

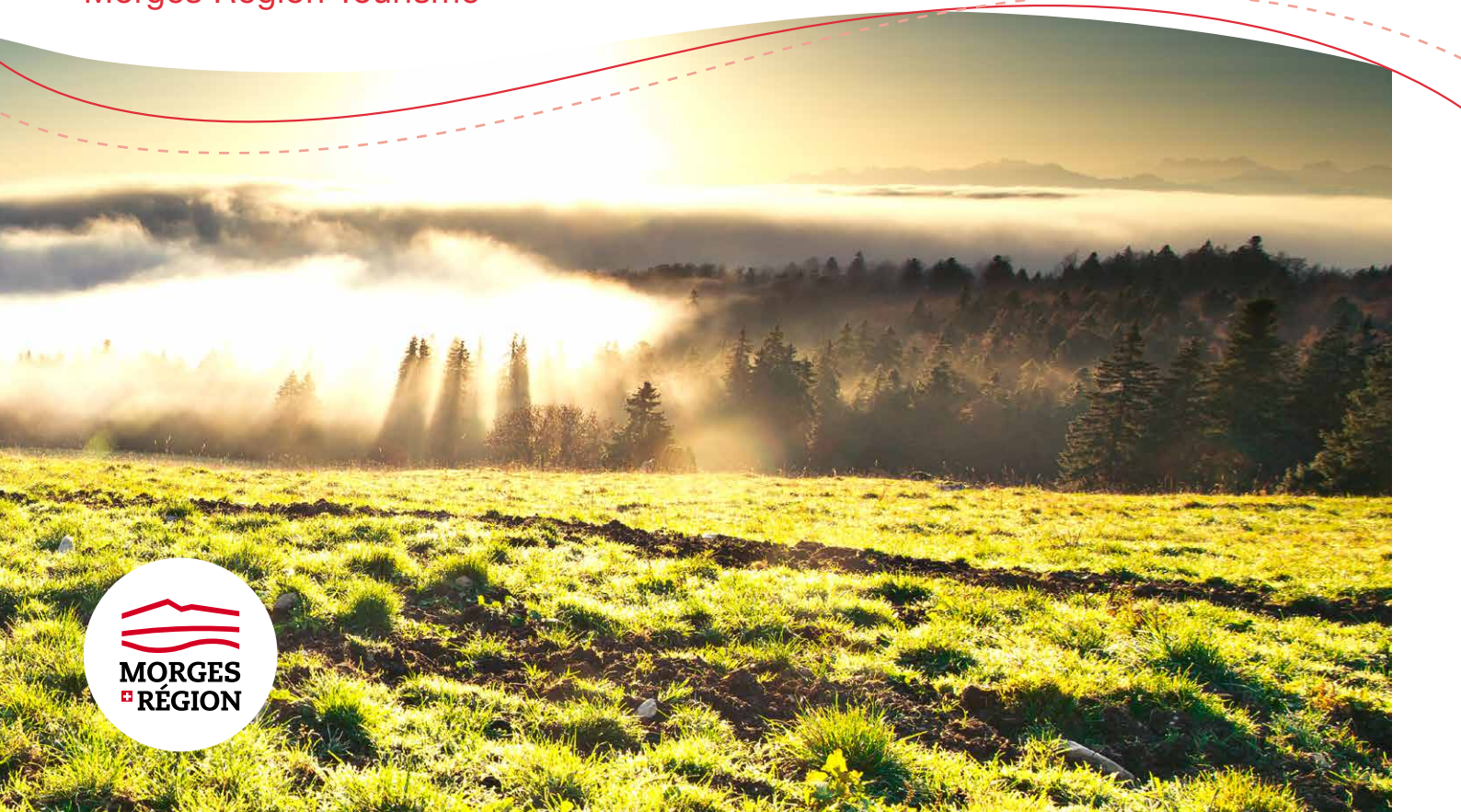
RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

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 ©
Marc Baertsch, Grégoire Chappuis, Olivier Demierre
Office du Tourisme du canton de Vaud, Yves Paudex
Morges Région Tourisme, Studio Patrick Jantet

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 2017 en chiffres | 19

Les comptes 2017 | 21

Bilan au 31 décembre 2017 | 22

Les projets et les perspectives | 24

Le message du Président

Chers membres, chers amis du tourisme,

Nous vivons dans l'une des plus belles régions du monde!
Nous le savons tous... mais il n'est parfois pas inutile de se le rappeler, et ne pas banaliser les richesses qui nous entourent...

L'an dernier, l'exceptionnelle exposition consacrée à Audrey Hepburn & Hubert de Givenchy, a projeté un éclairage extraordinaire sur Morges et son district l'espace d'un été...

Mais est-ce suffisant pour permettre à chacune et à chacun de prendre conscience de l'importance du tourisme et de l'économie qu'il génère?

Partout, années après années, les régions, les communes, investissent pour être plus compétitives, pour améliorer l'accueil, pour devenir des destinations attirantes et séduire toujours plus de visiteurs.

Nous devons faire de même et capitaliser sur de tels événements.

Bien sûr, chaque étape peut parfois durer et prendre du temps pour se concrétiser...

Cependant, comme en témoigne l'inauguration, ce printemps 2018, de notre premier point d'information touristique au Pied du Jura, dans la gare de Bière, que la réalisation est belle et riche en projets de développement avec nos nombreux partenaires sur les hauts du District.

Une maison du Tourisme qui augure également d'une nouvelle forme de collaboration avec l'association du Parc Naturel Régional Jura Vaudois et ses nombreuses offres d'importance régionale.



2017 aura également été marqué par un événement extrêmement important pour le Pool Marketing réunissant les hôteliers de la Côte, Nyon Région Tourisme et Morges Région Tourisme.

En effet, notre groupe de promotion œuvrant spécifiquement à la mise en valeur de nos 2 destinations, s'est vu rejoint par Vallée de Joux Tourisme.

Ainsi, avec l'arrivée de ce nouveau partenaire et son programme varié le long du Jura et naturellement à la Vallée de Joux, c'est une magnifique forme de complémentarité et de diversité des offres de nos destinations qui est dorénavant proposée.

A vous, chers membres, amis, privés ou communes, nous aimerions, une fois encore, témoigner notre reconnaissance pour votre important soutien et votre confiance.

Vous êtes indispensables à la vie de notre association.

Mes sincères remerciements, également, à l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de Morges Région Tourisme pour leur motivation et l'excellence de leur travail au service de notre région et de ses visiteurs.

A tous, je souhaite une très belle lecture.

Yves-Etienne Kahn

Président

Les missions, les organes et la politique touristique



Nos missions

Notre association a pour but de développer le tourisme de l'ensemble du territoire du district de Morges. Plus précisément, Morges Région Tourisme a deux axes prioritaires :

1 Gérer la promotion, la communication, le marketing et la stratégie touristique

- Etablir une stratégie de communication et de promotion
- Promouvoir l'offre touristique du district de Morges en Suisse et en Europe
- Agrémenter et faciliter le séjour des hôtes dans le district de Morges
- Développer de nouveaux produits touristiques inter-destinations (niveau régional, cantonal et national)

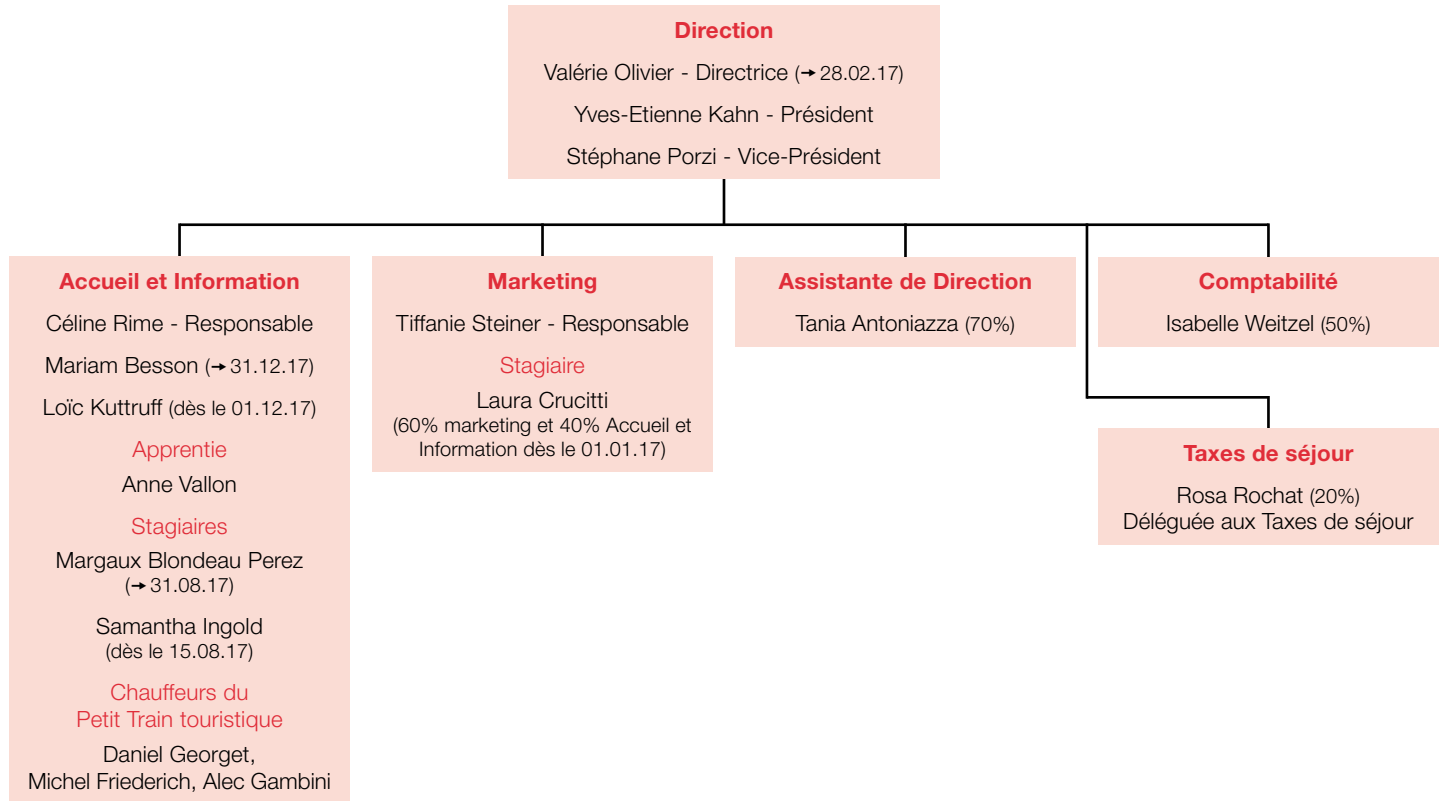
- Créer, coordonner et gérer les outils de communication et de promotion (site Internet, réseaux sociaux, brochures, etc.)
- Apporter un soutien actif à l'organisation de manifestations de rayonnement national et international
- Créer et gérer un observatoire du tourisme lui permettant de connaître l'état et l'évolution de la fréquentation touristique régionale
- Organiser et gérer les contacts avec la presse
- Créer, coordonner et gérer les offices du tourisme locaux en charge de l'information, de l'accueil et de l'animation touristique répartis sur le territoire du district

2 Assurer l'organisation, la gestion et l'administration de l'association touristique

- Assurer La Direction générale, administrative et financière de l'association
- Gérer les ressources humaines
- Établir les rapports d'activités à l'intention du Comité et de l'Assemblée Générale
- Gérer les relations avec les partenaires extérieurs (ARCAM, OTV, GastroVaud, Suisse Tourisme, Parc Jura vaudois, associations régionales, etc.)



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

Félix Pernet, *membre,*

représentant de l'Association des Vins 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

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 2017

Fidacor à Morges, société fiduciaire de Morges Région Tourisme

Les membres

L'effectif de nos adhérents est de 265 membres, dont 55 communes, 133 professionnels, 71 membres supporters et 6 membres d'honneur.

Les Présidents d'honneur

Gilbert Folly, *Lonay*

Xavier Salina, *Epalinges †*

Les membres d'honneur

Albert Dutoit, *Eclépens*

Philippe Fehlmann, *Denens*

Eric Voruz, *Morges*

Pierre Gaillard, *Morges*



Le groupement d'animation locale de Morges

Yves-Etienne Kahn, *Président du groupement d'animation locale*

Mariam Besson, *secrétaire*

Pierre Borel, *représentant GastroVaud, section Morges*

Isabelle Duperrex, *service marketing des Transports MBC*

Blaise Hermann, *représentant de l'Association des Vins de Morges*

Cécile Hussain-Khan, *Présidente de la COOR*

Alain Jaccard, *chef de service Infrastructures, Energies et Espaces publics, Ville de Morges*

Christelle Joly, *déléguée à la vie culturelle, sportive et associative, Ville de Morges*

Yannick Juillerat, *délégué des hôteliers morgiens*

John Rizzo, *gérant du Camping TCS*

Emmanuelle Robert, *chargée de communication, Ville de Morges*

Jean-Claude Rochat, *police du commerce de Morges*

Yvan Schwab, *représentant des musées morgiens*

Corinne Tauxe, *service marketing des Transports MBC*

Pascal Rocha Da Silva, *délégué à la promotion économique*

Les activités 2017



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 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 répondre à toutes les questions des visiteurs.

L'info en chiffres

Durant l'année 2017, près de 3'800 personnes se sont rendues à notre point d'information principal (Rue du Château 2). Nous avons traité plus de 4'900 demandes de renseignement, soit un peu moins de 2'700 demandes au guichet, plus de 1'200 appels téléphoniques et plus de 1'000 emails.

Les questions posées sont principalement ciblées sur le district de Morges, bien que nous donnions également des informations sur d'autres villes touristiques en Suisse.

Au point d'information de l'Hôtel-de-Ville, où nous sommes restés jusqu'à fin mars 2017, nous avons accueilli près de 650 personnes, renseigné au guichet 500 personnes, avons répondu à plus de 100 appels téléphoniques et traité plus de 400 emails.

Les prestations

Nos prestations varient selon les points d'information. Au point d'information principal (Rue du Château 2), nous conseillons la clientèle sur les possibilités d'excursions et activités dans la région et effectuons la location de matériel de CityGolf ainsi que les réservations pour le petit train touristique. Les demandes concernent principalement les domaines suivants : patrimoine culturel, nature, événements, manifestations et œnotourisme. A l'Hôtel-de-Ville nous renseignons nos visiteurs au guichet et par téléphone, sur le renouvellement des abonnements Mobilis, la vente des cartes journalières Publibike ainsi que diverses ventes de marchandises.

Les points I

Tout au long de l'année, nous approvisionnons plusieurs points d'information. Nous mettons ainsi à disposition de nos visiteurs différents supports d'information au Château de Morges ainsi que dans notre Petit Train touristique. Durant la Fête de la Tulipe, nous nous occupons aussi du point d'information situé à la cantine, dans le Parc de l'Indépendance. Nous mettons également à disposition notre brochure générale au Restoroute de Bursins (relais autoroutier de La Côte) pour les personnes qui se rendent en direction de notre district. Afin de permettre à nos hôtes d'être toujours bien renseignés, également en dehors des heures d'ouverture de nos points d'information, une borne interactive située devant l'Office du Tourisme de la rue du Château fonctionne en continu.



Le Label de Qualité

Chaque année nous mettons en place différentes procédures et mesures au sein de notre office, qui sont ensuite validées par la Fédération Suisse du Tourisme et nous permettent d'assurer un service de qualité à nos visiteurs. Ces mesures concernent autant les domaines de l'accueil, du fonctionnement interne et du développement durable. En 2016, nous avons renouvelé et obtenu le Label Qualité niveau II, valable 3 ans.

Classification des appartements de vacances et chambres d'hôtes

Dans le contexte du tourisme suisse, les appartements de vacances et les chambres d'hôtes constituent un complément attrayant à l'hôtellerie. En Suisse, plus de 28'000 objets portent le label de qualité assorti d'un classement allant de une à cinq étoiles.

Pour accéder aux catégories une à cinq étoiles, les appartements de vacances et les chambres d'hôtes doivent remplir un nombre de critères obligatoires et obtenir un nombre de points prédéfinis.

La classification officielle suisse des appartements de vacances et des chambres d'hôtes est gérée par la Fédération Suisse du Tourisme. Morges Région Tourisme est un organe de classification. Nous sommes les interlocuteurs directs des propriétaires et des bailleurs qui veulent faire classer leurs appartements de vacances ou leurs chambres d'hôtes.

La stratégie de promotion touristique

La stratégie de promotion de notre destination est basée sur celle de l'organe de promotion cantonal, l'OTV, qui permet une visibilité globale des atouts touristiques de notre région.

Constatant qu'une approche géographique ne tient plus compte de la réalité touristique, la nouvelle stratégie 2013-17 a, quant à elle, une approche thématique, grâce au système des Domaines d'Activités Stratégiques (DAS). Les DAS sont les chaînes de produits touristiques constituant les atouts forts de la destination.

Dans sa stratégie de promotion touristique, Morges Région Tourisme a défini, 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 2017, 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 2017

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, carte de 18 itinéraires dans le district de Morges.

Sur les traces d'Audrey Hepburn

Français, anglais, japonais, réédition de 3'000 exemplaires. Ajout d'un encart sur l'exposition Audrey Hepburn & Hubert de Givenchy « Une élégante amitié ».

Petit Train touristique

Français, allemand, anglais, édition de 3'000 exemplaires. Mise à jour du dépliant Petit Train Touristique, comprenant les horaires 2017 du tour de ville et viticole, ainsi que des sorties spéciales « Train des Vignes », « Train à la Ferme » et « Train Audrey Hepburn ».

La Côte à vélo

Français, allemand, anglais, pas de réédition en 2017 (stock suffisant). 13 itinéraires cyclables entre Morges et Nyon.

Brochure hébergements 2017

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.

Brochure Raconte-moi La Côte

Français, allemand, anglais. Nouvelle édition de la brochure d'appel en partenariat avec Nyon, 15'000 exemplaires.

E-marketing

Le site Internet www.morges-tourisme.ch

Comparatif des visites 2016/2017	2016	2017	Variation
Nombre de visites	235'321	157'919	-32.89%
Nombre d'utilisateurs différents	168'744	115'409	-31.6%
Nombre de pages vues	712'511	452'151	-36.5%
Mois record (visites) : avril	36'300	37'216	+2.5%
Moyenne par mois (visites)	19'610	13'159	-32.9%

La baisse de fréquentation du site peut s'expliquer par le lancement du nouveau site Internet de Morges Région Tourisme en mai 2017. Pendant toute l'année 2017 les contenus ont été mis à jour et les pages adaptées. Il est normal lors du lancement d'un nouveau site Internet de perdre en visibilité et en référencement, pendant cette période de transition, les visites sur le site peuvent baisser dû au fait que les pages ne sont pas renouvelées et qu'il y a une période d'adaptation pour le référencement sur Google. Un mois après le lancement, la baisse de fréquentation était de près de 60%, elle est aujourd'hui à moins 30%. L'année 2018 sera donc consacrée à l'optimisation du référencement et la promotion du site Internet.

Provenance des visiteurs	2016	2017	Variation
Suisse	80.20%	77%	-3.2%
France	8.21%	7%	-1.21%
Allemagne	3.21%	2%	-1.21%
USA	1.05%	1.5%	+0.45%
UK	1.08%	1.1%	+0.02%

Top 5 - Pages les plus consultées	2016	2017	Variation
1. Fête de la Tulipe (fr)	8'443	8'388	-0.65%
2. Webcam (fr)	11'512	12'646	+8.9%
3. Manifestations (fr)	8'257	9'152	+9.8%
4. Activités et excursions	7'826	3'087	-60%
5. Hébergement	5'130	1'920	-62%

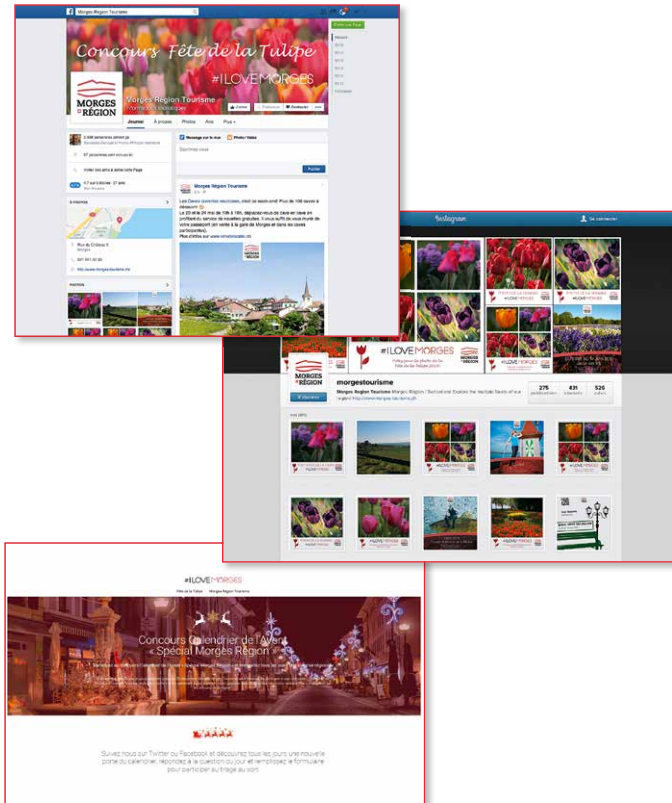
Top 3 - Pages consultées sur mobile	2016	2017	Variation
1. Fête de la Tulipe (fr)	8'244	11'135	+25.9%
2. Webcam (fr)	5'590	3'767	-32.6%
3. Manifestations (fr)	4'904	4'120	-15.9%

On remarque qu'une partie des utilisateurs préfèrent désormais le site mobile. C'est pourquoi il est important d'avoir un site Internet « responsive ». Le projet de refonte des sites Internet de tout le canton de Vaud entre très clairement dans cette démarche.

Les réseaux sociaux

Depuis maintenant 4 ans, une réelle stratégie a été établie sur les réseaux sociaux. Celle-ci a en effet porté ses fruits 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 tel qu'un calendrier de l'Avent pendant la période de Noël ainsi qu'un concours photo durant la Fête de la Tulipe. En 2017, un budget a été consacré à la promotion payante sur les réseaux sociaux afin d'augmenter le nombre de visiteurs sur notre site Internet.

Réseau social	Nombre en 2016*	Nombre en 2017**
Facebook	3'729 fans	4'122 fans
Twitter	1'292 followers	1'486 followers
Instagram	842 abonnés	1015 abonnés



* Situation au 31 décembre 2016

** Situation au 31 décembre 2017

Les visites de presse

Les visites de presse ainsi que les actions de relations médias sont des moyens de communication et de promotion extrêmement efficaces. 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 est indispensable au succès de ces visites, qui ne seraient rien sans leur accueil de qualité.

En 2017, nous avons organisé 18 visites de presse et accueillis 56 journalistes au total. Nous constatons une hausse des visites de presse en 2017 par rapport à 2016. La majorité des visites de presse était consacrée à l'exposition Audrey Hepburn & Hubert de Givenchy à Morges.

Date	Media	Pays	
19-20.01.2017	Panorama Auto	Italie	3
21-22.01.2017	Wir Eltern	Suisse Allemande	4
05-06.04.2017	France 2 – Télématin	France	4
20-21.04.2017	Voyages de presse France	France	8
02-03.05.2017	Une porte sur deux continents	Canada	2
17-20.05.2017	Spectator UK	Angleterre	1
18-20.05.2017	Voyages de presse (Touring, Connoisseur, Dornbusch)	Suisse Allemande	3
22-23.05.2017	Femmes actuelles	France	2
28.05.2017	Téléactualité chinoise – Fresh Journey	Chine	8
30-31.05.2017	Voyage de presse l'Alsace, Voyager.fr	France	2
14.06.2017	MoTourMedia Alpentourer	Allemagne	1
15-16.06.2017	Voyages de presse Frauenpower	Allemagne	4
06-08.07.2017	Garden Magazine	Chine	3
23.08.2017	Roberto Cantini	Italie	1
21-22.09.2017	Magazine Détours en France	France	2
10.10.2017	JP - World Tour - Perfect Map by BS Fuji TV 5	Japon	5
16.10.2017	Magazine Dove	Italie	2
01.11.2017	Fam Trip Travel Studio Masahiko Tsuya	Japon	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, présente au Comptoir à Lausanne et au Freisein à Zürich 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».

Collaboration avec Nyon Région Tourisme

Le caractère largement identique de nos structures d'offre touristique et de la demande ainsi que l'importance comparable des deux destinations ont conduit à la création du Pool Marketing Nyon-Morges. Un budget a été mis en commun avec Nyon Région Tourisme ainsi que la section La Côte d'hotellerie suisse pour la réalisation d'actions communes. Les actions communes se sont

intensifiées en 2017. Une brochure d'appel en trois langues a été réalisée pour promouvoir la région dans son ensemble. Le Pass Wine-Tasting mis en place par l'association des Vins de Morges a été étendu sur toute la Côte.

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 (2017) 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.

Les manifestations

Soutien aux organisateurs de manifestations

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

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

Nous soutenons également d'autres manifestations comme Les Voiles Latines à la Fête du Vieux Port, 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

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 Suisse Tourisme (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 2017



L'année 2017 en chiffres

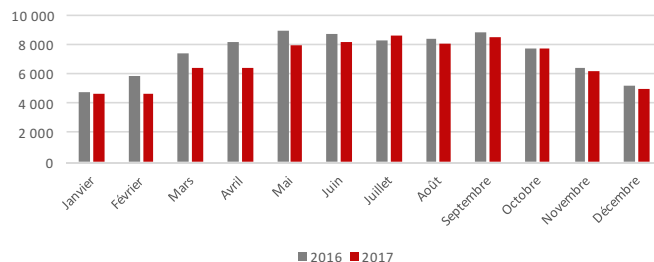
Nombre d'arrivées, de nuitées

District de Morges

Année	Arrivées totales	Arrivées variation	Nuitées total	Nuitées variation
2016	44'528		88'532	
2017	43'246	-2.9%	82'261	-7.1%

Répartition mensuelle des nuitées hôtelières

District de Morges



Nuitées District de Morges (par mois)

Mois	2016	2017	Variation absolue	Variation relative
Janvier	4'790	4'591	-199	-4.15%
Février	5'841	4'632	-1'209	-20.70%
Mars	7'342	6'375	-967	-13.17%
Avril	8'170	6'353	-1'817	-22.24%
Mai	8'930	7'922	-1'008	-11.29%
Juin	8'708	8'199	-509	-5.85%
Juillet	8'232	8'572	340	4.13%
Août	8'386	8'104	-282	-3.36%
Septembre	8'824	8'537	-287	-3.25%
Octobre	7'675	7'728	53	0.69%
Novembre	6'445	6'233	-212	-3.29%
Décembre	5'189	5'015	-174	-3.35%
Total	88'532	82'261	-6'271	-7.08%

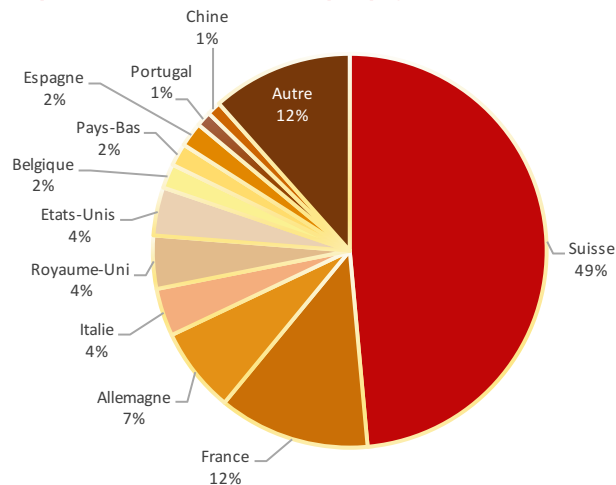
Durée moyenne de séjour

District de Morges		Canton de Vaud	
2016	1.99	2016	2.09
2017	1.90	2017	2.06

Taux d'occupation des chambres

District de Morges		Canton de Vaud	
2016	40.5%	2016	52.5%
2017	37.9%	2017	53%

Répartition 2017 des nuitées par pays en %



Nuitées cumulées 2017 en Suisse

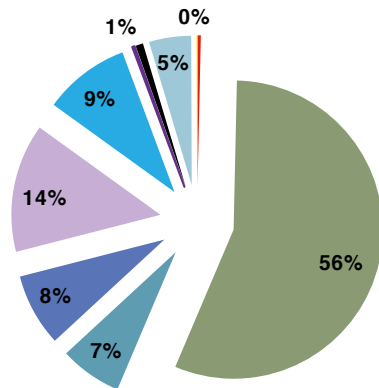
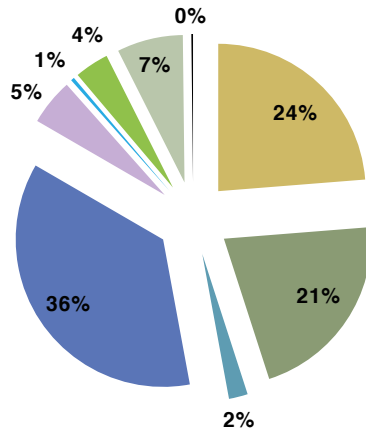
Région	Nuitées 2016	Nuitées 2017	Evolution
District de Morges	88'532	82'261	-7.08%
District de Nyon	181'326	178'870	-1.35%
Yverdon-les-Bains et environs	127'647	124'468	-2.49%
Lausanne agglomération	1'151'039	1'277'800	6.67%
Canton de Vaud	2'795'567	2'889'576	3.36%
Suisse	35'532'576	37'392'740	5.24%

Camping TCS à Morges

Année	Nuitées visiteurs (hors-résidents)	Nuitées variation
2016	17'484	
2017	17'168	-1.80%

Source : Statistiques touristiques (HESTA-OFS) décembre 2017 Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV), Office fédéral de la statistique (OFS), statistique de l'hébergement touristique, données 2017 définitives

Les comptes 2017



COMPTE D'EXPLOITATION

2017

CHF

TOTAL RECETTES MRT

964 915.55

Contribution « Régional »	229 083.00
Contribution « Maisons du Tourisme »	205 330.00
Contribution ARCAM/LADE	20 000.00
Taxes de séjours/résidences secondaires	350 000.00
Cotisations membres	48 908.35
Revenus s/prestations	3 728.40
Produits promotion	36 190.00
Animations, manifestations	69 917.65
Autres recettes	1 758.15

TOTAL CHARGES MRT

948 764.28

Achats de marchandises	3 329.72
Ressources humaines	531 761.50
Loyers et charges	63 888.05
Frais d'administration	74 713.41
Promotion	132 278.23
Animations, manifestations	88 879.50
Frais « Maisons du Tourisme »	2 359.20
Autres charges	7 743.13
Amortissements	43 300.49
Impôts directs	511.05

BÉNÉFICE 2017

16 151.27

Comptes 2017 | Bilan au 31 décembre 2017

ACTIF	CHF	PASSIF	CHF
ACTIFS CIRCULANTS	174 725.16	FONDS ÉTRANGERS	148 818.61
Liquidités et titres	60 412.88	Dettes à court terme	27 404.70
Caisse	1 375.55	Dettes à long terme	115 246.16
Poste	26 800.28	Prêt Petit Train (Ville de Morges)	51 246.16
Banque MRT - BCV 298.80.97	32 237.05	Prêt Petit Train (LADE)	64 000.00
Créances résultant de prestations	82 366.06	Passifs transitoires	6 167.75
Débiteurs compte collectif	62 627.55	FONDS PROPRES	225 486.76
Débiteurs divers	19 738.51	Capital	74 431.98
Stock de marchandises	1 500.00	Résultat de l'exercice	16 151.27
Actifs de régularisation	30 446.22	Fonds de réserve « Taxes de séjour »	8 903.51
Actifs transitoires	30 438.75	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	199 580.21	Fonds de réserve « MRT »	126 000.00
Immobilisations financières	15 404.05	Fonds de réserve « actions marketing »	40 000.00
Garantie loyer - BCV R 5371.63.01	15 004.05	Fonds de réserve « aménagements futurs »	32 000.00
Garantie Peoplefone AG	400.00	Fonds de réserve générale	54 000.00
Immobilisations corporelles meubles	184 176.16	TOTAL DU PASSIF	374 305.37
Mobilier et installations	23 550.00		
Machines de bureau, informatique	4 920.00		
Livecams	10 460.00		
Petit Train	95 246.16		
Chalets	50 000.00		
TOTAL DE L'ACTIF	374 305.37		

Les projets et les perspectives 2018



Maison du Tourisme de Bière

Les transports de la région Morges Bière Cossonay (MBC) et Morges Région Tourisme (MRT) font équipe pour animer une Maison du Tourisme au sein du bâtiment de la gare de Bière entièrement rénové. L'espace, inauguré ce 18 avril 2018, 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, les produits du terroir, l'œnotourisme et l'hébergement.



Partenariat – Pool marketing Nyon

Morges – La Vallée de Joux Tourisme

Vallée de Joux Tourisme, Nyon Région Tourisme et Morges Région Tourisme ont souhaité promouvoir leur région respective au travers d'un pool marketing commun. En effet, depuis déjà quelques années Nyon et Morges Région Tourisme en partenariat avec les hôteliers de La Côte collaborent sur de nombreux projets et actions de promotion. En 2017, des réflexions ont été menées et le souhait de mieux valoriser les hauts des districts a été émis. Ce partenariat avec la Vallée de Joux permet une promotion à plus grande échelle et un positionnement « Nature » renforcé. Pour l'année 2018, les trois OT proposent une carte de réduction « Wild Pass » et offrent des réductions sur les activités de la région. Les trois destinations sont présentes sur différents salons en France voisine et en Suisse allemande. Une campagne digitale est également menée en Suisse allemande.

Tour de Romandie

En 2018 Morges Région Tourisme participe au 72^e Tour de Romandie en collaboration avec les Vins de Morges. Présents sur un stand dans le village d'arrivée durant toute la semaine ainsi que dans la voiture publicitaire, Morges Région Tourisme fera la promotion de la région au travers d'un événement qui attire chaque année plus de 100'000 visiteurs. Morges Région Tourisme invite cette année la Maison de la Rivière, L'Arboretum et La Fromagerie Gourmande sur le stand afin de permettre aux partenaires de mettre en avant leurs activités.



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 sincèrement et chaleureusement tous nos partenaires Premium de leur confiance renouvelée.

