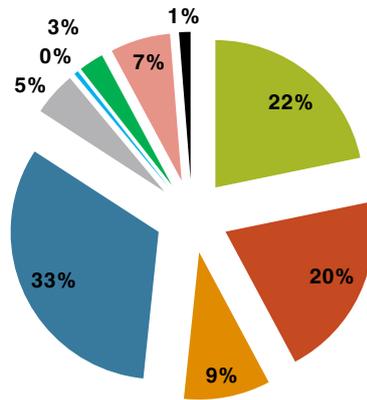


Camping TCS Morges

| Année | Nuitées visiteurs (hors-résidents) | Nuitées variation |
|-------|------------------------------------|-------------------|
| 2017 | 17'168 | -1.80% |
| 2018 | 19'038 | +10.9% |

Source : Statistiques touristiques (HESTA-OFS) décembre 2018 Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV), Office fédéral de la statistique (OFS), statistique de l'hébergement touristique, données 2018 définitives, TCS Training et Loisirs SA, c/o Touring Club Suisse, TCS Camping, 1214 Vernier

Les comptes 2018



COMPTE D'EXPLOITATION

2018

CHF

TOTAL RECETTES MRT

1 077 846.65

| | |
|---|------------|
| Contribution « Régional » | 234 471.00 |
| Contribution « Maisons du Tourisme » | 220 350.00 |
| Contribution ARCAM/LADE | 101 878.00 |
| Taxes de séjours / résidences secondaires | 350 750.00 |
| Cotisations membres | 51 687.00 |
| Revenus s/prestations | 5 045.35 |
| Produits promotion | 29 328.40 |
| Animations, manifestations | 70 875.30 |
| Autres recettes | 13 461.60 |

TOTAL CHARGES MRT

1 082 832.83

| | |
|----------------------------------|------------|
| Achats de marchandises | 2 887.35 |
| Ressources humaines | 510 423.90 |
| Loyers et charges | 70 283.35 |
| Frais d'administration | 74 185.13 |
| Promotion | 116 693.82 |
| Animations, manifestations | 85 721.62 |
| Frais « Maisons du Tourisme » | 80 285.90 |
| Autres charges | 8 762.74 |
| Charges exceptionnelles (Bornes) | 85 015.45 |
| Amortissements | 47 887.37 |
| Impôts directs | 686.20 |

PERTE 2018

(4 986.18)

Comptes 2018 | Bilan au 31 décembre 2018

| ACTIF | CHF | PASSIF | CHF |
|--|-------------------|---|-------------------|
| ACTIFS CIRCULANTS | 193 343.05 | FONDS ÉTRANGERS | 131 263.59 |
| Liquidités et titres | 104 785.33 | Dettes à court terme | 41 383.58 |
| Caisse | 1 858.10 | Dettes à long terme | 84 116.16 |
| Poste | 27 006.98 | Prêt Petit Train (Ville de Morges) | 36 116.16 |
| Banque MRT - BCV 298.80.97 | 75 920.25 | Prêt Petit Train (LADE) | 48 000.00 |
| Créances résultant de prestations | 25 097.95 | Passifs transitoires | 5 763.85 |
| Débiteurs compte collectif | 2 285.30 | FONDS PROPRES | 219 361.17 |
| Débiteurs divers | 22 812.65 | Capital | 89 443.84 |
| Stock de marchandises | 1 150.00 | Résultat de l'exercice | (4 986.18) |
| Actifs de régularisation | 62 309.77 | Fonds de réserve « Taxes de séjour » | 8 903.51 |
| Actifs transitoires | 62 302.30 | Fonds de réserve (avant le 1.1.2008) | 5 258.57 |
| Impôt anticipé à récupérer | 7.47 | Fonds de réserve (dès le 1.1.2008) | 3 644.94 |
| ACTIFS IMMOBILISÉS | 157 281.71 | Fonds de réserve « MRT » | 126 000.00 |
| Immobilisations financières | 15 405.55 | Fonds de réserve « actions marketing » | 40 000.00 |
| Garantie loyer - BCV R 5371.63.01 | 15 005.55 | Fonds de réserve «Petit Train» | 32 000.00 |
| Garantie Peopelfone AG | 400.00 | Fonds de réserve générale | 54 000.00 |
| Immobilisations corporelles meubles | 141 876.16 | TOTAL DU PASSIF | 350 624.76 |
| Mobilier et installations | 19 800.00 | | |
| Machines de bureau, informatique | 5 530.00 | | |
| Livecams | 6 310.00 | | |
| Petit Train | 64 116.16 | | |
| Chalets | 46 120.00 | | |
| TOTAL DE L'ACTIF | 350 624.76 | | |

Les projets et les perspectives 2019



Arrivée du Tour de Romandie

Le Tour de Romandie 2019 se disputera du 30 avril au 5 mai. La Ville de Morges aura le privilège d'accueillir l'arrivée de la deuxième étape. Le jeudi 2 mai, les cyclistes partiront du Locle pour terminer leur course à la Rue Louis-de-Savoie à Morges.

La Ville de Morges sera en fête ce jour-là. Cet événement offrira une magnifique vitrine médiatique pour notre région avec une retransmission sur environ 190 chaînes de télévision dans 160 pays.

Intégration E-Commerce

Morges Région Tourisme rejoindra la plateforme cantonale des réservations en ligne / E-Commerce «TOMAS» au printemps 2019. Elle permettra à MRT de vendre sur les sites internet et des offices du tourisme vaudois (millions de visiteurs), directement les chambres ainsi que des activités touristiques. Cette plateforme sera un grand atout pour notre promotion touristique.

Un outil numérique dirigera nos visiteurs

Le Parc Jura vaudois, l'Association de la région Cossonay – Aubonne – Morges (ARCAM) et Morges Région Tourisme vont lancer début d'été 2019 un outil numérique qui permettra à nos visiteurs d'avoir accès à un «chatbot», soit une discussion en ligne avec un guide virtuel «appelé « Barbote ». Barbote s'inscrit dans la « Slow Destination » et conseillera nos visiteurs sur une trentaine de balades et d'activités dans les environs. L'outil sera combiné avec une application mobile ainsi que des panneaux d'information dans 9 communes et 4 gares.

Campagne digitale innovante

En 2019 le Pool Marketing va axer ses efforts promotionnels principalement sur une nouvelle stratégie digitale. Une campagne digitale Suisse se basant sur les DAS (Domaines d'Activités Stratégiques) et en alliant 11 événements de nos 3 destinations sera mise en place. L'objectif est de récupérer des datas et de créer des communautés qualifiées par domaine d'activités afin de pouvoir les relancer avec des offres complémentaires.



Impression sur papier sans bois, FSC, sans impact sur l'environnement et le climat

Rue du Château 2 | Case postale 55 | 1110 Morges 1
Tél +41 (0)21 801 32 33 | Fax +41 (0)21 801 31 30
info@morges-tourisme.ch | www.morges-tourisme.ch



Avec le précieux soutien de nos partenaires

Nous remercions chaleureusement tous nos partenaires Premium de leur confiance renouvelée.



UBS



Journal
de Morges

