



**VAUD**   
Région du Léman



# Rapport d'activité 2020



*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
- VP:** Vaud Promotion
- ST:** Suisse Tourisme

**Impressum**

*Rédaction*  
Morges Région Tourisme

*Conception graphique et impression*  
Imprimerie Hermann SA, Morges  
[www.imprimerie-hermann.ch](http://www.imprimerie-hermann.ch)

*Photographies ©*  
Arboretum du Vallon de l'Aubonne, Anne Moscatello,  
André Meier, Caroline Muller, Marco Lopez, Morges Région  
Tourisme, Raphaël Dupertuis, Salvatore Gervasi.

# Sommaire

Le message du Président | 2

## Les missions, les organes et la politique touristique

Nos missions | 4

Organigramme | 5

Notre structure | 6

## Slow tourisme

Le tourisme lent - un positionnement de font | 8

La stratégie de promotion touristique | 10

## Les activités

Accueil & Information | 12

Le Petit Train | 18

Actions promotionnelles 2020 | 19

Les supports de communication | 20

Les visites de presse | 25

La promotion, les représentations et les partenariats | 27

## Les statistiques et les comptes

L'année 2020 en chiffres | 30

Les comptes 2020 | 32

Bilan au 31 décembre 2020 | 33

## Les projets et les perspectives | 34

## Prendre le temps de façonner le futur ensemble ! | 37

# Le message du Président et de la Directrice

**Chers membres, chers partenaires, chers amis du tourisme,**  
2020, un millésime qui viendra, c'est certain, abondamment alimenter les livres d'histoire... Une année que jamais nous ne pourrons occulter. Bien évidemment !

Comment oublier ce basculement en quelques semaines, en quelques jours, vers ce monde confiné imposé par ce désastre sanitaire majeur ? Villes abandonnées, hôtels, restaurants, commerces pour la plupart fermés ou désertés, et pour nous, organisations touristiques, clients envolés....

Comment oublier le printemps 2020 ?

Ainsi, comme chaque acteur économique touché, notre organisation touristique a dû s'adapter, recomposer, se réinventer....

Réouvrir dès que possible, être présente pour accueillir, conseiller, proposer, orienter... Malgré une fréquentation en chute libre, bien évidemment, il était nécessaire aussi de rassurer, offrir des alternatives, redonner de la vie aux loisirs....et des loisirs à la Vie !

Nos Maisons du Tourisme sont restées des phares dans la morosité ambiante, accueillant, entourant les visiteurs, suisses pour la grande majorité, dès leurs retours, progressivement dès juin, la plupart du temps pour des escapades d'un jour, de quelques heures, dans notre splendide région.

Et à notre Petit Train touristique de reprendre ses balades les longs de nos quais, de sillonner à nouveau notre magnifique vignoble, de ramener une forme de bonne humeur, d'insouciance, aux enfants, aux parents, à l'ensemble de ses passagers ....

Dans cette longue période d'incertitudes, de méfiance, chaque collaboratrice, chaque collaborateur, a donné le meilleur pour apporter cet indispensable bonheur à tous vacanciers à la recherche d'évasion.... fût-il en provenance du village d'à côté !

Bravo et Merci à vous toutes et vous tous, Merci à notre directrice, Jacqueline Ritzmann pour le remarquable travail réalisé malgré tout....

Nos visiteurs, et ils nous en font parts, n'oublieront pas non plus de sitôt cette année 2020 si particulière, mais également le magnifique accueil reçu dans notre si belle région.

Merci à vous, nos fidèles partenaires, nos précieux membres, pour la plupart également chahutés par cette crise sans précédent, de nous soutenir même, surtout, dans la tourmente, afin de nous permettre de remplir notre mission la plus importante: amener une touche de bonheur dans le coeur de chacun de nos visiteurs....

Nous y parvenons grâce à vous !

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.

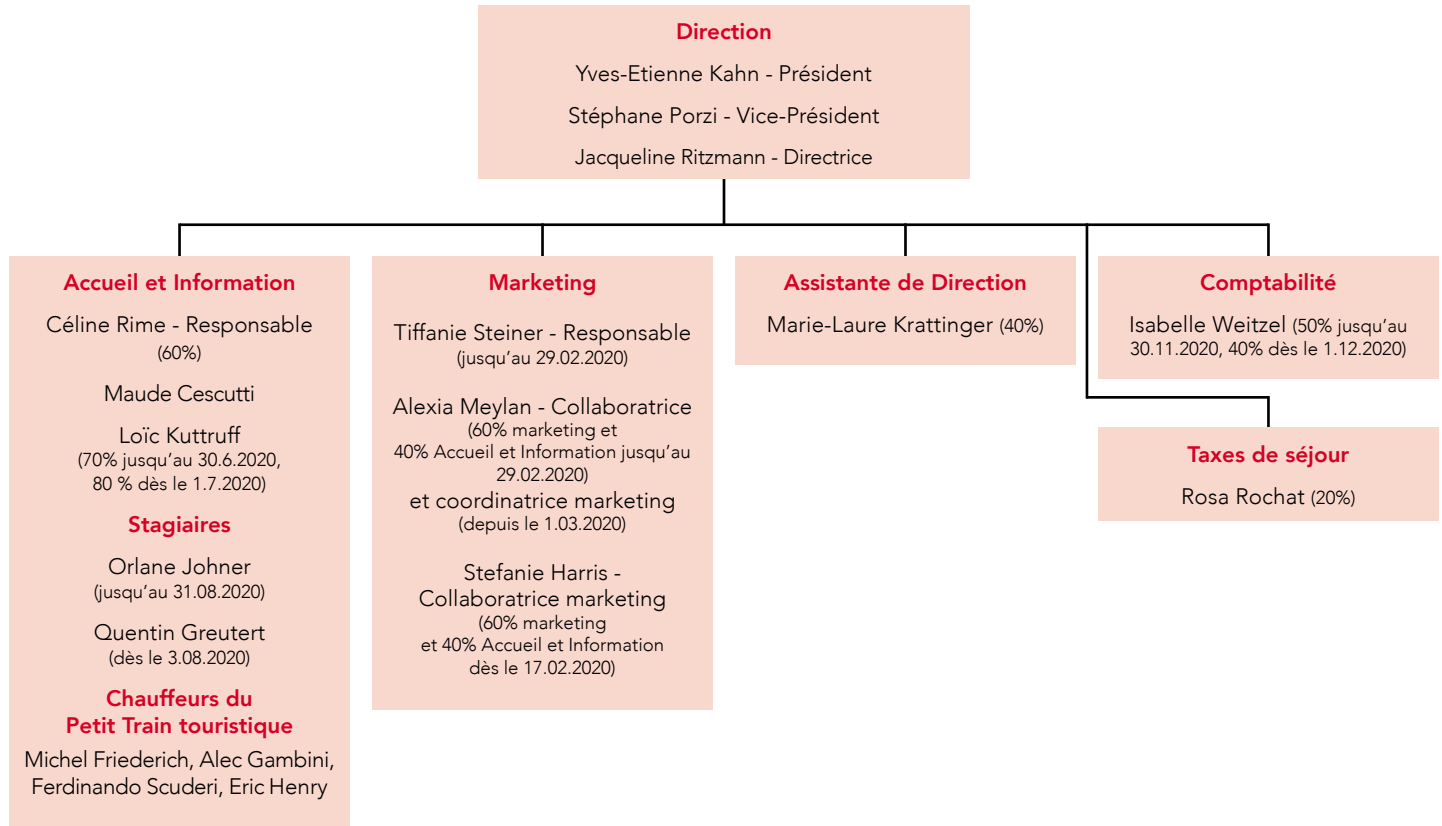
Notre association Morges Région Tourisme a pour but de développer le tourisme de l'ensemble du territoire du district de Morges en assurant une coordination entre partenaires touristiques, politiques et économiques de notre région.

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 (jusqu'au 28.05.2020)*

Véronique Hermanjat, *membre de droit,*

*déléguée au tourisme ARCAM (dès le 29.05.2020)*

Jacques-Henri Burnier, *membre de droit,*

*représentant de la Commune de Bière (jusqu'au 30.06.2020)*

Michel Dénéreaz, *membre de droit,*

*représentant de la Commune de Bière (dès le 01.07.2020)*

### 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 2020

Fidacor à Morges, société fiduciaire de Morges Région Tourisme

### Les membres

L'effectif de nos adhérents est de 294 membres, dont 55 communes, 163 membres professionnels, 71 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 une 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.

En raison de la pandémie les Etats Généraux du Tourisme n'ont pas pu avoir lieu en 2020. Ces derniers ont été reportés en juin 2021 pour clôturer le projet « *Slow Destination* » soutenu par le fond Innotour et porté par Morges Région Tourisme, les MBC, Le Parc Jura vaudois et l'ARCAM.

### 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 2020, Morges Région Tourisme a organisé une rencontre avec les points i dans

le but d'échanger des informations et de donner des formations. Le responsable d'exploitation 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 et avec la commune de Saint-Prex en mai 2020. 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**

### 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 naturel régional Jura vaudois est arrivé à son terme en novembre de cette année (\*\*).

Le positionnement de Morges Région Tourisme 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. Pour Morges Région Tourisme, le projet Slow Destination a été un réel challenge. Il nous a appris en outre que dans un tel projet complexe l'environnement peut changer rapidement et, de ce fait, certains sous-projets tels que pensés initialement ont dû être adaptés ou n'ont pas pu être réalisés.

Nous retenons que globalement le projet n'a été que bénéfique :

Le processus mené pour arriver à notre nouveau positionnement *Slow Tourisme!* nous a permis une approche, une écoute et un engagement actifs avec les parties prenantes et nos partenaires (communes, prestataires professionnels etc.) ;

- Il a permis une implication directe des partenaires et la création de valeurs humaines;
- Il a permis la création de produits à valeur ajoutée ;
- Il nous a donné un ADN ;

Le résultat de notre nouveau positionnement *Slow Tourisme!* nous per-

mettra à la fois d'apporter une meilleure visibilité dans et pour notre région, de nous distinguer, de souligner notre engagement et de pouvoir continuer notre développement touristique avec confiance.

## Le nouveau logo, élément principal de notre identité

Le nouveau logo permet un positionnement clair, ainsi qu'une communication adaptée. C'est une image puissante évoquant la beauté de nos paysages et le point d'exclamation du *Slow Tourisme!* en rouge symbolise le dynamisme de la région.



*Prendre le temps de ...*  
*Nehmen Sie sich Zeit für...*  
*Take time to ...*

Le nouveau slogan « Prendre le temps de... » quant à lui éveille la curiosité et incite à aller plus loin. Il est décliné selon les domaines d'activités stratégiques et traduit selon les marchés cibles.

Une charte graphique a été créée afin d'accompagner le logo dans les communications et promotions d'offres et événements. Tous les supports online et offline ont été adaptés.

En août 2020 la marque *Slow Tourisme!* a été déposée à l'Institut Fédéral la Propriété Intellectuelle comme marque individuelle, ainsi que les différents pictogrammes déposés par Morges Région Tourisme. Le logo de Morges Région Tourisme a été adapté avec la baseline *Slow Tourisme!*

## Pictogrammes :

L'utilisateur comprend plus facilement le contenu et a une représentation plus rapide d'une fonction ou d'un service.

Slow City														
Slow Travel														
Slow Sleep														
Slow Food														
Slow Wine														
Autres														



Le Slow Tourisme trouve son fondement dans le mouvement slow apparu dans les années 1980 en réaction à l'accélération de la vie moderne. Dans ce sens, le slow tourisme est un tourisme plus authentique, écologique et responsable.

C'est une manière de voyager dans laquelle l'authenticité et la qualité de l'expérience vécue prime sur la rapidité et la quantité des activités.

« Le district de Morges, de par son identité, se prête parfaitement au Slow Tourisme, et ce dernier répond tout à fait aux aspirations de la population urbaine qui est le public cible principal du tourisme régional. »

\*Le mot tourisme est privilégié, car il est compris dans les différentes langues telles que l'allemand et l'anglais.

\*\*Rapport final projet Slow Destination disponible sur demande.

# 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 Vaud Promotion (\*) 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

\* L'Assemblée Générale extraordinaire de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud a adopté le 14 décembre 2020 de nouveaux statuts est devenue le 1<sup>er</sup> janvier 2021, l'organisme en charge de la promotion multisectorielle du canton de Vaud, sous le nom de **Vaud Promotion**.

La création de Vaud Promotion a pour objectif de réunir sous une même identité les acteurs vaudois du monde viticole, agricole, touristique, culturel, sportif et économique incarnant les valeurs de la marque. Il reprend les missions dévolues à l'Office du tourisme du canton de Vaud et Vaud Terroirs, tout en les élargissant. Les structures de direction et opérationnelles sont en cours de mise en place.

	Priorité
 <b>Culture, Patrimoine et Traditions</b> Musées, patrimoine bâti, théâtres, spectacles réguliers, traditions ou expressions vivantes.	1
 <b>Nature</b> Paysages d'exception, sentiers pédestres, transports touristiques, cyclotourisme, tourisme rural, biodiversité urbaine, jardins publics, activités lacustres, activités estivales.	1
 <b>Art de Vivre</b> Viticulture, œnologie, haute gastronomie, produits du terroir, centres de bien-être, shopping.	1
 <b>Événements et Festivals</b> Festivals, événements culturels ponctuels dans les domaines du sport, de la musique, du théâtre et de la danse.	2
 <b>Activités hivernales</b> 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
 <b>Tourisme d'affaires</b> 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 2020*



## 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. En cette année 2020 chamboulée, l'équipe de l'accueil a dû se résoudre à réduire ses visites à ses partenaires et tenter de jongler entre les annonces de fermetures et d'ouvertures de nos précieux partenaires par les autorités.

Durant la première partie de 2020, l'accueil de Morges a profité d'un lifting. Effectivement, le desk a été remplacé par un modèle plus moderne, d'autres aménagements intérieurs ont été réalisés pour augmenter le confort du client lors de sa visite. Ces modifications ont également permis de modifier et renommer l'office du tourisme de Morges en Maison du Tourisme. Cette dénomination permet entre autre une meilleure visibilité et une vision plus moderne de notre travail.



### L'info en chiffres

Durant l'année 2020, près de 2'156 personnes se sont rendues à notre Maison du Tourisme à Morges. Cela représente une baisse de plus de 50% de visiteurs comparé à 2019. Nous avons traité environ 2'100 demandes de renseignement, soit un peu plus de 1'400 demandes au guichet, environ 500 appels téléphoniques et environ 200 emails. Durant cette même année, un peu plus de 1'120 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. Alors que les années précédentes, les hôtes demandaient en premier lieu des plans de ville ainsi que des informations sur les diverses manifestations, les sujets les plus demandés en 2020 ont été de loin et sans grand étonnement les randonnées à pied, vélo et en raquette. Viennent ensuite les demandes sur la CGN, les plans de ville et sur les différentes manifestations et musées. A Bière, les demandes concernent principalement la vente de titres de transport, contre 10% de demandes touristiques en augmentation par rapport aux deux dernières années.

### 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 et depuis cette année les billets CGN. Nous gérons également le Citygolf. 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 diverses brochures sur le district de Morges.

### CGN – nouvelle vente de billets

Morges Région Tourisme en partenariat avec la CGN propose depuis l'été 2020 la vente des billets CGN directement à la Maison du Tourisme de Morges. Cette offre permet de combler l'arrêt de la vente des billets à l'intérieur de certains bateaux dû aux mesures sanitaires. Cette offre vient compléter le service offert aux clients intéressés aux sorties sur le lac Léman. Il est désormais possible pour l'équipe de l'accueil de proposer directement la vente des billets après avoir conseillé les clients. Le confort est renforcé pour les visiteurs qui peuvent, munis de leurs billets, monter à bord sans s'inquiéter de l'achat d'un billet. Les retours sont unanimement positifs. Le chiffre d'affaires sur les ventes s'est élevé à CHF 7'233.-.

Plus de 300 personnes ont demandé des renseignements aux sujets des croisières CGN. Grâce à ce partenariat, il est possible d'acheter son billet pour une croisière simple, aller-retour, circulaire et les croisières événements comme les soirées fondues au départ de Morges. Sur certaines croisières la réservation d'une table pour y prendre un repas peut également se faire depuis l'accueil.

## Les activités 2020

### Citygolf

Le parcours du Citygolf, composé de 18 trous, s'étend de Morges à Préverenges et est ouvert toute l'année. Avec ou sans réservation (recommandée pour les groupes), les sportifs urbains se présentent à la Maison du tourisme. Là, on leur remet le plan des étapes à suivre, ainsi qu'une canne et une balle de swing golf. Dérivé du golf, ce sport se joue avec une canne à trois faces et une grande balle en mousse. Ainsi équipés, les golfeurs partent en quête des piquets bleus (points de départ) et rouges (endroits à viser). Il est également possible de commencer le parcours depuis Préverenges et louer au Surfshop le matériel. En 2020 cela a représenté un chiffre d'affaires de CHF 1009.- contre un chiffre d'affaires de CHF 1'263.- en 2019.

### Wiil – trottinettes électriques

L'année 2020 a marqué le début d'une nouvelle collaboration entre Morges Région Tourisme et Wiil, qui propose des trottinettes électriques à la location. Wiil est composé de quatre étudiants de la HES-SO Valais Wallis de Sierre et a bénéficié d'une aide de la LADE pour son projet sur l'arc lémanique. A l'aide d'une application, il est ainsi possible de louer trois trottinettes électriques à la Maison du Tourisme à Morges et deux à la boutique Little Cabbage à la Sarraz. Morges Région Tourisme propose trois tours différents pour découvrir les alentours : au bord du lac, au centre-ville et dans le vignoble mais chacun est libre de faire son propre itinéraire.

### TOMAS

Notre plateforme de vente en ligne TOMAS aura subi quelques modifications internes. En effet, dans un premier temps c'était la société SwissCreative qui a créé les activités du district. Depuis 2020, ces activités ont été reprises par Morges Région Tourisme. La gestion et la création se fait par les collaborateurs internes à Morges Région Tourisme. Un nouveau partenaire a proposé pendant cette année ses activités, le Parc naturel régional Jura vaudois. Plus d'une dizaine de leurs activités ont profité de ce système pour la commercialisation. En 2020, le chiffre d'affaires pour les ventes des activités via TOMAS s'est élevé à CHF 14'380.- contre un chiffre d'affaires de CHF 11'697.- en 2019.

### 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 tournis 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. En 2020, une seule distribution a pu être effectuée et ce qu'à la réouverture des différentes entreprises. Dans le but d'augmenter notre communication avec les hôteliers, nous avons créé un bulletin d'information hebdomadaire qui reprend les highlights du moment. Ce document envoyé aux hôteliers ou autres partenaires intéressés en français et en allemand permet la mise en avant de certaines activités.

### **Soutien aux organisateurs de manifestations -année particulière liée au COVID-19**

Cette année 2020 aura mis le secteur touristique à mal et Morges Région Tourisme ne fait pas exception. La chute des nuitées, l'annulation de nombreuses manifestations phares telles que Divinum, Apéro World, la Fête de la Tulipe et les animations liées à son cinquantième anniversaire, le tour de Romandie, le Paillote Festival et le Marché de Noël dans la cour du Château de Morges, le report ou l'annulation d'exposition et toute la saison culturelle des salles de théâtres et spectacles sont des conséquences difficiles pour toute une économie.



## Les activités 2020

Même si les manifestations furent fortement réduites cette année, il était important pour nous de préserver ces liens et leur avons prêté main forte autant que possible :

- Morges Fleur du Léman (Fête de la Tulipe et Les Quais du Dahlia): administration, comptabilité, promotion & presse. Nous avons également co-organisé la vente des bulbes de tulipes qui a tout de même pu se faire mais sous une forme différente pour respecter les mesures sanitaires.
- Marché de Noël : en temps normal, gestion des inscriptions. Cette année, il a d'abord été question de l'organiser autrement avant de finalement prendre la décision de l'annuler.
- Le Livre sur les Quais : stand d'information à la Maison du Tourisme pendant les 3 jours de la manifestation.

Morges Région Tourisme a dû revoir son organisation, créer en très peu de temps et en partenariat avec les autres offices du tourisme de la région, des idées pour relancer la saison. Vaud à la carte, des forfaits hôteliers 2 nuits pour 3 et des offres comme WelQome ont permis de proposer des idées attractives pour les visiteurs ainsi que les partenaires.



### La Maison du Tourisme à Bière

La Maison du Tourisme à Bière a ouvert pour sa troisième année. Celle-ci est gérée conjointement par Morges Région Tourisme et par les MBC (Transports de la région Morges Bière Cossonay). La fréquentation a également connu une baisse dû à la pandémie. En revanche la part de client touristique a augmenté de 3%. De nombreux locaux qui ne sont pas partis à l'étranger ont profité de visiter leur région. Aux abords de la Maison du Tourisme de Bière, deux panneaux sont disposés pendant les heures d'ouvertures pour signifier aux passants que nous sommes ouverts. Ces panneaux reprennent la liste des services proposés aux clients de la Maison du Tourisme.



Dorénavant La Maison du Tourisme de Bière propose un mur consacré au Parc naturel régional Jura vaudois. Un panneau a été posé avec une carte du domaine du Parc ainsi que les chiffres clés. Ce support permet de renseigner au mieux les clients intéressés par la région et ses activités.



### **Nouvelle salle d'exposition**

En janvier 2020, la Maison du Tourisme de Bière a ouvert sa nouvelle salle d'exposition : « Le Carré d'Expo ». L'espace qui servait de salle d'attente a été transformé pour offrir aux artisans et partenaires de la région d'exposer leurs créations ou leurs activités. La première exposition s'est tenue pendant 3 mois de janvier à mars. C'est avec l'aide de Monsieur Caboussat, habitant de Bière et éditeur Cabédita, que ce lieu a pu voir le jour. Une jolie visibilité pour la Maison du Tourisme

grâce à un reportage sur Couleur locale de la RTS qui s'est tenu en partie dans la salle d'exposition. La première exposition s'appelait « Le retour du Soldat » qui offrait grâce à son décor un retour pendant la mobilisation de la Première Guerre Mondiale. La seconde exposition a pris place en été avec les créations du forgeron de Bière Anthony Tschantz et ses toupins. En septembre et en octobre, c'est Guy Voumard, ancien sérigraphe de Bière qui a présenté son travail. Pour finir l'année, la costumière et couturière Lise Corthésy a proposé un voyage au Pays des Merveilles grâce à son décor enchanteur.

### **Nouvelles balades Bière**

Grâce au travail de Monsieur Caboussat, 3 balades ont pu être développées au travers du village de Bière. Ces balades sont disponibles sur le site de Morges Région Tourisme, sur Morges: Guide et prochainement sur papier sous forme de set de table distribué aux différents restaurateurs de Bière ainsi que dans les Maisons du Tourisme de Morges et Bière.

# Le Petit Train

Le Petit Train touristique circule chaque année sur les quais de Morges entre le vendredi Saint et le lundi du Jeûne. En raison du COVID, le Petit Train a uniquement pu commencer à circuler le 27 juin 2020 et la saison a été prolongée jusqu'au 25 octobre 2020. Le Petit Train promène au bord du lac Léman et au cœur de la ville de Morges les passagers lors du tour de ville. Lors du tour du Vignoble, ceux-ci peuvent y découvrir le vignoble de la région et le château de Vufflens. En 2020, des trains spéciaux ont été organisés à la Ferme aux Cretegny, à la Fromagerie Gourmande ainsi que chez différents vigneron. Il existe également la possibilité de louer le Petit Train auprès de Morges Région Tourisme que ce soit pour des sorties d'entreprise ou des fêtes diverses.

## Audio

Le Petit Train s'est doté en 2020 d'un tout nouvel audio pour son tour de ville et du vignoble. Les textes écrits par Morges Région Tourisme ont été traduits en anglais et allemand et enregistrés par des professionnels. Cette nouveauté répond parfaitement à la demande de nos hôtes qui souhaitent en apprendre plus sur notre belle région lors de leurs balades en Petit Train. Le système fonctionne sur une tablette équipée d'une application utilisant un GPS qui détecte l'endroit où passe le train. Une fois que ce dernier entre dans le périmètre défini, le texte audio consacré à ce lieu est diffusé. Il existe également la possibilité de commenter la visite directement grâce à un micro.

## Statistiques annuelles 2018 à 2020

Tours hebdomadaires								
Année	Tour de ville		Tour du Vignoble		Autres billets vendus		Total billets vendus	Total chiffre d'affaires
	Billets vendus	Recette	Billets vendus	Recette	Billets vendus	Recette		
2018	2'599	CHF 13'729	528	CHF 3'077	107	CHF 698	3'234	CHF 17'504
2019	2'278	CHF 12'249	485	CHF 2'718	133	CHF 975	2'896	CHF 15'942
2020	1'979	CHF 9'352	725	CHF 3'825	55	CHF 424	2'759	CHF 13'601

Locations privées		
Année	Nombres de locations	Chiffre d'affaires
2018	44	CHF 22'119.50
2019	49	CHF 16'692.00
2020	10	CHF 3'044.00

Trains spéciaux		
Année	Nombre de billets vendus	Chiffre d'affaires
2018	358	CHF 6'337.00
2019	430	CHF 8'183.00
2020	290	CHF 6'126.00

# Actions promotionnelles 2020

## Dépliant Petit-Train

- Edition de 3'000 exemplaires édités en français, allemand, anglais, comprenant les horaires 2020 des tours de villes, du vignoble ainsi que des trains spéciaux. Distribués dans les différents points I, chez les partenaires, hôteliers.

## Presse / Magazines

- Communiqué de presse pour annoncer le début de la saison du Petit Train et les trains spéciaux
- Publicité dans le magazine Terre et Nature (mise en avant du train des vignes)
- Publicité dans le magazine Loisirs.ch ainsi que sur leur site internet
- Journal de Morges
- Bon 1 billet acheté un offert: Assiette genevoise et ProSenectute

## Site internet / Réseaux sociaux / Tomas

- Espace dédié avec les différentes sorties en trois langues
- 9<sup>ème</sup> page la plus vue de notre site en 2020 (6 premières pages : FTU, manifestations et randonnées)
- 2020 : 3500 clics
- Ouverture d'un système de réservation en ligne en 2019 avec mise en avant des sorties spéciales. En 2020, les activités du Petit Train ont été remises sur TOMAS avec une augmentation des réservations.

- 6 posts Facebook
- Une dizaine de stories Instagram

## Diverses autres actions promotionnelles ont été réalisées durant l'année 2020.

- Deux mentions dans les newsletters Grand Public (2906 abonnés)
- Une mention dans la newsletter membres « location pour entreprises »
- Campagne d'affichage SGA en ville de Morges. 4 semaines entre juin et juillet pour le train des vignes. La campagne en mars-avril pour le lancement de la saison n'a pas pu être faite en raison du Covid.
- Gratuité des enfants durant le mois d'octobre
- BCV extra : 25% de rabais sur les billets normaux
- Annonces des sorties Train des Vignes sur le panneau publicitaire de l'Office du Tourisme
- Montage vidéo sur l'écran d'accueil de la Maison du Tourisme

## Les supports de communication

En 2020, 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](http://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

#### **Guide touristique 2020**

Brochure touristique générale du District de Morges en français, allemand et anglais, éditée à 15'000 exemplaires. Mise à jour annuellement, elle contient toutes les informations nécessaires pour passer un séjour dans la région.

#### **Brochure Hébergement 2020**

Français, allemand et 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.

#### **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.

#### **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, Train à la Fromagerie et Train des Vignes).

#### **Sur les traces d'Audrey Hepburn**

Français, allemand, anglais et japonais. Réédition de notre brochure dédiée à Audrey Hepburn à 3'000 exemplaires présentant les différents lieux qu'elle avait l'habitude de fréquenter.

#### **Plan de région**

Plan de la région morgienne à disposition de nos visiteurs et partenaires pour présenter la région dans sa globalité. Impression de 6000 exemplaires.

### Le site Internet [www.morges-tourisme.ch](http://www.morges-tourisme.ch)

Comparatif des visites 2019/2020	2019	2020	Variation 2019/2020
Nombre de visites	183'692	188'623	+2.68%
Nombre d'utilisateurs différents	134'122	144'012	+7.37%
Nombre de pages vues	377'482	354'483	-6.09%
Mois record (visites) :	35'011 (avril)	18'167 (juillet)	-48.11%
Moyenne par mois (visites)	15'307	13'103	-14.39%

En 2020, les habitudes des visiteurs ont été complètement chamboulées et cela s'est remarqué sur la fréquentation de notre site internet. En effet, même si la fréquentation reste bonne, voire meilleure que l'année dernière, le pic n'a plus lieu pendant le mois d'avril, mais il a bien lieu pendant le mois de juillet. Les pages contenant des informations sur les randonnées, ainsi que les sites naturels de la région (Tine de Conflens, sources de la Venoge) font partie des pages les plus visitées cette année. Le pic reste toutefois moindre par rapport à l'année dernière.

Pour faire face à cet engouement pour les randonnées, nous avons profité de mettre en avant notre application Morges:Guide, qui propose justement des itinéraires dans le district de Morges.

Toutes les randonnées sont également contrôlées et mises à jour au cours de cette année pour offrir des tracés actuels et vérifiés.

Provenance des visiteurs	2019	2020	Variation 2019/2020
Suisse	80.08%	80.92%	+0.84
France	8.55%	5.93%	-2.62
Allemagne	1.55%	1.32%	-0.23
USA	2.31%	2.16%	-0.15
UK	0.99%	5.35%	+4.36

Environ 50% de nos visiteurs sont francophones, 25% sont germanophones et 15% anglophones.

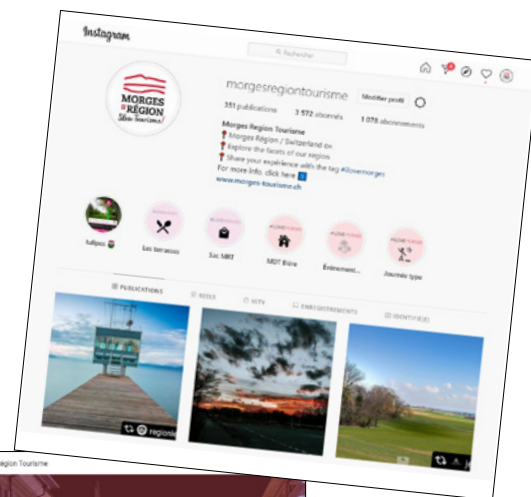
Top 5 des pages les plus consultées	2019	2020	Variation 2019/2020
1. Fête de la Tulipe (fr)	10'774	13'748	+27.60%
2. Fête de la Tulipe (de)	11'501	11'558	+0.49%
3. Webcam (fr)	40'230	97'651	+142.73%
4. Manifestations (fr)	11'959	18'707	+56.42%



## Les activités 2020

Réseaux sociaux	Nombre en 2019*	Nombre en 2020**
Facebook	6'976 fans	8'725 fans
Instagram Morges Région Tourisme	2'140 abonnés	3'363 abonnés
Instagram Culture et patrimoine ouest Vaudois	-	1'292 abonnés
Instagram Art de vivre ouest vaudois	-	1'118 abonnés
Instagram Nature et Hiver ouest vaudois	-	1'378 abonnés

Les 3 derniers comptes Instagram sont des comptes thématiques gérés par MRT et NRT (Nyon Région Tourisme) lancés en 2019 par l'agence digitale Smartfox dans le but de regrouper les abonnés par intérêt.



\* Situation au 31 décembre 2019

\*\* Situation au 31 décembre 2020

### Les réseaux sociaux

Il est démontré que la stratégie digitale est efficace. Morges Région Tourisme continue de travailler ponctuellement avec le 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. En 2020, le concours pour la Fête de la Tulipe ne s'est pas fait. Notre traditionnel calendrier de l'Avent a pu être maintenu et a engendré un taux de participation supérieur à la norme.

Notre nombre d'abonnés ne cessent de croître d'année en année. Cela nous réconforte dans le sentiment que notre contenu plaît à notre communauté.

En 2020, nous avons par exemple mis en avant les restaurateurs de la région en présentant chaque semaine, un restaurateur de la région. Nous avons deux manières bien distinctes de communiquer sur les divers réseaux (Facebook et Instagram) avec un axe de communication informatif sur Facebook et à l'opposé un partage d'image de la région sur Instagram.

### Mise à jour de nos outils digitaux

Nos outils de guidage lancés en 2019 sont aujourd'hui bien implantés dans notre région. De nouvelles mises à jour et améliorations vont

être développées en 2021. Parmi les futures modifications, voici les plus importantes :

- Morges:Guide
  - Ajout d'un bouton « partage » permettant de transférer la balade sur Whatsapp, Facebook ou par email.
  - Affichage de vidéos
  - Ajout d'un lien dans la description des balades permettant de rediriger vers une offre Tomas
  - Uniformisation de la présentation et amélioration de petits bugs
- Chatbot « Barbote »



## Les activités 2020

Aujourd'hui, notre application Morges:Guide rencontre un beau succès autant auprès de la population morgienne que des touristes. A la fin de l'année 2020, nous comptons 750 téléchargements sur IOS et Android confondus et nous comptabilisons 3070 utilisations sur notre web app. Avec ces nouvelles mises à jour, nous espérons augmenter de manière significative notre nombre d'utilisateurs.



Faites connaissance avec Barbote sur le web chat !  
Lien : [bit.ly/barbote](https://bit.ly/barbote)

Scannez le QR code avec votre smartphone et découvrez notre chatbot et notre application !

Utilisez notre web application  
Lien : [bit.ly/balades-morges](https://bit.ly/balades-morges)

### Newsletter électronique

Afin de garder le contact avec nos abonnées, nous avons envoyé 11 newsletters grand public en 2020. En parallèle, nous avons continué à envoyer une Newsletter spéciale « Entre Nous » à nos membres et partenaires afin de leur présenter les nouveaux membres, projets en cours, les statistiques et toute autre information que nous jugeons utile.

Nouveauté en 2020, notre communauté germanophone augmentant d'année en année, nous avons envoyé quelques newsletters en allemand. Avec un taux d'ouverture intéressant, cela nous conforte dans l'idée que ce public est attaché à notre région et nous concluons cette année d'essai avec enthousiasme. Nous reconduirons cette action en 2021.



## 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 seraient rien sans leur accueil de qualité. En 2020, à cause de la situation sanitaire, le nombre de nos visites de presse a fortement chuté. Nous avons organisé 4 visites de presse et accueilli 15 journalistes au total. A titre comparatif, nous avons organisé 15 visites en 2019 et accueilli 55 journalistes.

En partenariat avec le Château de Vullierens, nous devons accueillir des influenceurs, qui n'ont malheureusement pas pu venir en 2020. Nous reconduisons cette action en 2021, en espérant que ces visites pourront avoir lieu.

En complément des visites de presse, nous avons eu l'honneur de participer cette année à l'émission radio de la RTS « On va vers le beau » qui est passée entre le 24 et le 28 août. Elle est aujourd'hui disponible en replay sur la page de l'émission. Ces 5 épisodes emmènent l'auditeur à la découverte du Slow Tourisme dans le district de Morges. Au total, ce sont deux heures et demies d'émission consacrées à la découverte de notre région. Les émissions ont été écoutées entre 40 et 362 fois (état février 2021).

Date	Media	Pays	Nb
11 – 12 juin 2020	Active & Live Wandermagazin SCHWEIZ Brigitte Schweiz Tagblatt der Stadt Zürich Annabelle	Suisse allemande	6
19 – 20 juin 2020	Glückspost	Suisse allemande	2
23 – 24 juillet 2020	Magazine Kochen	Suisse allemande	1
28 – 30 août 2020	Schweiz am Wochenende Migros Magazin Schweizer Illustrierte Belvedere	Suisse allemande	6





# 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.

L'ARCAM a également participé au Climathon cette année. Cet événement annuel organisé sur 24 heures a pour but de réunir des gens du monde entier et d'environnements différents pour trouver des solutions ou des nouvelles idées pour le climat. Cela a été l'occasion de présenter le projet « Slow Destination ».

## Pool Marketing

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 campagne digitale ayant pour but de relancer l'hôtellerie et les séjours dans notre région pendant l'été. Des packages promotionnels ont été créés et des concours organisés afin de dynamiser la campagne. Plus d'informations à la page suivante.

## Parc naturel régional Jura vaudois

Un nouvel 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 est en cours de signature.

Dans le cadre de la mise en avant des activités via la plateforme TOMAS, une dizaine d'entre elles organisées par le Parc naturel régional Jura vaudois ont été insérées et traduites en allemand et en anglais par nos collaborateurs.

## Collaboration avec Vaud Promotion 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 Vaud Promotion.

Morges Région Tourisme et ARCAM ont rencontré en août des collaborateurs du Business Développement de Suisse Tourisme à Zurich présentant la démarche de « Slow Tourisme ! » et les possibles synergies avec Vaud Promotion et Suisse Tourisme.

## Extrait des actions réalisées en 2020

- Campagne Vaud à la carte et Caves ouvertes avec Vaud Promotion
- Publi-reportage magazine Terre et Nature
- Campagne digitale Fête de la Tulipe
- Participations ateliers slow tourisme et création de nouveaux itinéraires
- Mise en place de forfaits pour la Fête de la Tulipe

## Les activités 2020

### En partenariat avec le Pool

- Promotion Vaud Promotion/Suisse Tourisme cross-média en FRA (thème vélo et nature)
- Mise en Place CRM
- Participation Webinaire pour les entreprises en Suisse Alémanique organisée par Vaud Promotion.

Avec le Pool marketing nous avons également mené une grande campagne de relance digitale avec 2 grandes vagues entre juin et octobre 2020 :

- la création d'un micro-site web pour le suivi et le tracking des internautes et collecte de données
- la création des forfaits hôteliers 3 pour 2 et des forfaits avec des activités pour des familles, des amoureux du vin et des passionnés de culture
- une campagne Facebook, Instagram, Google Ads
- des bons restaurants
- une œuvre solidaire de bienfaisance

Résultats de la première vague de la campagne sur les canaux de ventes Facebook (ads, wall, messenger, Instagram)

Redirection sur site de campagne [www.morges-nyon-tourisme.ch](http://www.morges-nyon-tourisme.ch)

- 3'444'000 impressions
- 1'372'000 de reach (personnes uniques)
- Entre 3-4x par personnes cibles, moyenne 2,5x
- Clics sur publicité en allemand pour le micro site de ventes : 15'459
- Clics sur publicité en français pour le micro site de ventes : 6'472
- Clics total : total 22'042
- Taux de clics : 0,64%
- Clics de micro site en allemand sur système de réservation TOMAS : 4'496
- Clics de micro site en français sur système de réservation TOMAS : 3'863
- Soit total 8'359 clics / CHF 2,70 par visite / Taux de clics : 38%





*Les statistiques et les comptes 2020*

# L'année 2020 en chiffres

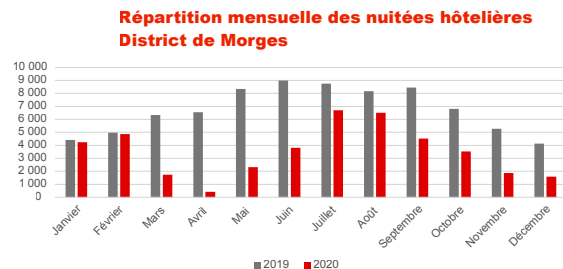
## Nombre d'arrivées, de nuitées

### District de Morges

Année	Arrivées totales	Arrivées variation	Nuitées total	Nuitées variation
2019	45 299		81 213	
2020	21 549	-52.43%	42 118	-48.14%

## Répartition mensuelle des nuitées hôtelières

### District de Morges



## Durée moyenne de séjour

District de Morges	
2019	1.79
2020	1.95

Canton de Vaud	
2019	1.98
2020	2.04

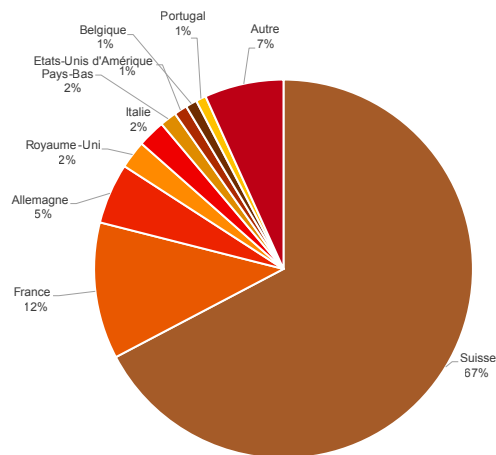
## Nuitées District de Morges (par mois)

Mois	2019	2020	Variation absolue	Variation relative
Janvier	4 413	4 246	(167)	-3.78%
Février	4 971	4 868	(103)	-2.07%
Mars	6 331	1 747	(4 584)	-72.41%
Avril	6 563	428	(6 135)	-93.48%
Mai	8 353	2 331	(6 022)	-72.09%
Juin	8 986	3 801	(5 185)	-57.70%
Juillet	8 749	6 707	(2 042)	-23.34%
Août	8 170	6 500	(1 670)	-20.44%
Septembre	8 453	4 518	(3 935)	-46.55%
Octobre	6 809	3 521	(3 288)	-48.29%
Novembre	5 289	1 865	(3 424)	-64.74%
Décembre	4 126	1 586	(2 540)	-61.56%
<b>Total</b>	<b>81 213</b>	<b>42 118</b>	<b>(39 095)</b>	<b>-48.14%</b>

### Taux d'occupation des chambres

District de Morges		Canton de Vaud	
2019	41.3%	2019	54.9%
2020	26,7%	2020	31,7%

### Répartition 2020 des nuitées par pays en %



### Nuitées cumulées 2020 en Suisse

Région	Nuitées 2019	Nuitées 2020	Evolution
District de Morges	81 213	42 118	-48.14%
District de Nyon	193 865	95 315	-50.83%
"Yverdon-les-Bains et environs"	116 505	96 198	-17.43%
"Lausanne agglomération"	1 267 335	568 432	-55.15%
Canton de Vaud	2 959 356	1 530 861	-48.27%
Suisse	39 562 039	23 730 738	-40.02%

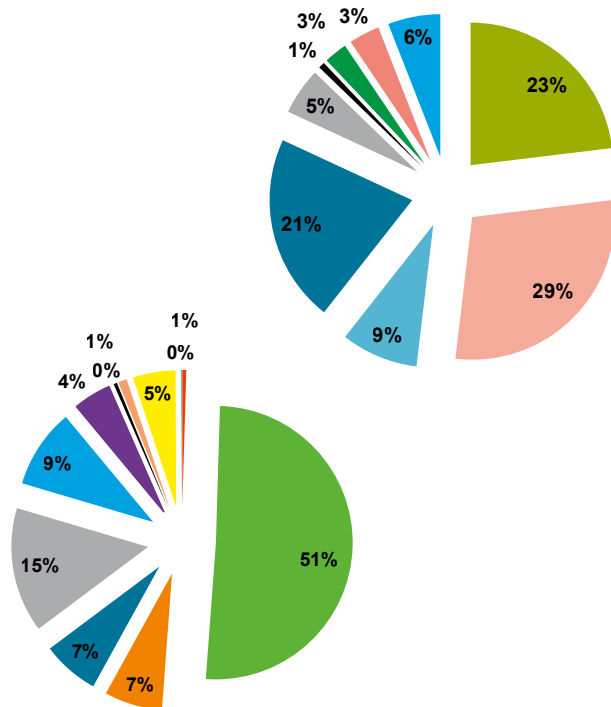
### Camping TCS à Morges

Année	Nuitées visiteurs (hors-résidents)	Nuitées variation
2019	18 932	-0.56%
2020	18 525	-2.20%

Source: Statistiques touristiques (HESTA-OFS) décembre 2020 Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV), Office fédéral de la statistique (OFS), statistique de l'hébergement touristique, données 2020 définitives, TCS Training et loisirs SA, c/o Touring Club Suisse, TCS Camping, 1214 Vernier



# Les comptes 2020



## COMPTE D'EXPLOITATION

### TOTAL RECETTES MRT

	2020 CHF
<b>TOTAL RECETTES MRT</b>	<b>1 030 515.75</b>
Contribution « Régional »	237 828.00
Contribution « Maisons du Tourisme »	296 786.00
Contribution ARCAM/ LADE	90 000.00
Taxes de séjours/ résidences secondaires	219 478.00
Cotisations membres	54 825.85
Revenus s/prestations	7 353.25
Produits promotion	27 094.00
Animations, manifestations	35 969.30
Autres recettes	61 181.35

### TOTAL CHARGES MRT

	2020 CHF
<b>TOTAL CHARGES MRT</b>	<b>1 011 813.24</b>
Achats de marchandises	4 774.15
Ressources humaines*	513 061.30
Loyers et charges	69 330.05
Frais d'administration	68 249.04
Promotion	149 754.05
Transition Be-mobile / LADE	95 000.00
Animations, manifestations	45 194.02
Frais « Maisons du Tourisme »	4 151.70
Autres charges	10 377.09
Amortissements	51 176.14
Impôts directs	745.70

### BENEFICE 2020

**18 702.51**

## Comptes 2020 | Bilan au 31 décembre 2020

ACTIF	CHF	PASSIF	CHF
<b>ACTIFS CIRCULANTS</b>	<b>289 502.09</b>	<b>FONDS ÉTRANGERS</b>	<b>135 342.59</b>
<b>Liquidités et titres</b>	<b>136 202.44</b>	<b>Dettes à court terme</b>	<b>68 148.13</b>
Caisse	2 921.00	<b>Dettes à long terme</b>	<b>37 856.16</b>
Poste	30 780.94	Prêt Petit Train (Ville de Morges)	5 856.16
Banque MRT - BCV 298.80.97	102 500.50	Prêt Petit Train (LADE)	32 000.00
<b>Créances résultant de prestations</b>	<b>114 545.20</b>	<b>Passifs transitoires</b>	<b>29 338.30</b>
Débiteurs compte collectif	92 500.30	<b>FONDS PROPRES</b>	<b>228 291.05</b>
Débiteurs divers	22 044.90	<b>Capital au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>74 685.03</b>
<b>Stock de marchandises</b>	<b>1 700.00</b>	<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>18 702.51</b>
<b>Actifs transitoires</b>	<b>37 054.45</b>	<b>Fonds de réserve "MRT"</b>	<b>134 903.51</b>
<b>ACTIFS IMMOBILISÉS</b>	<b>74 131.55</b>	Fonds de réserve «Taxes de séjour»	8 903.51
<b>Immobilisations financières</b>	<b>15 408.55</b>	Fonds de réserve «actions marketing»	40 000.00
Garantie loyer - BCV R 5371.63.01	15 008.55	Fonds de réserve «Petit Train»	32 000.00
Garantie Peopelfone AG	400.00	Fonds de réserve générale	54 000.00
<b>Immobilisations corporelles meubles</b>	<b>58 723.00</b>	<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>363 633.64</b>
Mobilier et installations	24 650.00		
Machines de bureau, informatique	1 761.00		
Livecams	311.00		
Petit Train	1.00		
Chalets	32 000.00		
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>363 633.64</b>		



*Les projets et perspectives 2021*



Le tourisme fait partie des secteurs les plus touchés par la pandémie de COVID-19. Ces dernières années, les voyages sont devenus un besoin fondamental pour de nombreuses personnes. Cela ne changera probablement pas, même après la pandémie. Mais certes la pandémie laissera surtout des traces dans le secteur du tourisme d'affaires et il y a beaucoup d'inconnus pour nos organisateurs de grands événements.

Toutefois, de nombreux éléments tels que le fait de prendre le temps de découvrir une région autrement, de manière durable et authentique, gagnent en importance. Avec notre positionnement *Slow Tourisme!* nous sommes prêts à affronter les défis et continuer à développer de nouveaux produits et solutions. L'accent sera mis sur l'innovation, la digitalisation, la durabilité mais bien sûr plus concrètement sur les endroits à visiter et sur l'étroite collaboration avec nos partenaires/membres.

### **Tourisme sans barrières : Slow tourisme pour tous !**

Morges Région Tourisme est associée au projet Innotour « Destinations sans barrières », déposé par la Fondation Claire & George. Nous sommes ainsi une des destinations pilote suisse pour un tourisme accessible à tous. Des synergies avec Pro Infirmis Vaud nous permettent déjà d'être une des régions les mieux auditées et de pouvoir ainsi offrir une information inclusive pour tous les publics.

Suite à la participation de l'ARCAM et Morges Région Tourisme au Climathon à Lausanne en 2019, l'Association « Slowlution » s'est créée. Elle est en phase de tests des premières offres commercialisables. Nous avons comme objectif de communiquer sur les offres de loisirs accessibles dès 2021/22 (exemple Kayak, patinoire, piscines, le fauteuil tout terrain JST à l'Arboretum etc.) ainsi que les forfaits touristiques qui seront également promus par le biais de Claire & George.

### **Cause we Care / MyClimate**

La question de la durabilité a gagné en importance et n'est pas seulement ancrée dans diverses lois, elle est aussi devenue un comportement apprécié socialement. Sur la lancée du Tourisme « slow » Morges Région Tourisme participera activement en qualité de première destination en Suisse Romande à la protection du climat en collaboration avec myclimate

### **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.

## Les projets et perspectives 2021

Dans ce cadre tous les tracages des cinquantaines de balades seront reconstruits par les collaborateurs de MRT et certaines images et textes seront changés et ajoutés.

Au printemps 2021 aura lieu l'inauguration d'une nouvelle balade « A la rencontre d'Audrey Hepburn et de Paderewski » laquelle a été créée sur l'application en collaboration avec la commune de Tolochenaz. Trois panneaux signalétiques, comportant des textes en français, allemand, anglais et japonais seront posés sur le parcours.

### 50<sup>e</sup> édition bis de la 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. La fête du 50<sup>e</sup> jubilé n'ayant pas été au rendez-vous pour cause de pandémie, un 50<sup>e</sup> bis est en cours d'organisation pour 2021. Des 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 continueront d'exploiter un carré d'expositions dans la Maison du Tourisme à Bière. Quatre expositions sont prévues pour l'année 2021. En partenariat avec les membres restaurateurs de Bière, un set de table pour promouvoir les balades créées sur l'application Morges:Guide en 2020 sera imprimé.

Le tourisme suisse a vécu en 2020 un recul historique des nuitées et des analystes économiques prévoient globalement que le secteur touristique ne se remettra pas avant 2023, voir même 2024 complètement de la crise du COVID-19.

Booking.com a fait une étude réfléchissons aux perspectives en matière de voyage pour l'année 2021 portant sur plus de 20 000 voyageurs dans 28 pays. 9 tendances seront de l'importance pour les voyages de demain :

- Travaillez où et quand vous voulez
- Plus de technologie pour plus de spontanéité
- Voyages : le rapport qualité/prix, une priorité
- Priorité à la propreté
- Le développement du tourisme vert
- Envies d'évasion : trouver l'inspiration
- Notre besoin de voyages est toujours là
- L'attrait des destinations de proximité
- Des plaisirs simples : retour à l'essentiel

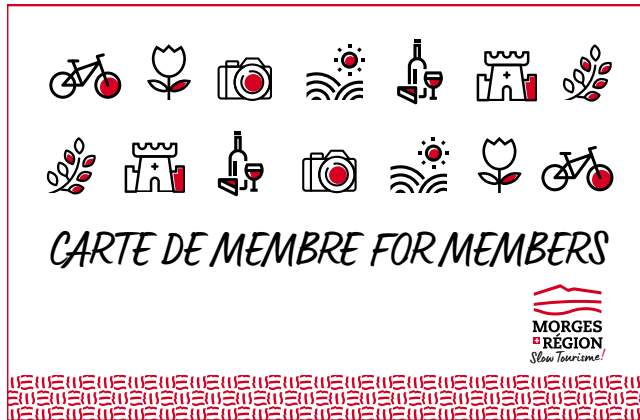
Nos actions engagées ces dernières années ainsi que les projets en cours rejoignent plusieurs pistes mentionnées ci-dessous ce qui nous donne de bonne perspective.



Prendre le temps de façonner le futur ensemble !

### Le programme "member for members" (M4M)

Pour renforcer l'appartenance des membres à cette nouvelle identité, Morges Région Tourisme a introduit en 2020 le programme « member for members » (M4M). Lorsqu'un membre visite un partenaire professionnel, celui-ci se verra offrir une petite prestation. Une trentaine de prestataires offre déjà des avantages. Pour affirmer l'identité les membres recevront début 2021 également une plaquette.





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  
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.

