



VAUD 
Région du Léman


Suisse.
tout naturelement.



Rapport d'activité 2019


MORGES
RÉGION
Slow Tourism!

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, Jacqueline Ritzmann,
Morges Région Tourisme, Office du Tourisme du canton de
Vaud, Raphaël Dupertuis, Regis Colombo, Sébastien Toledo.

Sommaire

Le message du Président | 2

Les missions, les organes et la politique touristique

Nos missions | 4

Organigramme | 5

Notre structure | 6

Slow tourisme | 8

Les activités

Accueil & Information | 11

Les supports de communication | 14

E-marketing | 15

Les visites de presse | 18

La promotion, les représentations et les partenariats | 19

Les manifestations | 20

Les statistiques et les comptes

L'année 2019 en chiffres | 23

Les comptes 2019 | 25

Bilan au 31 décembre 2019 | 26

Les projets et les perspectives | 28

Le message du Président et de la Directrice

Chers membres, chers partenaires, chers amis du tourisme,

Avec un canton de Vaud traditionnellement riche en manifestations, et naturellement focalisé sur la célébration de la première Fête des Vignerons du millénaire, ou sur les Jeux Olympiques de la Jeunesse à venir, l'année 2019 se présentait comme un véritable challenge pour notre organisation touristique qui se devait de briller encore plus pour attirer l'attention sur les beautés naturelles et atouts de notre région! En organisant l'arrivée de la deuxième étape du 73ème Tour de Romandie cycliste, de surcroît magnifiquement remportée par le suisse Stefan Küng dans le cadre grandiose de la vieille ville de Morges après une boucle finale d'une cinquantaine de kilomètres dans notre région, sous les caméras en direct de la RTS, images retransmises dans plus de 190 pays....

En offrant un spectacle magique aux dizaines de milliers de visiteurs du Parc de l'Indépendance à l'occasion de la 49ème édition de la Fête de la Tulipe...

Avec les affluences records enregistrées pour Divinum et les Caves Ouvertes....

C'est un feu d'artifice majestueux qu'a connu notre région dès le printemps, succès populaire qui s'est confirmé tout au long de l'année pour notre plus grand bonheur et celui de nos nombreux partenaires touristiques!

Dans le but de positionner également mieux notre région, et clarifier encore le concept développé depuis maintenant plus de deux ans,



la « Slow Destination » est devenue le « *Slow Tourisme!* », désignation venant renforcer par la même occasion la chartre graphique de Morges Région Tourisme.

A l'opposé d'un tourisme de masse, notre volonté s'est encore accentuée vers un développement d'offres tournées vers la durabilité et un accueil personnalisé de qualité. Une vision du tourisme, même si elle demeure encore un peu abstraite pour certains, qu'il s'agit encore de continuer à construire tous ensemble en prenant « tranquillement » conscience de l'important apport économique de son déploiement pour notre région.

Ainsi à vous, chers membres, amis, privés ou communes, nous aimerions, une fois encore formuler notre reconnaissance pour votre important soutien et votre confiance. Vous êtes indispensables à la vie de notre Association.

Mes sincères remerciements, également, à notre directrice Jacqueline Ritzmann pour le remarquable travail réalisé depuis son arrivée à Morges Région Tourisme et à l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de notre Association pour leur motivation et l'excellence de leur travail au service de notre région et de ses visiteurs.

A tous, je vous souhaite une très belle lecture.

Yves-Etienne Kahn Jacqueline Ritzmann

Président

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.

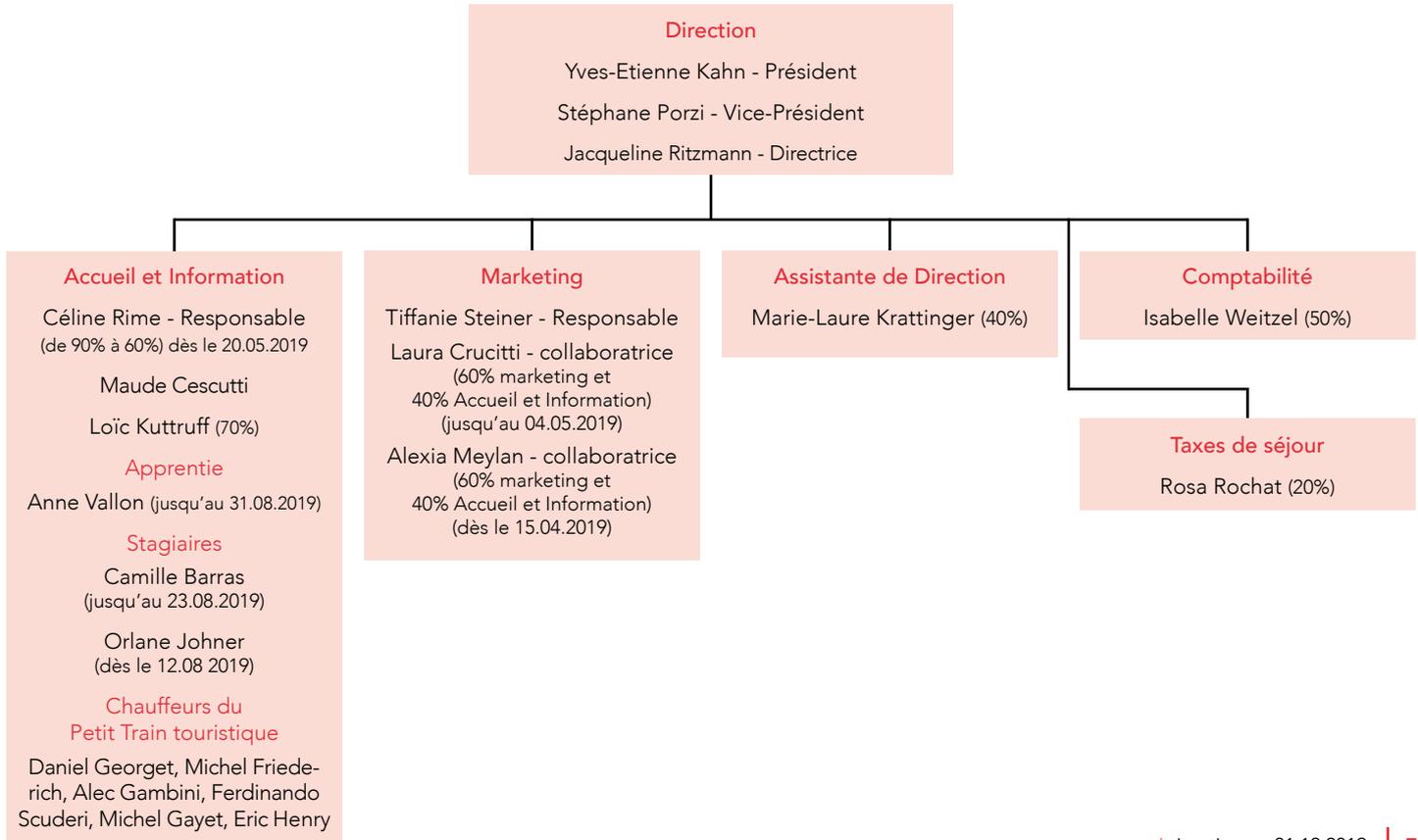
Notre association Morges Région Tourisme a pour but de développer le tourisme de l'ensemble du territoire du district de Morges en assurant une coordination entre partenaires touristiques, politiques et économiques de notre région.

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 2019

Fidacor à Morges, société fiduciaire de Morges Région Tourisme

Les membres

L'effectif de nos adhérents est de 281 membres, dont 55 communes, 151 membres professionnels, 70 membres supporters et 5 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*



Les missions, les organes et la politique touristique

Les Etats Généraux du Tourisme

Les Etats Généraux du Tourisme, qui ont été initiés par l'ARCAM en collaboration avec Morges Région Tourisme, ont lieu 1 fois par an en automne. Cette rencontre a pour but d'associer des parties prenantes à des échanges fructueux afin de pouvoir dynamiser et renforcer les valeurs touristiques de la région.

Points i de la région

Les communes de Saint-Prex et d'Aubonne respectivement la SDA exploitent un point d'information dont les frais inhérents sont à leur propre charge.

En 2019, Morges Région Tourisme a organisé deux rencontres avec les points i dans le but d'échanger des informations et de donner des formations. Une collaboratrice du Château de la Sarraz s'y est également associée.

Pour le point i d'Aubonne, une convention entre la commune d'Aubonne, la SDA et MRT a été signée en novembre 2019.

Cette dernière règle le cadre de l'action et les rôles de la SDA et de MRT par rapport aux éléments suivants :

1. L'information et l'accueil touristique
2. Le développement de l'offre et des animations
3. La promotion de l'offre touristique

La signature d'une convention avec le point i de Saint-Prex est en cours.

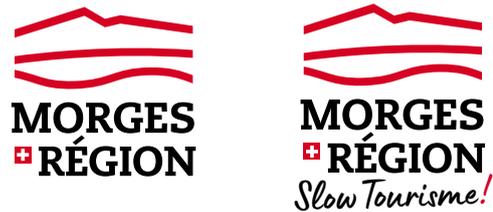
Groupement animation local de Morges

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.

Slow Tourisme, le tourisme lent - un positionnement de font

Le positionnement *Slow Tourisme!* de Morges Région

Le programme du projet « Slow Destination » établi sur 4 ans de 2016 à 2020 en partenariat avec l'ARCAM, les MBC et le Parc Jura vaudois arrive bientôt à son terme. Morges Région Tourisme a entamé lors des Etats Généraux du Tourisme en automne 2019 une nouvelle étape en dévoilant une identité visuelle améliorée qui permet d'affirmer son positionnement « slow ».



Pour intégrer pleinement le concept de « Slow Destination », il a été choisi d'ajouter en dessous du logo actuel la mention *Slow Tourisme!*, avec un soin tout particulier pour la police d'écriture. Le point d'exclamation apporte quant à lui une touche dynamique. Le mot tourisme est privilégié, car il est compris dans les différentes langues telles que l'allemand et l'anglais.

Cette nouvelle identité est le fruit d'une collaboration avec plusieurs acteurs du tourisme de la région qui ont été sollicités lors de nombreuses réunions et ateliers pour partager leurs idées et leur vision. Morges Région Tourisme a également fait appel à des experts marketing externes, a mandaté un étudiant pour un travail de diplôme sur le positionnement « slow » et a mené plusieurs réflexions internes. Le résultat ? Une marque forte et un positionnement fédérateur.

Morges Région Tourisme a décidé également d'aller plus loin en proposant un slogan qui permet d'identifier ses offres « slow » et propose ainsi un fil rouge dans sa communication. « *Prendre le temps de se cultiver* », « *Prendre le temps de se ressourcer* », « *Prendre le temps de ...* ».

La stratégie de promotion touristique

Le positionnement *Slow Tourisme !* s'aligne également sur la stratégie touristique de Suisse Tourisme avec une mise en avant importante de la nature et celle de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV) avec son positionnement par Domaine d'Activités Stratégiques (DAS).

Morges Région Tourisme a défini dans sa stratégie de promotions 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 activités 2019

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 collaborateurs d'accueil, multilingues, sont formés tout au long de l'année à l'offre touristique afin de pouvoir répondre à toutes les interrogations de leurs visiteurs. Ils vont 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 2019, près de 4'730 personnes se sont rendues à notre Maison du Tourisme à Morges. Nous avons traité environ 4'600 demandes de renseignement, soit un peu plus de 3'000 demandes au guichet, environ 1'100 appels téléphoniques et environ 500 emails. Durant cette même année, un peu plus de 1'700 personnes se sont rendues à la Maison du Tourisme à Bière.

Les questions posées à Morges sont principalement ciblées sur notre district, bien que nous donnions également des informations sur d'autres villes touristiques en Suisse. Au niveau des sujets des demandes, il s'agit en premier de plans de ville, ensuite de demandes sur la fête de la Tulipe et des autres mani-

festations, puis les randonnées que ce soit à vélo, à pied ou en raquettes et enfin sur la CGN et les différents musées. A Bière, les demandes concernent principalement la vente de titres de transport, contre 7% de demandes touristiques.

Les prestations

Nous conseillons la clientèle sur les possibilités d'excursions et d'activités dans la région. Nous effectuons les réservations pour le Petit Train touristique, que ce soit pour des locations privées, des réservations du Train des Vignes ou de la Ferme. Nous gérons également le Citygolf qui s'étend de Morges à Préverenges. Nous ajoutons également les manifestations qui nous sont communiquées, pour autant qu'elles aient un intérêt touristique, sur notre site internet. De plus, nous réalisons la brochure hébergement.

Les divers canaux de distribution

Tout au long de l'année et en alternance avec Nyon Région Tourisme, nous approvisionnons hebdomadairement les deux restoroutes de 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 nouveaux contactés afin de voir s'il est nécessaire de leur apporter des brochures supplémentaires.

Tomas - plateforme de réservation en ligne

Morges Région Tourisme a adhéré à la plateforme de réservation en ligne TOMAS en avril 2019. A cet effet, un mandat a été

donné à Swiss Creative qui est en charge de la gestion des activités commercialisables sur notre site. Cette plateforme cantonale a fait ses preuves notamment lors des Caves Ouvertes Vaudoises où plus de 8'200 passeports ont été vendus en ligne à travers tout le canton. Cette plateforme e-commerce nous permet de vendre sur les sites internet de MRT et des Offices du Tourisme vaudois (des millions de visiteurs), directement les chambres mais aussi les activités touristiques de la région. Les visiteurs peuvent dorénavant réserver différentes activités et les payer en ligne; dégustation de vin dans une cave, découverte d'une fromagerie, tour dans le vignoble en Petit Train, découverte de la ville grâce au citygolf et bien d'autres encore.

Parmi ces activités, les plus vendues à travers Tomas en 2019 ont été le Train à la ferme, la balade oenotouristique «Au fil du Goût», ainsi que le passeport pour les Caves Ouvertes.

Des formations ont été données aux hôteliers et aux parahôteliers intéressés à rejoindre la plateforme ainsi qu'aux prestataires d'activités.

Vaud Oenotourisme

Le canton de Vaud et la Suisse ont amorcé leur virage oenotouristique comme l'ont fait certaines destinations comme Bordeaux, la Bourgogne ou encore le Piémont il y a plusieurs décennies de cela.

La réussite d'un tel concept ne dépend pas que des institutions, mais surtout de la conviction et des moyens que les prestataires, partenaires et particuliers mettent au service de cette thématique. Morges Région Tourisme s'engage dans cette voix, notamment en ayant suivi les cours Vaud Oenotourisme et obtenu la certification en qualité de partenaire Vaud Oenotourisme. 

Mise en avant des produits du terroir

La mise en avant des produits du terroir du district de Morges est une des nouveautés que proposent désormais les Maisons

du Tourisme de Morges et de Bière. Nous proposons à nos partenaires et aux producteurs locaux de pouvoir présenter leur production aux visiteurs. Nous fonctionnons grâce à un système de dépôt vente et organisons une rotation des partenaires pour permettre à chacun d'exposer. Pour la Maison du Tourisme de Morges, nous avons effectué quelques aménagements et rénovations pour, entre autre, la vente de ces produits.

La Maison du Tourisme à Bière

En avril 2018, la Maison du Tourisme à Bière avait été inaugurée. Celle-ci est gérée conjointement par Morges Région Tourisme et par les MBC (Transports de la région Morges Bière Cossonay). L'année 2019 fût, quant à elle rythmée, par plusieurs événements à Bière, notamment par l'Arrivée du Tour du Pays de Vaud où MRT a mis à disposition ses chalets et son Petit Train. Nous avons également participé au rallye villageois en tenant un poste à l'intérieur de la Maison du Tourisme. L'année s'est terminée par le Village du Père Noël organisé par nos équipes. Malgré une météo maussade, plus de 250 enfants ont pu faire une photo avec le Père Noël. Le village avec ses animations et stand aura accueilli près de 600 personnes. Malgré une baisse de fréquentation, des projets se concrétisent et développent une nouvelle dynamique dans le haut du district.

Les supports de communication



En 2019, Morges Région Tourisme a reconduit les principales éditions destinées au grand public. Distribuées dans les points d'accueil et sur les relais autoroutiers de La Côte, elles sont également envoyées aux visiteurs lors de la préparation de leur séjour dans la région. La majorité de ces brochures sont téléchargeables sur www.morges-tourisme.ch et sont souvent disponibles auprès de nos partenaires. Finalement, un système de distribution de ces publications est mis en place par l'équipe de Morges Région Tourisme en début d'année et également sur demande.

Les éditions / brochures

Brochure Évasion 2019

Brochure touristique générale du District de Morges en français, allemand et anglais, éditée à 17'000 exemplaires. Mise à jour annuellement, elle contient toutes les informations nécessaires pour passer un séjour dans la région.

Plan touristique de Morges

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

Petit Train touristique

Français, allemand et anglais. Réédition du dépliant Petit Train touristique à 3'000 exemplaires présentant les horaires des diverses sorties du Petit Train (Tours de ville, Tours du vignoble, Train à la Ferme et Train des Vignes)

Brochure hébergements 2019

Français, allemand et anglais. Réédition de 3'000 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.

L'Ouest Vaudois à vélo

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

Flyer Citygolf

Français, allemand et anglais. Réédition de 3'000 exemplaires du flyer présentant le citygolf et son parcours entre Morges et Prévêrenge.

E-marketing

Le site Internet www.morges-tourisme.ch

Comparatif des visites 2018/2019	2018	2019	Variation
Nombre de visites	169'093	183'692	+8.63%
Nombre d'utilisateurs différents	123'987	134'122	+8.17%
Nombre de pages vues	349'729	377'482	+7.93%
Mois record (visites) : avril	43'516	35'011	-19.54%
Moyenne par mois (visites)	14'091	15'307	+8.63%

En 2019, le site Internet de Morges Région Tourisme a enregistré une hausse de fréquentation. Depuis le lancement du nouveau site en 2017, les contenus n'ont cessé d'être retravaillés et traduits en allemand et en anglais améliorant ainsi le référencement de ces pages sur Google. Le mois avec le plus grand nombre de visites reste le mois d'avril grâce à la Fête de la Tulipe. Même si le nombre de visites a fortement chuté pendant ce mois, la fréquentation reste toutefois bien supérieure à la moyenne. De plus, l'année 2019 présente environ le même nombre de visites au mois d'avril que l'année 2017. On peut alors en déduire que l'année 2018 avait été particulièrement bonne.

Provenance des visiteurs	2018	2019	Variation
Suisse	82.2 %	80.08%	-2.12 pts
France	8.06 %	8.55%	+0.49 pts
Allemagne	1.48%	1.55%	-0.7 pts
USA	1.73 %	2.31%	+0.58 pts
UK	0.93 %	0.99%	+0.6 pts

Environ 20% de nos visiteurs sont germanophones et 13% anglophones.

Top 5 des pages les plus consultées	2018	2019	Variation
1. Fête de la Tulipe (fr)	24'417	10'774	-55.88 %
2. Fête de la Tulipe (de)	4'714	11'501	+ 59.01 %
3. Webcam (fr)	32'163	40'230	+20.05 %
4. Manifestations (fr)	9'219	11'959	+29.72 %

Les activités 2019

Réseaux sociaux	Nombre en 2018*	Nombre en 2019**
Facebook	4'711 fans	6'976 fans
Instagram	1'350 abonnés	2'140 abonnés

#ILOVEMORGES
Morges Région Tourisme

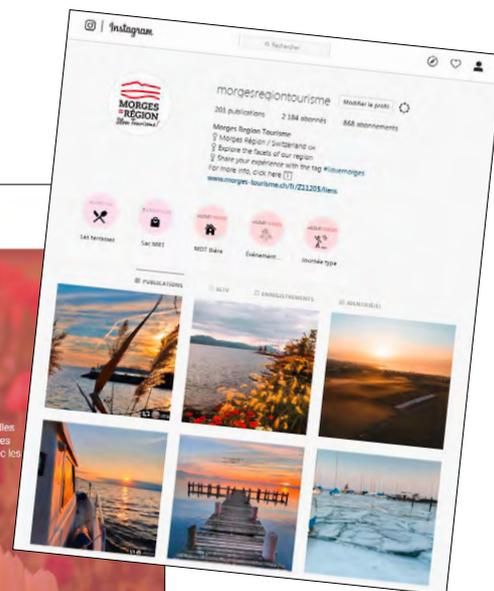
Concours Fête de la Tulipe

PARTICIPEZ AU CONCOURS PHOTO « 50^{ème} FÊTE DE LA TULIPE » ET REMPORTEZ DES CADEAUX DE LA RÉGION

Du 20 mars au 10 mai 2020, Morges accueille la Fête de la Tulipe dans le Parc de l'Indépendance, au bord du Lac Léman. Une fête qui nattend que vous et vos plus belles photos! Pour participer à notre concours, rien de plus simple, nous voulons voir les meilleures photos que vous prendrez des milliers de tulipes qui tapissent la ville. Des photos du Parc de l'Indépendance, aux fontaines de la ville, en passant par les quais, montrez-nous vos plus beaux clichés! Partagez les sur Facebook et Instagram avec les hashtags #ILOVEMORGES et #MORGESINFLEURS20.

Vous pourrez remporter chaque semaine de magnifiques cadeaux!

PARTAGEZ VOS PHOTOS DE LA FÊTE DE LA TULIPE SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM AVEC LES HASHTAGS #ILOVEMORGES ET #MORGESINFLEURS20 ET SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Les réseaux sociaux

Il est démontré que la stratégie digitale est efficace. Morges Région Tourisme a décidé d'engager un cabinet spécialisé en ingénierie marketing, Smartfox, afin de mettre en place des campagnes sur Facebook. Celles-ci ont pour but de récolter des adresses de potentiels clients qui peuvent être ensuite recontactés individuellement pour d'autres événements et d'augmenter ainsi nos abonnés. Comme les autres années, deux grands concours ont été créés : un pour la Fête de la Tulipe et un pour le Calendrier de l'Avent.

Nouveaux outils digitaux

Le projet entre L'ARCAM, le Parc Jura vaudois et Morges Région Tourisme pour valoriser le potentiel touristique et améliorer la visibilité à travers des nouveaux outils digitaux a été présenté à la presse en juin. Désormais Morges Région Tourisme propose :

- Morges Guide; une application de guidage pour iPhone et Android qui permet aux visiteurs de suivre des balades géolocalisées. L'application permet de télécharger les cartes des balades et de les utiliser hors ligne. Une offre digitale est également complétée par une app web.
- Un chatbot « Barbote », soit un petit guide virtuel, qui dirige les touristes vers une activité ou une découverte.

De plus, 13 panneaux ont été installés par le Parc Jura vaudois. Cette signalétique valorise le patrimoine, les communes du Parc et leurs richesses. Dotée d'un QR Code une conversation directe entre le visiteur et le chatbot est possible.

Newsletter électronique

Afin de maintenir la relation avec nos prospects, 11 newsletters ont été envoyées en 2019.

De plus, nous avons créé en 2019 une nouvelle newsletter « ENTRE NOUS » spécialement dédiée à nos membres et partenaires avec 4 éditions annuelles qui permettent de tenir informés rapidement sur les actualités, les projets en cours et les nouvelles adhésions.



Les visites de presse

Les visites de presse, organisées et accompagnées par un collaborateur de Morges Région Tourisme, permettent 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 2019, nous avons organisé 15 visites de presse et accueilli 55 journalistes au total. En partenariat avec le Château de Vullierens, 3 influenceurs suisses et français ont également été invités dans notre région, cette opération sera reconduite en 2020.

Date	Media	Pays	Nb
7 au 8 mai	Golf Magazine	France	2
12 mai	The Daily Mail and the Spectator Magazine	UK	1
31 mai	Chinese National Geography Nature History	Chine	3
6 juin	National Geographic	UK	1
17 juin	Suisse tourisme Belgique – tournage Bénélux	Belgique	5
28 au 30 juin	Blumen Tour – Weserkurier/Rhein-Zeitung/Lebenslanges/Raufeld Medien	Allemagne	4

Date	Media	Pays	Nb
25 au 26 juillet	KTLA 5 TV - Southern California Broadcast TV	USA	4
1 au 3 août	Thaï Rath Newspaper	Thaïlande	1
20 août	Tatsumi Takuro's wine romanticism	Japon	12
18 au 20 septembre	UK – Wine and Hike Tour Bent Magazine Delicious Magazine Irish Sun Sunshine Radio & traveltimes.ie Press and Journal/Aberdeen Journals E&T Magazine	UK/Irlande	7
23 septembre	The Luxonomist	Espagne	1
5-6 octobre	Morellini Editore	Italie	2
12 octobre	Investissement Conseils, Toute la Culture Les Echos Weekend GEO online Top Parents	France	4
23-24 octobre	VCS Magazine (ATE Magazine)	Suisse allemande	1
28 octobre	Ushuaïa TV	France	4

La promotion, les représentations et les partenariats

Association de la région Cossonay-Aubonne-Morges (ARCAM)

L'ARCAM perpétue son appui dans le développement de nouveaux projets. Nous entretenons une étroite collaboration.

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

Le Pool Marketing regroupant Morges Région Tourisme, Nyon Région Tourisme, la Vallée de Joux ainsi que la Section des Hôteliers de la Côte ont axé leurs efforts promotionnels principalement sur une nouvelle stratégie digitale.

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 Tourisme a été renouvelé.

Collaboration avec l'OTV et Suisse Tourisme

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).

Extrait des actions réalisées en 2019

- Réalisation du contenu Instagram avec des ambassadrices
- Campagne Caves Ouvertes avec l'OTV
- Campagne digitale balade Au Fil du Goût
- Création de forfaits hôteliers Fête de la Tulipe
- Publireportage magazine Terre et Nature

En partenariat avec le Pool Marketing

- Présence au Salon des randonneurs à Lyon
- Campagne avec l'OTV au printemps-été sur les marchés France, Belgique et Allemagne avec les domaines d'activités stratégiques nature et art de vivre
- Campagnes digitales avec l'agence Smartfox sur 10 événements Ouest Vaudois
- Création et promotion de forfaits hôteliers Mondial de la Fondue pour individuels et autocaristes

Les manifestations

Soutien aux organisateurs de manifestations

Depuis de nombreuses années, Morges Région Tourisme aime s'impliquer dans l'organisation de diverses manifestations au sein du District. Des collaborations ont été créées avec les partenaires organisateurs des grandes manifestations :

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

D'autres manifestations organisées dans le district obtiennent également notre soutien telles que le Swiss Classic British Car Meeting, les Caves Ouvertes Vaudoises, le Symposium International de Sculpture et bien d'autres encore.

Organisation de manifestations

Morges Région Tourisme est également organisateurs d'événements :

- Balade oenotouristique « Au Fil du Goût » à travers le vignoble morgien
- Village du Père Noël à la Maison du Tourisme

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'OTV (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).





Le Tour de Romandie a pris ses quartiers en plein cœur de Morges

Le 2 mai, la ville de Morges, mais plus encore le district tout entier, sont venus faire la fête lors du Tour de Romandie. L'arrivée historique a eu lieu à la rue Louis-de-Savoie, à hauteur de l'Hôtel-de-Ville. Un comité d'organisation entièrement bénévole, réuni autour de Morges Région Tourisme, a réussi l'exploit de réquisitionner les deux rues principales pour accueillir le public.

Grâce à cet investissement, notre région a bénéficié d'images diffusées dans plus de 190 pays et favorisé une couverture médiatique sans précédents.

Un repas de soutien pour l'étape a également été organisé.



Les statistiques et les comptes 2019

L'année 2019 en chiffres

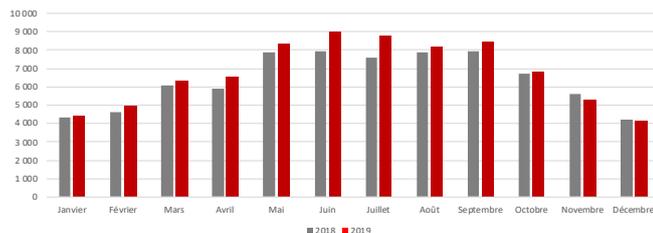
Nombre d'arrivées, de nuitées

District de Morges

Année	Arrivées totales	Arrivées variation	Nuitées total	Nuitées variation
2018	42'941		76'750	
2019	45'299	5.49%	81'213	5.81%

Répartition mensuelle des nuitées hôtelières

District de Morges



Durée moyenne de séjour

District de Morges		Canton de Vaud	
2018	1.79	2018	2.01
2019	1.79	2019	1.98

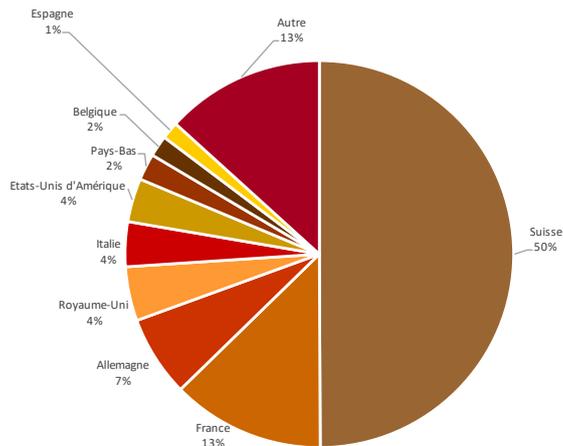
Nuitées District de Morges (par mois)

Mois	2018	2019	Variation absolue	Variation relative
Janvier	4'338	4'413	75	1.70%
Février	4'639	4'971	332	6.68%
Mars	6'047	6'331	284	4.49%
Avril	5'912	6'563	651	9.92%
Mai	7'903	8'353	450	5.39%
Juin	7'939	8'986	1'047	11.65%
Juillet	7'580	8'749	1'169	13.36%
Août	7'885	8'170	285	3.49%
Septembre	7'950	8'453	503	5.95%
Octobre	6'732	6'809	77	1.13%
Novembre	5'602	5'289	(313)	-5.92%
Décembre	4'223	4'126	(97)	-2.35%
Total	76'750	81'213	4'463	5.50%

Taux d'occupation des chambres

District de Morges		Canton de Vaud	
2018	39.3%	2018	53.9%
2019	41.3%	2019	54.9%

Répartition 2019 des nuitées par pays en %



Nuitées cumulées 2019 en Suisse

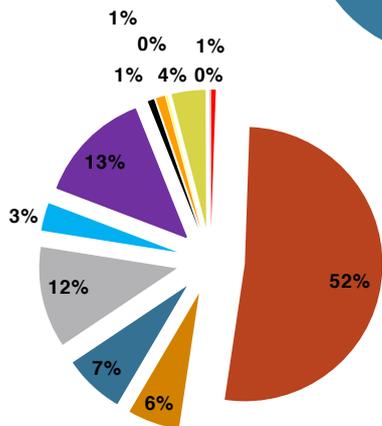
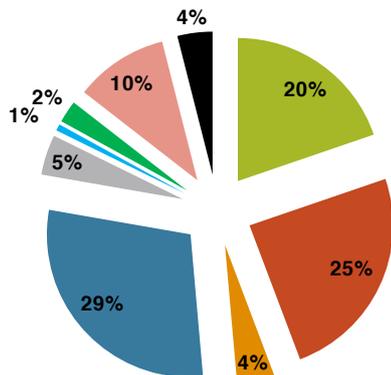
Région	Nuitées 2018	Nuitées 2019	Evolution
District de Morges	76'750	81'213	5.50%
District de Nyon	181'074	193'865	6.60%
Yverdon-les-Bains et environs	113'094	116'505	2.93%
Lausanne agglomération	1'258'932	1'291'966	2.56%
Canton de Vaud	2'912'563	2'959'356	1.58%
Suisse	38'806'777	39'562'039	1.91%

Camping TCS à Morges

Année	Nuitées visiteurs (hors-résidents)	Nuitées variation
2018	19'038	+10.9%
2019	18'932	-0.56%

Source: Statistiques touristiques (HESTA-OFS) décembre 2019 Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV), Office fédéral de la statistique (OFS), statistique de l'hébergement touristique, données 2019 définitives, TCS Training et loisirs SA, c/o Touring Club Suisse, TCS Camping, 1214 Vernier

Les comptes 2019



COMPTE D'EXPLOITATION	2019 CHF
TOTAL RECETTES MRT	1 200 994.19
■ Contribution « Régional »	236 988.00
■ Contribution « Maisons du Tourisme »	294 677.50
■ Contribution ARCAM/LADE	52 120.00
■ Taxes de séjours / résidences secondaires	350 000.00
■ Cotisations membres	54 532.00
■ Revenus s/prestations	8 947.29
■ Produits promotion	30 093.35
■ Animations, manifestations	126 239.50
■ Autres recettes	47 396.55
TOTAL CHARGES MRT	1 210 766.82
■ Achats de marchandises	6 581.86
■ Ressources humaines*	627 160.51
■ Loyers et charges	73 875.05
■ Frais d'administration	86 415.15
■ Promotion	144 466.36
■ Transition Be-mobile	40 000.00
■ Animations, manifestations**	159 364.21
■ Frais « Maisons du Tourisme »	9 337.70
■ Autres charges	13 151.18
■ Charges exceptionnelles	1 428.20
■ Amortissements	48 335.00
■ Impôts directs	651.60
PERTE 2019	(9 772.63)

* écart avec 2018 => salaire de la directrice, engagée le 18.09.2018 + personnel supplémentaire engagé pour la Maison du Tourisme de Bière dès 11.2018

** écart avec 2018 => comprend «l'Etape Morges» du Tour de Romandie: CHF 82'000.- de charges et CHF 52'000.- de produits (budget respecté)

Comptes 2019 | Bilan au 31 décembre 2019

ACTIF	CHF	PASSIF	CHF
ACTIFS CIRCULANTS	209 438.12	FONDS ÉTRANGERS	108 797.79
Liquidités et titres	143 130.02	Dettes à court terme	50 503.18
Caisse	2 625.15	Dettes à long terme	52 986.16
Poste	27 616.52	Prêt Petit Train (Ville de Morges)	20 986.16
Banque MRT - BCV 298.80.97	112 888.35	Prêt Petit Train (LADE)	32 000.00
Créances résultant de prestations	25 809.05	Passifs transitoires	5 308.45
Débiteurs compte collectif	10 147.00	FONDS PROPRES	209 588.54
Débiteurs divers	15 662.05	Capital au 1^{er} janvier	84 457.66
Stock de marchandises	1 980.00	Résultat de l'exercice	(9 772.63)
Actifs transitoires	38 519.05	Fonds de réserve "MRT"	134 903.51
ACTIFS IMMOBILISÉS	108 948.21	Fonds de réserve «Taxes de séjour»	8 903.51
Immobilisations financières	15 407.05	Fonds de réserve «actions marketing»	40 000.00
Garantie loyer - BCV R 5371.63.01	15 007.05	Fonds de réserve «Petit Train»	32 000.00
Garantie Peopelfone AG	400.00	Fonds de réserve générale	54 000.00
Immobilisations corporelles meubles	93 541.16	TOTAL DU PASSIF	318 386.33
Mobilier et installations	16 050.00		
Machines de bureau, informatique	3 285.00		
Livecams	2 160.00		
Petit Train	32 986.16		
Chalets	39 060.00		
TOTAL DE L'ACTIF	318 386.33		



Les projets et perspectives 2020



Les projets et perspectives 2020

Slow Destination

Le programme Slow Destination entamé en 2017 prendra fin en novembre 2020.

Le nouveau logo *Slow Tourisme!* ainsi que le slogan seront déclinés sur tous les supports digitaux, imprimés réalisés par Morges Région Tourisme. Prendre son temps pour découvrir une destination est un phénomène qui fait de plus en plus d'adeptes. Morges Région Tourisme va continuer sa dynamique dans ce positionnement en mettant en avant des offres de la région avec un esprit «slow».

Création des activités en ligne

La société Swiss Creative Sàrl a reçu en 2018 un mandat de Vaud Oenotourisme pour stimuler la création de produits touristiques commercialisables en ligne sur les supports digitaux du tourisme vaudois. Ce mandat d'une durée de 2 ans est arrivé à échéance au 31.12.2019. Les contrats existants seront repris en début 2020 par Morges Région Tourisme afin de garantir ainsi de vendre en ligne ces produits sur notre site. La commercialisation et le développement de produits touristiques à forte valeur ajoutée reste pour l'an 2020 une priorité pour Morges Région Tourisme.

Optimiser le E-Commerce

Ensemble avec le Pool Marketing nous continuons à acquérir de nouveaux profils de données en dur en mettant l'accent sur le public suisse-allemand. De plus, nous mettons en place un CRM pour stoc-

ker toutes les données récoltées afin de les segmenter et de les réactiver de façon précises.

Plateforme Be-Mobile

Morges Région Tourisme et Nyon Région Tourisme disposent depuis l'été 2019 de nouveaux outils technologiques, dont une application qui permet aux visiteurs de suivre des itinéraires géolocalisés ainsi qu'un chatbot. En étroite collaboration avec les deux associations régionales de Morges et Nyon (ARCAM et Région de Nyon) et Nyon Région Tourisme nous continuons à perfectionner ces outils, soit la plateforme «Be-Mobile» avec des balades thématiques commercialisables.

50^e anniversaire Fête de la Tulipe

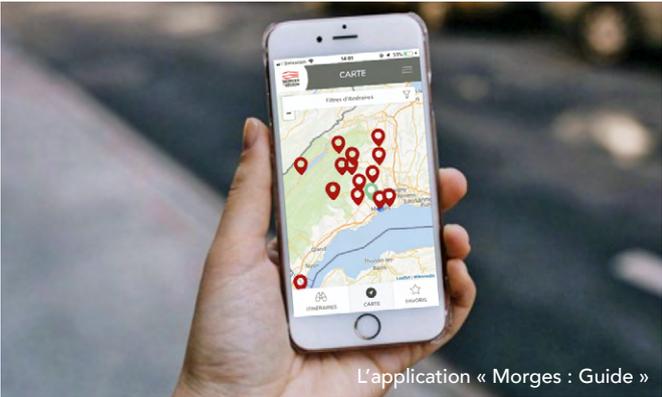
MRT a pour mandat de l'Association Morges Fleur du Léman, un soutien aux organisateurs de la Fête de la Tulipe qui fêtera son 50^e anniversaire en 2020. Pour ce jubilé, nombreuses nouvelles animations ponctueront la Fête de la Tulipe et diverses actions promotionnelles seront mises en place afin d'élargir le public de la Fête.

Maison du Tourisme Bière

Morges Région Tourisme, en collaboration avec Eric Caboussat et Guy Voumard, installent dans la Maison du Tourisme de Bière une salle d'exposition dans son ancienne salle d'attente dès le 15 janvier 2020. Quatre expositions sont prévues pour l'année.



Carré d'Expo à Bière



L'application « Morges : Guide »



Fête de la Tulipe 2019



Rue du Château 2 | Case postale 55 | 1110 Morges 1
Tél +41 (0)21 801 32 33
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.

