



Rapport d'activité 2024

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
- PDRA:** Projet de Développement Régional Agricole
- VP:** Vaud Promotion
- ST:** Suisse Tourisme

Impressum

Tirage : 250 exemplaires

Rédaction et conception graphique : Morges Région Tourisme

Impression : Imprimerie Hermann SA, Morges
www.imprimerie-hermann.ch

Photographies:

©ChristopheCosset ©MRT ©giomm.ch ©DarrinVanselow
©MarieContreras ©YvesBurdet ©SimonContreras
©ClémentGilliéron ©BallonsduLéman
©DeBeauxLentsDemain ©MathieuChollet ©ValentinFlauraud

Page de couverture: La Tine de Conflens, La Sarraz

imprimé en
suisse

Sommaire

Le message du Président et de la Directrice | 2-4

Notre vision, notre mission et nos axes stratégiques

Notre vision | 5-6

Notre mission et nos axes stratégiques | 6-7

Les organes | 8-12

Slow tourisme

Le tourisme lent - un positionnement de fond | 13-15

Les activités

Accueil & Information | 16-19

Le Petit Train | 20

Les supports de communication | 21-24

Les visites de presse | 24-25

Les partenariats | 26-28

Les statistiques et les comptes

L'année en chiffres | 29-31

Les comptes | 32

Bilan au 31 décembre 2024 | 33

Les projets et les perspectives | 34-37

Le message du Président et de la Directrice

Chères et chers membres, partenaires, et ami-e-s du tourisme,

2024 restera une année marquée par des défis relevés et des succès partagés pour Morges Région Tourisme. Notre stratégie, centrée sur la reconnaissance de la région comme LA destination du Slow Tourisme en Suisse, continue de porter ses fruits. La région de Morges a enregistré une belle progression des arrivées hôtelières mais un léger recul de nuitées de 2,6 %. Une baisse du nombre de chambres disponibles s'est répercutée sur une légère hausse du taux d'occupation. La clientèle suisse reste majoritaire, avec une fréquentation globalement stable et encourageante.

L'année a également été marquée par des événements météorologiques exceptionnels. Les inondations du mardi 25 juin ont durement touché le district de Morges, en particulier la ville elle-même. Les dégâts ont été nombreux et le Parc de l'Indépendance a été fortement impacté, avec des sols gorgés d'eau et recouverts de croûtes de limon impressionnantes. Ces conditions nous ont, un moment, inquiétés : est-ce que les bulbes de tulipes peuvent être plantés et vont-ils bien pousser pour le Festival 2025?

Malgré ces difficultés, la solidarité a été exemplaire. Les efforts conjugués des autorités et des habitants ont permis un retour rapide à la normale, ne laissant qu'un mauvais souvenir. Toute notre équipe de

MRT a également participé à une journée de nettoyage aux côtés des services des espaces verts de la Ville de Morges.

Toutefois, ces événements climatiques ont eu des répercussions sur le tourisme. Fin juin et au début des vacances scolaires, nous avons constaté une diminution de fréquentation de certaines activités, des réservations accompagnées d'annulations. Aussi, depuis la pandémie de COVID19, c'est la première année où nous remarquons, pendant les périodes de vacances, une diminution des nuitées suisses, signe que les voyageurs semblent avoir retrouvé l'envie de partir à l'étranger.

En septembre, Morges a rayonné sur la scène internationale en accueillant le départ et l'arrivée du Tour de Romandie féminin que nous avons co-organisé avec la Ville de Morges. Avec deux boucles traversant notre district, cet événement d'envergure, suivi par 3.49 millions de téléspectateurs-trices en Suisse et dans le monde, a offert une vitrine exceptionnelle à nos paysages.

2024 a également marqué la fin d'un chapitre avec la fermeture de la Maison du Tourisme de Bière au 31 décembre, après six ans de collaboration avec la Commune, qui reste néanmoins membre de MRT. Ce changement illustre l'évolution des pratiques touristiques vers une offre de plus en plus digitalisée.

Enfin, 2024 s'achève sur une perspective prometteuse : en novembre 2025, la Maison du Tourisme (MRT) s'installera à l'Hôtel de Ville de Morges. Cette nouvelle situation, en plein cœur de la ville, renforcera notre visibilité et nous permettra de promouvoir encore plus efficacement l'ensemble de l'offre touristique régionale et de nos partenaires.

Votre soutien indéfectible est essentiel à la réussite de nos missions, et nous vous en remercions chaleureusement. Nous vous invitons à parcourir ce rapport, reflet d'une année intense.

Un remerciement particulier à toute l'équipe de MRT, qui a su faire preuve d'un engagement sans faille. Bonne lecture !

Yves-Etienne Kahn
Président



Jacqueline Ritzmann
Directrice



Le tourisme du Canton de Vaud génère 1,6 milliards de francs de retombées économiques et plus de 17'000 emplois (*)

Impact économique significatif : le tourisme génère une valeur ajoutée de 1,6 milliards de francs dans le canton de Vaud, dont 793 millions dans l'hébergement, la restauration et les secteurs connexes. La demande totale (hôtellerie, parahôtellerie, excursionnisme) a atteint environ 2 milliards de francs, consolidant le rôle du tourisme en tant que secteur vital pour l'économie cantonale.

Emploi et contribution au PIB : Le secteur touristique représente 4,3% des emplois du canton avec plus de 17'000 équivalents plein temps (soit 21'000 personnes). Il est aussi important en terme d'emploi que le secteur financier, employant même quatre fois plus que l'industrie pharmaceutique. La contribution du tourisme au PIB cantonal atteint 2,4%, comparable à trois quarts de celle du secteur bancaire.

Attractivité régionale : Vaud a enregistré 2,9 millions de nuitées hôtelières, se plaçant au sixième rang national, avec une fréquentation totale (incluant les excursions et la parahôtellerie) de 17,3 millions de visites.

Le tourisme soutient non seulement l'hébergement et la restauration, mais aussi divers commerces et services locaux, favorisant une chaîne de valeur qui bénéficie à de nombreuses entreprises de la région.

*Source : Étude de BAK Economics AG (publiée en 2024, valeurs de 2023) « L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise » mandatée par Vaud Promotion et l'Association Romande des Hôteliers (ARH), avec le soutien de la Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie (CVCI), du Service de la promotion économique et de l'innovation (SPEI) et de GastroVaud.



Notre vision, notre mission et nos axes stratégiques



Notre vision

La vision touristique de Morges Région Tourisme est axée sur la reconnaissance de la région comme **LA destination du Slow Tourisme en Suisse**. Elle se concentre sur la promotion d'expériences de voyage durables et immersives. Cette approche valorise la consommation de produits locaux, la réduction de l'impact environnemental par des activités comme la randonnée et le cyclisme, et l'accessibilité pour tous les visiteurs, y compris ceux en situation d'handicap. Morges Région Tourisme encourage les touristes à explorer la région à leur rythme, en prenant le temps de découvrir les richesses culturelles et naturelles de la région.

C'est depuis 2016 que notre région se positionne comme la première destination du Slow Tourisme en Suisse. Cet engagement a été rendu possible grâce à la collaboration de nombreux individus, prestataires, et acteurs touristiques et économiques, parmi lesquels figurent les quatre entités principales : Morges Région Tourisme, l'ARCAM, le Parc naturel régional Jura vaudois et les Transports MBC.

Aussi, la stratégie touristique régionale 2023 à 2027 (ARCAM) vise clairement à imposer Morges et sa région comme LA destination du Slow Tourisme en Suisse.

Notre mission et nos axes stratégiques

Au cours de l'exercice 2024, nous avons collaboré étroitement en groupe de travail avec le comité de Morges Région Tourisme pour définir notre mission et les axes stratégiques. Il en résulte une mission claire avec 3 axes stratégiques qui guideront le développement et les priorités de notre association.

Mission

Promouvoir l'offre touristique du district et accueillir les clients.

3 axes stratégiques

- Capitaliser sur les atouts du district de Morges
- Développer les services à l'avènement du digital tout en reconnaissant l'importance de l'accueil (Maison du Tourisme et Point i)
- Développer et renforcer l'offre commerciale et prospecter de nouveaux clients

Promotion touristique

Notre promotion touristique se concentre principalement sur trois domaines :

- la Nature
- la Culture (incluant le patrimoine et les traditions)
- l'Art de Vivre

Les événements, festivals et activités hivernales jouent également un rôle essentiel pour garantir une répartition équilibrée des visiteurs tout au long de l'année.

Si le développement du tourisme de loisirs reste au cœur des priorités, renforcer la visibilité de la région en tant que destination pour les événements d'affaires (notamment l'acquisition de manifestations professionnelles) devient un enjeu stratégique de plus en plus important.

Priorité



Nature

Paysages d'exception, sentiers pédestres, transports touristiques, cyclotourisme, tourisme rural, biodiversité urbaine, jardins publics, activités lacustres, activités estivales.

1



Culture, Patrimoine et Traditions

Musées, patrimoine bâti, théâtres, spectacles réguliers, traditions ou expressions vivantes.

1



Art de Vivre

Viticulture, œnologie, haute gastronomie, produits du terroir, centres de bien-être, shopping.

1



Evénements et Festivals

Festivals, événements culturels ponctuels dans les domaines du sport, de la musique, du théâtre et de la danse.

2



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



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

Notre structure

Le Comité*

- Yves-Etienne Kahn, *Président*,
- Stéphane Porzi, *Vice-Président*,
- Mélanie Wyss, *membre de droit, représentante de la Ville de Morges*
- Michel Dénéreaz, *membre de droit, représentant de la Commune de Bière*
- Véronique Hermanjat, *membre de droit, déléguée au tourisme ARCAM*
- Pierre-Alain Perren, *membre, représentant des Transports de la Région MBC*
- Jean-Luc Bovey, *membre, représentant des partenaires touristiques*
- François Gatabin, *membre, représentant des partenaires touristiques*
- Jean-François Crausaz, *membre, représentant des partenaires touristiques*
- Yannick Juillerat, *membre, représentant de la Société Hôtelière, section La Côte*
- Camille Destraz, *membre, représentante des partenaires du haut du district et de la culture*

*Situation au 31.12.2024



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 2024

MHR Révision SA à Morges

Gestion de la comptabilité

FlexPME, société fiduciaire digitale de Morges Région Tourisme

Les membres

L'effectif de nos adhérents est de 286 membres, dont 53 communes, 169 membres professionnels, 57 membres supporters et 7 membres d'honneur. (chiffres au 31.12.2024)

Le Président d'honneur

Gilbert Folly, *Lonay (décédé en janvier 2025)*

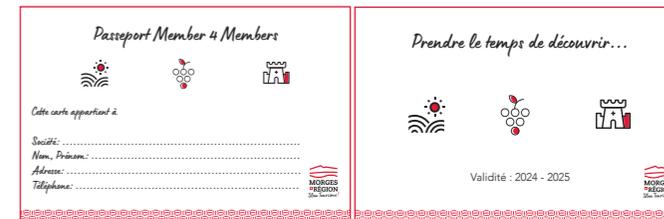
Les membres d'honneur

- Albert Dutoit, *Eclépens*
- Philippe Fehlmann, *Denens*
- Philippe Thuner, *Morges*
- Eric Voruz, *Morges*
- Pierre Gaillard, *Morges*
- François-Philippe Devenoge, *Dizy*

Le programme «Member for Members» (M4M)

Le programme «Member for Members» n'a pas suscité l'intérêt de nos membres, c'est pourquoi il ne sera pas reconduit sous sa forme actuelle en 2025.

Pour rappel, les partenaires recevaient une carte de membre à tamponner, qu'ils devaient compléter en fonction de leurs visites. Une fois remplie, la carte était remise à la Maison du Tourisme, ce qui permettait de participer à un concours et de tenter de gagner un bon d'une valeur de CHF 200.- pour un restaurant. Malheureusement, aucune carte ne nous a été remise. Pour 2025, nous allons proposer un autre modèle qui est encore en réflexion.



L'Organigramme *



Les États Généraux du Tourisme

Les États Généraux du tourisme, placés sous le signe de la durabilité, se sont déroulés le 8 octobre 2024 à l'Hôtel de la Longeraie. L'après-midi, des ateliers ont permis aux partenaires de découvrir et compléter la charte slow tourisme - contrôle durabilité de MRT.

Un Meet & Greet avec Swisstainable a suivi, animé par Lisa Arnet (FST) et Anja Roggo (Suisse Tourisme). Ensuite, Marc Müller, conférencier et expert en transition énergétique, a captivé l'audience, après les interventions de Véronique Hermanjat (ARCAM) et Jacqueline Ritzmann (MRT).

Cet événement a rassemblé 52 personnes pour les ateliers, et 87 pour la séance en plénum et l'apéritif.

Points i de la région

Les communes de Saint-Prex, Cossonay et d'Aubonne, respectivement la SDA, gèrent un point d'information touristique à leurs frais. Des conventions ont été signées en novembre 2019 (Aubonne), en mai 2020 (Saint-Prex), en janvier 2023 (Cossonay) pour régir les actions et les rôles de la SDA et de MRT dans les domaines suivants :

- 1) Information et accueil touristique
- 2) Développement de l'offre et des animations
- 3) Promotion de l'offre touristique.

Malheureusement, en juillet 2024, l'Hôtel le Funi a déclaré faillite, entraînant la fermeture provisoire du Point i de Cossonay, qui était hébergé dans l'établissement et géré par l'hôtel. La réouverture du Point i est conditionnée à la reprise de l'hôtel, propriété de la commune.

Les organes

Fermeture Maison du Tourisme Bière au 31.12.2024

Lors de l'assemblée du Conseil communal de Bière du 24 juin 2024, la commune a décidé de mettre fin au partenariat avec MRT concernant la Maison du Tourisme, après six ans de collaboration. La Commune de Bière reste toutefois membre de MRT.

Cette transition, reflétant la digitalisation croissante des pratiques touristiques, nous offre une opportunité de renforcer nos services numériques tout en poursuivant notre mission de valorisation durable et connectée au Slow Tourisme du district. Nous remercions la commune de Bière et les MBC pour ces années de bonne collaboration ainsi que nos partenaires et la population locale pour leur soutien.

Groupement d'animation local de Morges (Tourcom)

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 fond



Slow Tourisme, le tourisme lent - un positionnement de fond



Le positionnement Slow Tourisme! de Morges Région

À travers des collaborations solides avec des partenaires régionaux, nationaux et internationaux, Morges Région Tourisme met en lumière les atouts exceptionnels de la région tout en répondant aux attentes d'un tourisme responsable et respectueux de l'environnement, soit notre vision du *Slow Tourisme!* pour toute notre région.



« Swisstainable »

La politique fédérale du tourisme vise à positionner la Suisse comme leader en durabilité à travers de multiples domaines, avec « Swisstainable », comme initiative centrale. Ce programme est intégré au centre de compétence pour la durabilité (KONA) depuis 2022. Morges Région Tourisme, reconnu niveau 2 de Swisstainable, partage ces valeurs, en parfaite adéquation avec son approche du Slow Tourisme pour promouvoir un tourisme authentique et durable.



myclimate « Cause we Care »

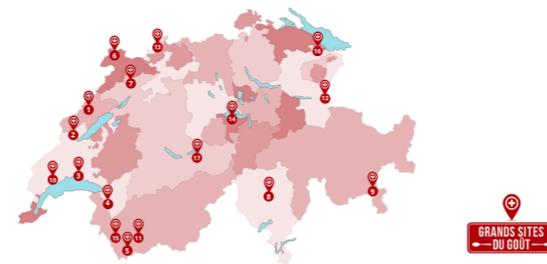
En 2021, Morges Région Tourisme a marqué un jalon en Suisse romande en devenant la première destination touristique à intégrer le programme de développement durable myclimate « Cause We Care ». Ce programme offre aux clients et visiteurs de la région la possibilité d'investir volontairement une contribution en faveur de la protection du climat et de la durabilité lors de la réservation en ligne des activités proposées par Morges Région Tourisme.



Les Grands Sites du Goût

Les Grands Sites du Goût forment un réseau de partenaires, chacun représentant un produit emblématique de sa région. Morges Région Tourisme, en collaboration avec le Moulin de Sévery, a rejoint ce réseau pour représenter la région avec une spécialité: la Noix. Suisse Tourisme a intégré la page des Grands Sites du Goût sur son site Internet et nous offre ainsi une véritable visibilité internationale supplémentaire.

LES 17 GRANDS SITES DU GOÛT



Les « Grands Sites du Goût » permettent de dessiner la carte d'une « Suisse gourmande » pour un public épicurien et amoureux du goût.



Destinations sans barrières

Cette année et jusqu'en 2025, le projet « Switzerland Accessible Tour » (Grand Tour de Suisse accessible en train) fait l'objet d'une collaboration entre plusieurs destinations participantes. Morges sera donc reliée à Bienne, Bâle et Berne, par l'intermédiaire du train, formant un circuit entre destinations accessibles et proposant au public cible des offres spécifiquement adaptées à leurs besoins.

www.claireundgeorge.ch



Oenotourisme

Depuis 2019, Morges Région Tourisme est certifiée Vaud Oenotourisme partenaire. Cette certification reconnue par l'État de Vaud garantit de hauts standards de qualité d'accueil en matière de tourisme viticole et gastronomique.

www.vaud-oenotourisme.ch



PARTNER Swiss Wine Tour

Morges Région Tourisme est présente sur la plateforme Swiss Wine Tour, qui propose une sélection d'offres oenotouristiques dans les différentes régions viticoles de Suisse, réservables directement en ligne.

www.swisswinetour.com

SuisseMobile

Le réseau national SuisseMobile est destiné à la mobilité douce, en particulier pour les loisirs et le tourisme. Les hébergeurs partenaires de Morges Région Tourisme peuvent profiter de conditions de groupes pour une mise en avant sur la plateforme de SuisseMobile.

www.suissemobile.ch

Le Slow Tourisme invite à voyager autrement, opposant la qualité à la quantité, le mieux au plus, la profondeur à la superficialité.



Le sport à l'honneur le 8 septembre

La Coquette a accueilli le départ et l'arrivée de la dernière étape du *Tour de Romandie Féminin*, ainsi que la première édition du *Festival des sports morgiens*.

L'avenue Ignace-Paderewski a été le théâtre d'un moment fort de la compétition cycliste, avec un départ, deux boucles et une arrivée pour cette dernière étape.

Par ailleurs, la Ville de Morges et Morges Région Tourisme ont œuvré à réduire l'empreinte environnementale de l'événement en mettant en place un concept durable favorisant une mobilité bas carbone, une réduction des déchets et une restauration responsable, privilégiant les produits régionaux et les plats végétariens.

La Ville de Morges et Morges Région Tourisme ont assuré l'organisation locale. Nous remercions toutes les personnes qui se sont investies pour faire de cette journée un moment inoubliable, malgré une météo mitigée.

Accueil & Information

L'année 2024 a été une belle année lors de laquelle nos offres et prestations ont conquis les visiteurs. Les ventes que nous avons pu faire sur Tomas ou alors la fréquentation de notre Petit Train ont été excellentes.

Les services offerts à la population comme la vente de billets pour les théâtres, de bus ou de bateaux continuent d'être appréciés.

L'info en chiffres

À la Maison du Tourisme de Morges, il a été compté 3'138 visiteurs entrants. Cela représente une augmentation d'environ 10% par rapport à 2023.

Les demandes concernent avant tout notre région mais nous renseignons également nos visiteurs sur toute la Suisse. Les sujets les plus traités sont des demandes d'information sur la compagnie de navigation (CGN), la Fête de la Tulipe et les manifestations en général. 77% des visiteurs que nous accueillons dans notre Maison du Tourisme de Morges vivent en Suisse.

À la Maison du Tourisme de Bière, les chiffres de fréquentation sont semblables à ceux des années précédentes. Cela aura été la dernière année d'exploitation pour la Maison du Tourisme de Bière, qui a fermé ses portes en décembre 2024. Pour remercier les clients fidèles, les MBC et MRT se sont unis afin de pouvoir offrir un petit cadeau lors de la dernière semaine d'ouverture.

CityGolf

Notre parcours de *CityGolf 18 trous* offre une manière divertissante de découvrir la ville de Morges jusqu'à Préverenges, tout en profitant d'une agréable promenade le long des quais. En 2024, un chiffre d'affaires de CHF 2'901.- a été réalisé. Les mois où notre activité a rencontré le plus de succès sont avril, juin et juillet.

Plateforme de réservation TOMAS

La mise en ligne d'activités touristiques réservables s'inscrit dans une démarche stratégique visant à répondre aux attentes des visiteurs, tout en optimisant la gestion des offres et en renforçant l'attractivité de la destination.

Cette approche améliore avant tout l'accessibilité des activités, en offrant aux touristes la possibilité de réserver à tout moment. Notre plateforme favorise également le cross-selling, notamment via le site de Nyon Région Tourisme et Vaud Promotion, ainsi que pour les offres œnotouristiques certifiées, qui sont également disponibles sur la plateforme Swiss Wine Tour.

De plus, Suisse Tourisme a intégré une passerelle dans son portail national, rendant nos offres visibles et réservables directement depuis leur site.

En termes de chiffre d'affaires, nous avons enregistré un revenu de CHF 32'386.90 en 2024, comparé à CHF 23'111.50 en 2023, soit 40,13 % pour les activités en ligne.

Bien que des sites tels que Booking et Airbnb dominent le marché des réservations pour les hébergeurs, notre système offre également des passerelles intégrées compatibles avec la majorité des systèmes utilisés par les hôteliers. Cela nous permet de renforcer la visibilité des établissements. Grâce à cette approche, la majorité des hôtels de notre région sont également disponibles à la réservation en ligne via notre site. En 2024, cette solution a permis de générer 25 réservations, représentant un chiffre d'affaires total de CHF 8'014.-

Semaine Découverte : 6 lieux, 7 expériences mémorables

Du 15 au 18 octobre, nous avons organisé des journées découvertes. Chaque jour, une «boucle» dans une région différente de notre district était organisée (Ballens, Cottens, Montricher, Lully, Aubonne & La Sarraz). Chaque boucle comprenait la visite de plusieurs partenaires. L'objectif principal était de sensibiliser la population locale à notre offre régionale et de l'encourager à devenir une précieuse ambassadrice.

Au total, ce sont 64 personnes qui se sont inscrites à ces journées découvertes. Les deux journées qui ont eu le plus de succès sont celles à Ballens et à La Sarraz.

Ateliers pour les enfants à Bière

Auparavant utilisée comme lieu d'exposition, la salle attenante à la gare de Bière a servi cette année à accueillir des ateliers pour les enfants. Huit activités ont été organisées avec cinq partenaires distincts. Au total, ce sont 34 enfants qui ont pu en profiter. Deux ateliers ont dû être annulés pour cause de météo défavorable.

Manifestations à Bière

La Fête des Sens a pris ses quartiers sur la place de la gare de Bière le 30 juin 2024. À cette occasion, la Maison du Tourisme était ouverte et un concours y était organisé par Morges Région Tourisme.

Virée des vins de Morges

La traditionnelle balade gourmande, organisée avec les Vins de Morges, a eu lieu cette année à Denens. 157 personnes se sont inscrites pour cette édition. En 2025, elle aura lieu dans le vignoble de Lonay. Le fait de changer de localité chaque année permet aux visiteurs de revenir et découvrir des nouveaux vigneron.

Visites guidées

En 2024, nous avons organisé 18 visites guidées pour des groupes privés, entre mars et décembre. À cela s'ajoutent encore trois visites organisées pour des journalistes en voyage de presse. Pendant la Fête de la Tulipe, MRT, en collaboration avec l'association Morges Fleur du Léman, a proposé des visites guidées courtes, dans

le parc de l'Indépendance. Il s'agissait de huit dates (mercredis et samedis) avec des visites proposées en français, allemand et anglais, selon un calendrier.

De plus, 24 visites gratuites ont eu lieu entre juillet et fin septembre. Cinq d'entre elles ont dû être annulées, faute de participants. Cette opération a conquis 65 visiteurs.

Cette année, MRT a décidé de ne pas reconduire les visites sur inscription. Ceci rendait le travail des guides et de l'équipe d'accueil plus complexe, devant contrôler en amont le nombre d'inscriptions et confirmer ou non les visites. Nous avons laissé les personnes venir spontanément, même à la dernière minute.

Soutien aux manifestations (liste non exhaustive)

- **Morges Fleur du Léman** (Fête de la Tulipe & Fête du Dahlia): site Internet, promotion, présence de l'équipe MRT dans le chalet de renseignement dans le Parc de l'Indépendance.
- Participation à la **Journée des Associations** lors de la Fête de la Tulipe, avec une animation dédiée à la trottinette électrique.
- **Le Livre sur les Quais** : accueil des bénévoles et des hôtes pendant les trois jours de la manifestation à la Maison du Tourisme de Morges, avec des horaires d'ouverture prolongés pour l'occasion.
- **Tour de Romandie masculin** : présence avec notre stand à Salvan.

- **Tour de Romandie féminin** : départ et arrivée d'une étape à Morges, stand à Lausanne et Vercorin.
- **Symposium international de Sculpture** : soutien administratif pour les inscriptions et gestion de réseaux sociaux.
- **Route Gourmande à Soleure** : promotion de Morges Région
- Navette avec le Petit Train Touristique lors de la **Journée culturelle des enfants**.



Présence à la Fête de la Châtaigne à Fully, en collaboration avec Suisse Tourisme et les Grands Sites du Goût, samedi 12 et dimanche 13 octobre 2024.

Le Petit Train

Le Petit Train touristique a circulé du 30 mars au 27 octobre, transportant 6061 personnes (contre 5023 en 2023). Pour la 2e année consécutive, il a roulé tous les jours pendant la Fête de la Tulipe, une initiative très appréciée des visiteurs.

La sortie spéciale de l'été, organisée pour la deuxième année chez Ahl'Graine, continue de rencontrer un succès croissant. Cependant, les sorties à la Maison de la Rivière et chez les vigneronns ont peiné à attirer le public. Plusieurs de ces événements ont dû être annulés, malgré des campagnes promotionnelles significatives menées en partenariat avec loisirs.ch. Cette situation pourrait aussi être liée à une baisse générale de la fréquentation touristique suisse et locale observée en juillet et août. De plus, le Petit Train a connu quelques jours d'interruption en juin en raison d'inondations.

L'année 2024 a néanmoins été exceptionnelle pour les locations privées, avec 48 réservations et un chiffre d'affaire de CHF 51'328.- (2023 CHF 44'671.-, 2022 CHF 28'996.-). Ces réservations incluent des prestations en novembre et décembre, parmi lesquelles Les Nocturnes de Morges, Le Marché de Noël de Rive à Nyon, Bô Noël à Lausanne, du 21 novembre au 31 décembre 2024.

Le chiffre d'affaires total généré s'élève à CHF 92'195.- (2023 CHF 81'049.-, 2022 CHF 60'969.-).

Un grand merci à nos chauffeurs pour leur engagement et leur dévouement tout au long de cette année !

Statistiques annuelles 2019 à 2024

Année	Tours hebdomadaires						
	Tour de Ville		Tour du vignoble		Autres billets vendus	Total billets vendus	Total chiffre d'affaires
	Billets vendus	Chiffre d'affaires	Billets vendus	Chiffre d'affaires			
2019	2'278	CHF13'254	485	CHF2'718	133	2'896	CHF15'972
2020	1'979	CHF9'628	725	CHF3'825	55	2'759	CHF13'453
2021	3'146	CHF12'899	1'575	CHF8'509	200	4'921	CHF21'408
2022	3'010	CHF16'326	1'793	CHF10'179	188	4'991	CHF27'723
2023	2237	CHF15'091	2'469	CHF15'682	317	5'023	CHF33'064
2024	4165	CHF 25'769	1'780	CHF 11'330	116	6'061	CHF 38'289

Année	Locations privées	
	Nombre de locations	Chiffre d'affaires
2019	49	CHF18'284
2020	10	CHF2'960
2021	22	CHF14'439
2022	47	CHF27'076
2023	42	CHF44'671
2024	48	CHF 51'238

Année	Sorties spéciales	
	Nombre de billets vendus	Chiffre d'affaires
2019	430	CHF8'183
2020	290	CHF6'126
2021	313	CHF6'796
2022	276	CHF6'170
2023	173	CHF3'314
2024	118	CHF 2'578

Les supports de communication

Morges Région Tourisme publie régulièrement des brochures dans lesquelles figurent toutes les informations utiles, de la préparation d'un séjour à la découverte de la ville et sa région. À ces brochures s'ajoutent des supports thématiques imprimés en interne.

La mise en page de la plupart des documents, flyers et brochures est faite par les collaboratrices de MRT.

La majorité de nos documents sont édités en 3 langues : français, allemand et anglais. Ces brochures sont disponibles pour une grande partie également de manière électronique. Elles sont distribuées dans nos Maisons du Tourisme, aux Points i de la région et à nos membres professionnels. Un emplacement est loué dans le Shop brochures de Suisse Tourisme pour la distribution plus large de notre brochure générale.



Imprimés cette année

- Guide Touristique 2024 : 14'000 ex.
- Petit Train touristique : 5'000 ex.
- Pass Wine Tasting : 2'000 ex. En collaboration avec l'Association des Vins de Morges.
- Fleurs du Léman : 2'500 ex. Avec Morges Fleur du Léman, l'Arboretum d'Aubonne, le Château de Vullierens et Montreux-Riviera Tourisme.

Autres supports

- Plan de randonnées : 10'000 ex.
- Plan de ville de Morges : 8'000 ex.
- L'Ouest vaudois à vélo : 11'500 ex. (avec Nyon Région Tourisme et le Parc Jura vaudois)
- Audrey Hepburn : 3'000 ex.
- CityGolf : 3'000 ex.

Nouveautés en 2024

- Dépliant Mood (7'000 ex.)
- Balade Musicale (1'500 ex.)

Le site Internet www.morges-tourisme.ch

En 2024, un nouvel accès nous a été donné par Vaud Promotion, sur la plateforme Matomo.

Il s'agit d'une interface permettant d'analyser les données de notre site web, de la même manière que Google Analytics (GA). Toutefois, Matomo permet de récolter plus de données que GA4. Selon des études, la perte moyenne de données se situe entre 30 % et 50 % des visiteurs, qui refusent les cookies analytiques lorsqu'un bandeau de consentement est affiché.

De manière générale, la totalité des visites du site a augmenté depuis l'an dernier.

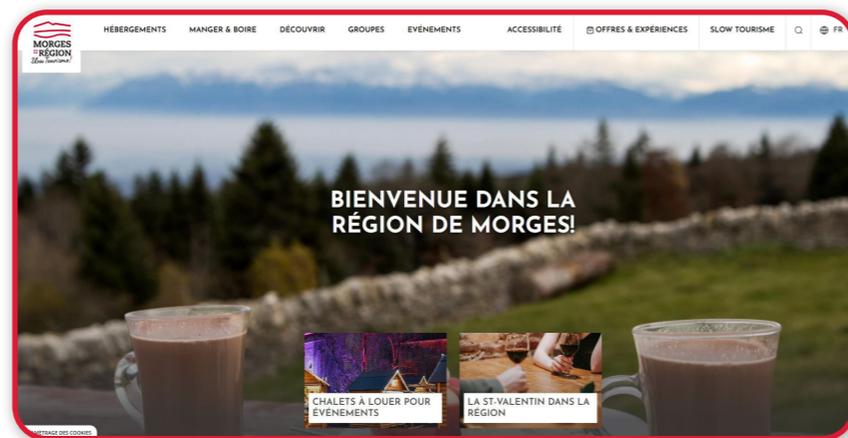
Pages Morges Fleur du Léman	Vues en 2024
Fête de la Tulipe (fr)	30'500
Tulpenfest (de)	11'512
Tulip Festival (en)	7'237
Fête du Dahlia (fr)	9'709
Dahlienfest (de)	6'123

Source: Matomo

Pages les plus consultées (top 5)	Vues en 2024
1. Accueil (fr)	74'157
2. Fête de la Tulipe (fr)	30'500
3. Webcams (fr)	16'359
4. Agenda (fr)	13'160
5. Tulpenfest (de)	11'512

Visites totales de notre site web en 2024: 266'058

Source: Matomo



Réseaux sociaux	Abonnés au 31.12.2023	Abonnés au 31.12.2024	Variation
Facebook	9'950	10'261	+3.13%
Instagram MRT	5'846	6'753	+15.51%
Instagram Culture	1'991	2'085	+4.72%
Instagram Art de vivre	1'121	1'135	+1.25%
Instagram Nature et hiver	1'591	1'652	+3.83%
Pinterest	162	160	-1.23%
Tik Tok	302	522	+72.85%

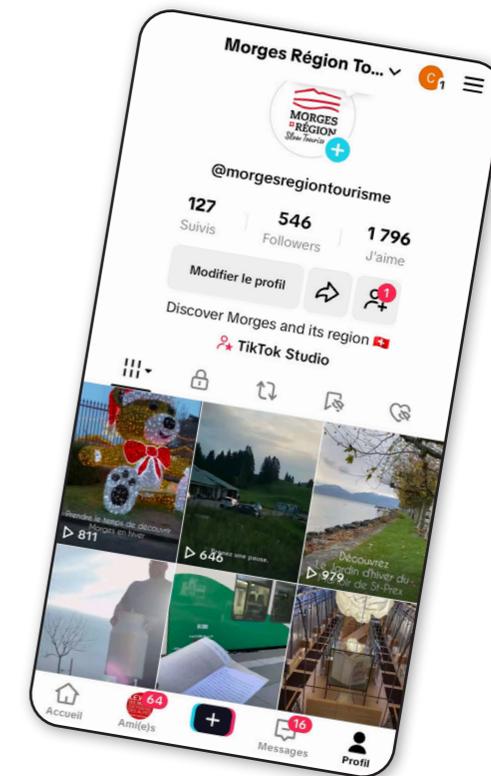
Application Morges:Guide

Depuis son lancement en 2019, l'application Morges:Guide continue d'être utilisée pour les randonnées de la destination.

En 2024, elle a été utilisée 5'490 fois (1'671 fois sur iOS et 2'309 fois sur Android). La webapp, quant à elle, totalise 1'510 utilisations, dont 1'065 sur un appareil mobile.

La balade la plus consultée était « Barbet & le Mystère du Diamant Bleu » avec 752 vues et 537 lancements.

Quant aux visites 360°, c'est celle de Cossonay & Région qui l'emporte, avec 85 clics.



Newsletters électroniques

En 2024, 21 campagnes de newsletters ont été envoyées au grand public. Ceci regroupe également la promotion pour la Fête de la Tulipe, notre Semaine Découverte d’octobre ainsi que des offres ponctuelles.

La liste des destinataires «grand public» atteint les 5’598 contacts à fin 2024. La newsletter « *Entre Nous* », adressée à nos membres et partenaires, a quant à elle été publiée à plus de 720 adresses e-mail, à 4 reprises dans l’année.

Pour nos États Généraux, ce sont plus de 1’100 contacts qui reçoivent la communication.

Le taux d’ouverture moyen avoisine les 33%, avec un record de 64% pour la newsletter germanophone du mois d’août. C’est en octobre que le taux de clic fut le meilleur, avec 9.25%.

Trois newsletters (français, allemand et anglais) exclusivement destinées aux autocaristes pour la Fête de la Tulipe ont été envoyées.

Enfin, 6 communications ont été faites sous forme de Newsletters pour le projet *Destination Terroir* (PDRA ouest vaudois).

Les visites de presse



Pour un grand nombre de visites de presse, Morges Région Tourisme peut s’appuyer sur une collaboration et une aide financière de *Vaud Promotion* qui couvre généralement une partie des nuitées et les repas du soir.

Les visites organisées et accompagnées par une collaboratrice de Morges Région Tourisme permettent d’assurer d’importantes retombées médiatiques, tant sur le marché suisse qu’international.

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 2024, 11 visites de presse se sont déroulées dans notre région.

Nous constatons depuis quelques années que les visites de presse sont de plus en plus orientées vers des rédacteurs de blogs ou des influenceurs.

Le format vidéo est également à privilégier désormais pour les plateformes digitales et réseaux sociaux.



Les visites de presse 2024

Date	Médias*	Pays
23-24 janvier	Ushuaïa TV - TF1	FR
5-6 avril	Gretz - OWV - divers blogs	CH
18-19 avril	Agence OpenUp (magazines gplus et Hauseigentümer)	CH
16-18 mai	DAV Panorama (Association alpine allemande)	DE
13-14 juin	Häuser modernisieren	CH
25-26 juin	The Nomad Next Door (influenceuse)	CH / USA
28-29 juin	Le Monde du Camping-Car	FR
24 juillet	NZZ (supplément Waadtland)	CH
30 septembre au 3 octobre	Grazia / Nouveau	NL
24-26 octobre	Blog De Beaux Lents Demains	FR
19 novembre	Le Routard	FR

Les partenariats

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

Notre association régionale joue un rôle clé dans l'accompagnement des porteurs de projets, particulièrement durant la phase de conception et de recherche de financements pour de nouvelles initiatives ou offres touristiques. Nous entretenons une collaboration étroite avec le dicastère tourisme de l'ARCAM, qui intervient en amont de Morges Région Tourisme (MRT).

Une fois les offres mises sur le marché, MRT prend le relais pour leur promotion et leur commercialisation.

Pour l'année 2024, il convient de mentionner que l'ARCAM a notamment procédé à la révision du règlement des taxes de séjour en vue d'une introduction en 2025. La modification de celui-ci permet, entre autres, de rejoindre l'accord signé entre l'UCV et Airbnb pour la perception automatisée des taxes de séjour. Elle prévoit également une augmentation des taux de perception dans toutes les catégories, en accord avec les pratiques actuelles. Une carte d'hôte sera également créée.

Dans ce contexte, le mandat confié à MRT pour la perception de la taxe de séjour s'est achevé à la fin de l'année 2024, et la gestion complète sera reprise par l'ARCAM. Nous sommes heureux de préciser que notre collaboratrice, Madame Rosa RoCHAT, poursuivra ses fonctions à l'ARCAM au sein du bureau de la perception des taxes. Nous la remercions chaleureusement pour sa précieuse contribution et son dévouement depuis 2011.

www.arcam-vaud.ch

Pool Marketing

Pour séduire nos voisins français, une campagne de promotion a été lancée en collaboration avec Vaud Promotion et Suisse Tourisme et dans le cadre des Jeux Olympiques 2024 de Paris. Celle-ci s'est appuyée sur le vaste réseau de L'Équipe, un média rassemblant 3,3 millions de lecteurs et 5,8 millions d'abonnés sur Facebook.

L'initiative a mis en lumière le charme et les paysages pittoresques du canton de Vaud, de La Côte et de Morges et sa région. Ceci à travers des vidéos présentant diverses activités, animées par deux ambassadeurs sportifs emblématiques de notre région (Marjorie de Goumoëns et Noam Yaron).

En parallèle, nous avons conclu une collaboration stratégique avec Gretz Communications AG.

Ce partenariat a pour objectif d'assurer une couverture médiatique en Suisse alémanique et renforcer l'image des trois régions : la Vallée de Joux, la région de Nyon et la région de Morges.

Avec un investissement financier de CHF 20'000.-, nous avons atteint une couverture médiatique d'une valeur RP (*) de CHF 996'055.-. De plus, pour chaque reportage, nous avons créé une page web spéciale avec davantage d'informations.

**Valeur RP: Afin de déterminer la valeur RP, la valeur publicitaire est multipliée par 1,8. Ceci est justifié par la crédibilité supplémentaire qu'offrent les articles rédactionnels par rapport aux annonces publicitaires. Les articles rédactionnels permettent de faire passer plusieurs messages de manière ancrée !*

Parc naturel régional Jura vaudois

Nous continuons à maintenir d'excellents échanges avec le Parc naturel régional Jura vaudois, notamment lors de réunions de coordination entre les offices de tourisme voisins situés dans le périmètre. Le Parc Jura vaudois est un partenaire clé pour la promotion d'offres touristiques durables et authentiques.

Morges Région Tourisme a également participé à la journée de sensibilisation de balade hivernale en raquette ainsi qu'au Synergy Days du Réseau des Parcs Suisse.

www.parcjuravaudois.ch

Collaboration avec Vaud Promotion et Suisse Tourisme

Notre collaboration avec Vaud Promotion et Suisse Tourisme est essentielle pour renforcer la visibilité et les ventes de notre région, aussi bien sur les marchés suisses que sur les marchés internationaux à fort potentiel. La campagne digitale *Ça commence ici*, lancée par Vaud Promotion, met en avant des expériences uniques offrant une visibilité accrue à notre région.

En 2024, nous avons utilisé le réseau digital de Suisse Tourisme pour diffuser une campagne automnale mettant en avant la Fête du Dahlia ainsi que le Marché de Noël en Suisse alémanique.

www.myvaud.ch / www.myswitzerland.com

Mayko - Be Mobile

Mayko accompagne les porteurs de projet vers la réussite.

Bien que nous n'ayons pas collaboré sur des projets cette année, Mayko a poursuivi son engagement auprès des acteurs de notre région. Parmi ses réalisations, citons la création d'une nouvelle chasse au trésor intitulée *Barbet & le Secret de l'Eau* pour la Maison de la Rivière, ainsi que le développement de l'application mobile *Arbo:Guide*, destinée à enrichir l'expérience des visiteurs dans la découverte de l'Arboretum du Vallon de l'Aubonne.

www.mayko.ch

Campagne des 5 Florales

En collaboration avec les Florales de la région et Vaud Promotion, une campagne digitale comprenant des bannières display, des carrousels Teads et du InRead Flow a été menée du 7 avril au 12 mai 2024.

Elle a ciblé les DINKS (double Income, no Kids / double Revenu, sans Enfants) dans les régions de Zurich, Berne, Argovie et Bâle. La campagne *Florales* a dépassé ses objectifs, générant près de 7'600 clics vers les prestataires. Parmi les thèmes abordés, celui des tulipes s'est distingué en suscitant le plus fort engagement.

Les activités

Concours « EAU mon Amour »

Dans le cadre de notre partenariat avec les MBC, nous avons eu l'opportunité de tirer parti des synergies autour du concours « Eau mon Amour ». Deux bus MBC arborent un habillage réalisé par le/la gagnant.e du concours, ainsi qu'une illustration à l'arrière des bus mettant en valeur les trésors aquatiques de notre région. Cette collaboration renforce notre engagement auprès des richesses naturelles locales tout en sensibilisant le public à leur préservation.

www.mbc.ch

Nouvelles offres

Détective Trail Morges: Les secrets de la Ville

En collaboration avec MyCityHighlight, nous avons développé un *Détective Trail* à Morges, élargissant notre offre d'activités. Cette initiative bénéficie du soutien de Coop Hello Family et du magazine Spick, garantissant une visibilité accrue à travers la Suisse. Le magazine Spick, publié pour la première fois en 1975, est un pilier de la culture enfantine et adolescente en Suisse alémanique, couvrant une variété de sujets allant de l'éducation au divertissement. L'inauguration, qui a eu lieu le 1^{er} juillet 2024 et organisée en collaboration avec le service de la Culture de la Ville de Morges, a été marquée par l'installation d'une plaque commémorative en l'honneur du Dr Alexandre Yersin. À noter qu'une des énigmes du parcours découverte est dédiée à ce personnage emblématique.



Sur les traces du Sifflet d'Or

Cette nouvelle offre propose aux participants, petits et grands, de plonger dans l'aventure de Rose, à la recherche d'un sifflet en or, un héritage familial inestimable. Elle promet une expérience à la fois divertissante et immersive. Le jeu nécessite de prendre le Train MBC et a été développé par une collaboratrice de MRT.

Pour le *Détective Trail* ainsi que l'activité *Sur les traces du Sifflet d'Or*, nous avons réalisé de magnifiques tournages avec les télévisions régionales Carac et La Télé Vaud-Fribourg. De plus, pendant les vacances scolaires, le Passport Vacances a pu proposer ces nouvelles expériences aux enfants qui ont reçu un excellent accueil et de très bons retours.

Bon cadeau

Sur le site web de Morges Région Tourisme, il est désormais possible d'acheter des bons cadeaux utilisables pour une multitude d'expériences et de forfaits exceptionnels.



Les statistiques et les comptes 2024

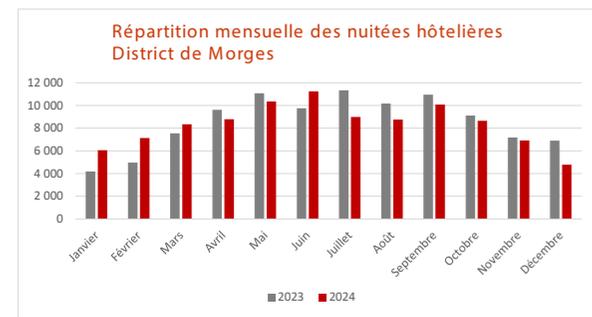


L'année 2024 en chiffres

Nombre d'arrivées, de nuitées

District de Morges

Année	Arrivées totales	Arrivées variation	Nuitées totales	Nuitées variation
2023	46 401	20.70%	102 767	45.96%
2024	49 103	5.82%	100 057	-2.64%



Durée moyenne de séjour (en jour)

District de Morges		Canton de Vaud	
2023	2.21	2023	1.93
2024	2.04	2024	1.93

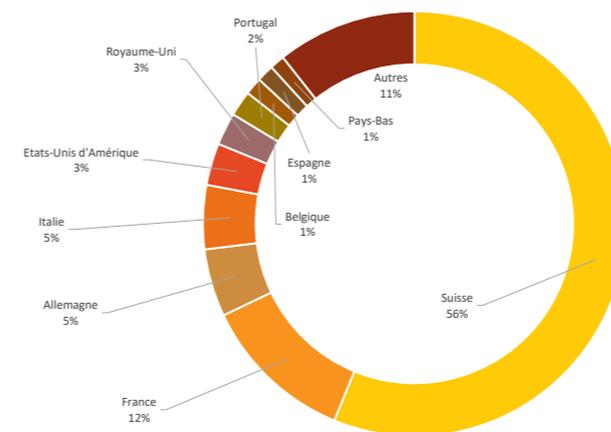
Nuitées District de Morges (par mois)

Mois	2023	2024	Variation Absolue	Variation Relative
Janvier	4 187	6 052	1 865	44.54%
Février	4 971	7 136	2 165	43.55%
Mars	7 539	8 337	798	10.58%
Avril	9 614	8 782	(832)	-8.65%
Mai	11 073	10 347	(726)	-6.56%
Juin	9 759	11 247	1 488	15.25%
Juillet	11 329	8 984	(2 345)	-20.70%
Août	10 166	8 762	(1 404)	-13.81%
Septembre	10 950	10 074	(876)	-8.00%
Octobre	9 105	8 641	(464)	-5.10%
Novembre	7 171	6 919	(252)	-3.51%
Décembre	6 903	4 776	(2 127)	-30.81%
Total	102 767	100 057	(2 710)	-2.64%

Taux d'occupation des chambres

District de Morges		Canton de Vaud	
2023	38.7%	2023	54.7%
2024	40.6%	2024	51.0%

Répartition 2024 des nuitées par pays de provenance en %



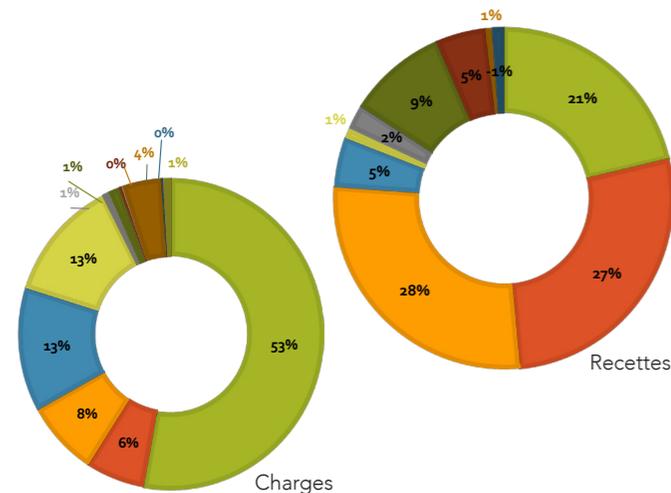
Nuitées cumulées 2024 en Suisse

Région	Nuitées 2023	Nuitées 2024	Evolution
District de Morges	102 767	100 057	-2.64%
District de Nyon	221 768	236 111	6.47%
Yverdon-les-Bains et environs	124 103	112 936	-9.00%
Lausanne agglomération	1 159 481	1 218 870	5.12%
Montreux Riviera	743 830	742 907	-0.12%
Canton de Vaud	2 911 115	2 944 702	1.15%
Suisse	41 759 083	42 830 588	2.57%

Camping TCS à Morges

Année	Nuitées visiteurs (hors-résidents)	Nuitées variation
2023	35 867	
2024	31 937	-12.31%

Les comptes de résultat 2024 en CHF



Revenus sur prestations/commissions	11 881.13
Autres produits	28 625.99
Animations, manifestations	114 506.81
Autres recettes, escomptes débiteurs, part résultat Pool Marketing	58 031.54
Variations du ducroire	7 226.88
TVA	(13 609.28)

TOTAL CHARGES MRT 1 185 069.14

Ressources humaines y compris chauffeurs ¹⁾	629 899.95
Loyers et charges	74 555.95
Frais d'administration y.c. honoraires fiduciaires	93 450.30
Promotion	153 371.42
Animations, manifestations (y.c. MDT Bière)	152 503.65
Amortissements	8 108.00
Charges exceptionnelles ou hors période	15 226.30
Produits exceptionnels ou hors période	-3 285.55
Attribution fonds de réserve aménagements futurs «Petit Train»	50 000.00
Charges financières/produits financiers	2 113.67
Impôts directs	9 125.45

BENEFICE 2024 3 473.82**TOTAL RECETTES MRT**

1 188 542.96

Contribution communes «Régional»	259 110.00
Contribution «Maisons du Tourisme»	331 024.00
Taxes de séjours/résidences secondaires/perception	335 000.00
Cotisations membres (sans part marketing)	56 745.89

1) Y compris mandat PDRA depuis le 11 avril 2022

Bilan au 31 décembre 2024 en CHF

ACTIF**ACTIFS CIRCULANTS** 646 837.87

Liquidités et titres	622 517.56
Caisse	2 382.80
Poste	46 172.54
Banque MRT - BCU	573 962.22
Créances résultant de prestations	17 374.08
Débiteurs compte collectif	18 288.50
Ducroire	(914.42)
Autres créances à court terme	1 063.18
Part Pool Marketing La Côte	993.88
Comptes courants charges sociales	69.30
Autres créances envers des tiers	0.00
Stock de marchandises	2 388.50
Actifs transitoires de régularisation	3 494.55

ACTIFS IMMOBILISÉS 19 204.56

Immobilisations financières	15 433.56
Garantie loyer - BCU	15 033.56
Garantie Peoplefone AG	400.00
Immobilisations corporelles meubles	3 771.00
Mobilier et installations	3.00
Machines de bureau, informatique	5.00
Livecams	1.00
Petit Train	2.00
Chalets	3 760.00

TOTAL DE L'ACTIF 666 042.43**PASSIF****FONDS ÉTRANGERS** 120 036.22

Dettes résultant de ventes et prestations	35 024.87
Autres dettes à court terme	37 069.51
TVA à payer	6 132.82
Fonds MyClimate	837.90
Comptes courants charges sociales	0.00
Comptes courants partenaires	18 158.43
Salaires à verser	8 664.15
Autres dettes à court terme	3 276.21
Passifs transitoires	47 941.84

FONDS PROPRES 546 006.21

Capital au 1^{er} janvier	167 628.88
Résultat de l'exercice	3 473.82
Fonds de réserve "MRT"	374 903.51
Fonds de réserve Taxes de séjour	28 903.51
Fonds de réserve Aménagements futurs, Petit Train	232 000.00
Fonds de réserve Action Marketing	60 000.00
Fonds de réserve générale	54 000.00

TOTAL DU PASSIF 666 042.43



La digitalisation constitue l'un des principaux vecteurs de changement, avec des impacts majeurs sur le secteur du tourisme. Elle renforce l'autonomie des visiteurs, leur offrant un accès simplifié à l'information et la possibilité d'organiser des voyages sur mesure, de manière totalement indépendante. Pour répondre à ces évolutions, nous devons continuer à améliorer nos performances sur les canaux digitaux et à fournir des informations de haute qualité, adaptées aux besoins des utilisateurs.

Parallèlement, la montée du voyage responsable et durable transforme profondément les attentes des visiteurs. Ces derniers recherchent des expériences qui minimisent leur empreinte carbone, favorisent le respect de la culture locale et soutiennent l'économie locale. Les hébergements éco-responsables, tout comme les activités en phase avec les principes de durabilité, sont devenus des critères de choix déterminants.

Deux faits qui montrent que les comportements des clients ont changé, mais un défi majeur subsiste : la force du franc suisse, qui réduit considérablement la compétitivité de notre région sur le marché mondial. Pour rester attractifs, nous devons maintenir une offre de grande qualité, capable de justifier des prix élevés tout en mettant en avant notre valeur ajoutée et en mettant également un accent sur des offres respectueuses.

Notre région dispose toutefois d'atouts indéniables : une image positive tant en Suisse qu'à l'étranger, des paysages à couper le souffle et un patrimoine culturel d'exception. Ces richesses naturelles et culturelles s'alignent parfaitement avec notre vision, soit être reconnue comme LA destination du Slow Tourisme en Suisse et attirer des touristes en quête d'expériences authentiques et d'un tourisme alternatif, loin des foules. Cependant, il est essentiel d'innover et de développer des offres qui répondent précisément à leurs attentes, tout en continuant à valoriser notre identité unique.

Nous remercions chaleureusement nos partenaires et membres pour leur dévouement et leur collaboration précieuse. Ensemble, et si nous retrouvons nos manches, nous continuerons à bâtir un avenir prospère pour notre région.

Présence médiatique renforcée en Suisse alémanique

Pour la deuxième année consécutive, le *Pool Marketing La Côte* (Vallée de Joux, Nyon Région, Morges Région et de la Société des Hôteliers de La Côte) renouvelle sa collaboration avec Gretz Communications AG. Ce partenariat stratégique vise à accroître la visibilité et la notoriété de nos destinations et à attirer de nouveaux visiteurs auprès du public suisse alémanique. En ciblant ce marché clé, cette initiative contribue également à promouvoir un tourisme durable et responsable.

Grand Tour de Suisse en véhicule électrique

Notre région a été sélectionnée comme l'un des lieux de tournage pour une campagne 2025 de Suisse Tourisme. Parmi les sites choisis figurent la plage de Préverenges, les quais de Morges ornés de dahlias, le Château de La Sarraz et le Château de Vufflens. Cette nouvelle vidéo, tournée pour la réalité virtuelle, met en avant le Grand Tour de Suisse en véhicule électrique, offrant une expérience immersive et innovante.

Mise à niveau de la Plateforme Be-Mobile (Mayko)

Lancée il y a cinq ans, la plateforme Be-Mobile est devenue un outil incontournable. Pour répondre aux besoins futurs et s'adapter aux nouvelles technologies, une étude de faisabilité est en cours afin de moderniser la plateforme et l'intégrer au nouveau système de Data Management de Vaud Promotion. Plusieurs acteurs clés du tourisme vaudois, notamment Nyon, Morges, Échallens, Moudon, Lausanne, Montreux-Vevy et le Jorat, sont impliqués dans cette initiative.

Projet : Développement d'une expérience immersive à L'Isle

Fort du succès et de l'intérêt croissant des visiteurs et des locaux pour les chasses au trésor déjà mises en place, nous envisageons de développer une nouvelle expérience à L'Isle et ses environs. Ce projet ambitionne d'offrir une activité ludique et immersive, mettant en valeur les richesses naturelles et culturelles pour les jeunes adultes.



Déménagement et réaménagement de la Maison du Tourisme à l'Hôtel de Ville

L'Association Morges Région Tourisme (MRT) prépare son installation dans les nouveaux locaux situés à l'Hôtel de Ville de Morges. Ce déménagement, qui concerne la Maison du Tourisme actuellement située Rue du Château 2 et le bureau de la Grand-Rue, marque une étape significative pour renforcer la présence touristique au cœur de la ville. L'installation de MRT à l'Hôtel-de-Ville permettra de se positionner stratégiquement au centre de la zone piétonne, renforçant ainsi l'accessibilité pour les habitants et les visiteurs. De plus, avec une surface de 128 m², bordée par de grandes vitrines donnant sur la Place de l'Hôtel-de-Ville et la rue Louis-de-Savoie, cet espace deviendra une vitrine emblématique pour les atouts touristiques de la région.

Ce changement représente une opportunité unique pour MRT d'étendre son impact et d'offrir une expérience enrichie à ses publics, tout en s'alignant sur les ambitions stratégiques de la région.

Charte Slow Tourisme – contrôle durabilité

Le thème de la durabilité occupe une place centrale dans la stratégie touristique régionale.

En positionnant Morges Région comme LA destination du Slow Tourisme, Morges Région Tourisme (MRT) s'engage activement dans une approche de voyage durable et respectueuse des ressources locales. Dans cette perspective, le Comité de direction de MRT a validé l'introduction de la *Charte Slow Tourisme – contrôle durabilité*, un outil innovant d'auto-évaluation et de planification.

Lors des Etats Généraux du Tourisme, en octobre 2024, MRT a accompagné les membres présents dans leur appropriation du document, en facilitant son remplissage et en partageant des exemples concrets de mise en œuvre. La Charte se structure en six sections essentielles, qui permettent d'évaluer les pratiques des partenaires selon des critères clés :

1. Coopération et sentiment d'appartenance à la destination touristique
2. Identité régionale, pour mettre en valeur les spécificités locales
3. Valeurs sociales, en faveur de l'inclusion et du bien-être collectif
4. Sensibilisation, communication et gestion, pour mieux informer et mobiliser
5. Valeur ajoutée régionale, au bénéfice de l'économie locale
6. Impact environnemental, pour minimiser l'empreinte écologique

Les réponses collectées sont synthétisées sous forme de *diagrammes en « araignée »*, facilitant une visualisation claire et comparative des points forts et des axes d'amélioration.

Les valeurs ajoutées de la Charte durable sont :

- Renforcement du positionnement Slow Tourisme et meilleure visibilité des bonnes pratiques en matière de durabilité.
- Informations précieuses pour MRT, afin d'optimiser sa communication et sa promotion.
- Outil de planification stratégique, permettant aux partenaires de

mieux comprendre leur positionnement actuel et d'orienter leur évolution.

- Benchmark, pour comparer les pratiques entre partenaires et s'inspirer des meilleures initiatives.

En 2025 nous continuons à encourager et accompagner nos membres à remplir la *Charte Slow Tourisme – contrôle durabilité* et chercherons également une solution afin de publier les résultats sur notre site internet.

PDRA Ouest vaudois

Destination Terroir est la partie promotionnelle d'un Projet de Développement Régional Agricole (PDRA) porté par plus de 280 familles paysannes et soutenu par la Confédération, le canton et les régions concernées. Ce projet est constitué de 4 parties distinctes :

- La *Maison des Vins de La Côte* à Mont-sur-Rolle (ouverture en automne 2024)
- La *Fromagerie de l'Etraz* à Senarclens (ouverture prévue printemps 2025)
- L'*Abattoir du CARRE* à Aubonne
- *Harmonie d'alpages* (amélioration de l'accueil dans plusieurs chalets d'alpage du Jura vaudois)

Ces structures visent à être les vitrines d'une région agricole dynamique et vous permettent de découvrir *Le meilleur de l'Ouest vaudois*.

Initiatives et événements clés en 2024

- Production de capsules vidéo diffusées dans les bus régionaux et au Signal de Bougy.
- Participation à des événements majeurs comme le Tour de Romandie Féminin et le British Cars à Saint-Prex.
- Création d'un calendrier de l'Avent enrichi, mettant en valeur 20 produits locaux et vendus à 200 exemplaires.
- Croissance de la page LinkedIn (+86 abonnés) et envoi de 5 newsletters à 1'800 entreprises.
- Mise en avant des offres et activités via des canaux divers (réseaux sociaux, newsletters, journaux locaux).
- Newsletters spéciales aux autocaristes concernant l'ouverture de la Maison des Vins de La Côte.

Morges Région Tourisme a été mandatée pour développer le projet partiel 5 du PDRA de l'Ouest Vaudois jusqu'au 31 décembre 2025, avec possibilité de prolongation jusqu'en 2027. Depuis avril 2022, une collaboratrice travaille sur «Le meilleur de l'ouest vaudois», en collaboration avec Nyon Région Tourisme, Vallée de Joux, Parc Jura vaudois et l'association du PDRA.

Semaine Découverte, octobre 2024



Le Petit Sécheron, Lully



Arboretum du Vallon de l'Aubonne



Fondation Jan Michalski,
Montricher



La Filature, La Sarraz



Dégustation
au Vieux Résevoir, Cottens



Balade contée, Ballens
Avec Les Contes d'Isabelle

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.

