

BILAN DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE REGIONALE 2015 – 2020




MORGES
+ **RÉGION**
Slow Tourisme!

*Prendre le temps de se replonger dans
 5 années de développement et de
 promotion touristique*



avec le soutien de



Introduction

Après la régionalisation du tourisme par la création de Morges Région Tourisme (MRT) le 15 mai 2014, les communes et acteurs touristiques ont élaboré la Stratégie touristique régionale pour les années 2015 à 2020. Celle-ci a été validé par le SPEI et a servi de référence pour préavisier plus de 80 projets touristiques.

A l'issue de cette législature, il est donc temps de faire le bilan du programme. Celui-ci comprenait les axes stratégiques suivants :

- Les Domaines d'activités stratégiques que sont : Nature – Culture – Art de vivre
- La Gouvernance et l'organisation touristique
- Les projets structurants
- Le développement et la consolidation des destinations leaders
- Le développement de l'offre d'activités
- Le marketing et la communication

42 actions réparties géographiquement sur tout le district ou par secteur – Morges / Littoral et vignobles / Campagne / Jura, ont été définies pour les 5 ans.

Le projet Innotour « Slow Destination »

En 2016, un dossier a été adressé au fonds Innotour – innovation dans le tourisme – pour une aide substantielle de CHF 220'000 sur un budget de CHF 600'000. Il s'agit du programme « Morges Région, Slow Destination ». Porté par MRT, les MBC et le Parc jura vaudois, et piloté par l'ARCAM, 10 actions de notre stratégie ont été proposées pour une mise en œuvre en quatre ans. Les entités ont ainsi rendu opérationnelle une grande partie de la stratégie. Un résumé se trouve en annexe et le rapport final complet est à disposition à l'ARCAM.



innovation
tourism
Slow Destination
Morges Région

Structure du document

Dans les pages qui suivent le lecteur retrouvera le récapitulatif des 42 actions.

- a) Les actions de la stratégie correspondant à un sous-projet du programme Innotour sont annotées.
- b) Pour chaque action, les principales réalisations sont listées, du côté de l'ARCAM et/ou du côté de Morges Région Tourisme.
- c) **Les actions réalisées sont en vert.**
- d) Une dernière colonne donne une première indication pour savoir si, à ce stade, il est prévu que l'action soit reprise dans la stratégie de la prochaine législature.

Le bilan et une appréciation des cinq dernières années complètent l'analyse.

Enfin, une projection pour la prochaine Stratégie touristique régionale est proposée.

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
Gouvernance et organisation	1	Réussir la nouvelle organisation touristique régionale			<p>Gouvernance : ARCAM représenté au CODIR MRT (Oscar Cherbuin jusqu'en 2020 ; ensuite Déléguée au tourisme Véronique Hermanjat)</p> <p>Etats Généraux (voir action 6) : un événement par année organisé à Tolochenaz, Aubonne, La Sarraz, Cossonay, Etoy, Bougy-Villars (Signal-de-Bougy)</p> <p>Mise en œuvre de la stratégie à travers le programme Innotour « Slow Destination » 2016 – 2020 (voir Bilan résumé / Rapport final disponible sur demande)</p>	<p>2014 : Association touristique MRT créée</p> <p>Membres : 55 communes 51 membres professionnels, 71 membres supporters 5 membres d'honneur.</p> <p>Gouvernance :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comité / AG • Signature d'une convention avec Aubonne resp. St-Prex • Groupements d'animation local : Tourcom et « Hauts de Morges » • Création d'une information électronique « Entre Nous » pour les partenaires • Organisation de rencontres et échanges avec les collaborateurs des points i et les collaborateurs de MRT - intégration du Château de la Sarraz pour la partie du Nord-Ouest du district 	TERMINE

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	2	Améliorer la concertation avec nos partenaires voisins			<ul style="list-style-type: none"> • Convention Parc naturel jura vaudois - signé • Sentier des Huguenots / Via Francigena / Patrimoine au fil de l'eau • Synergies avec Région Nyon (p.ex. sur l'étude de la carte d'hôte) • Séance d'information « Aide suisse à la montagne » ouverte aux régions voisines • PDRA Filière Noix (ADNV/Broye) • PDRA Ouest vaudois (Région Nyon, Vallée de Joux, PJV) • Innotour Be-Mobile porté par Morges et Nyon 	Pool Marketing Convention Parc naturel jura vaudois - signé	OUI

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	3	Réaliser l'aménagement des Maisons du tourisme	2.1 2.3	Création d'une maison du tourisme, concept innovant d'accueil touristique Maison du tourisme de Bière	Ouverture Maison du Tourisme Bière - mai 2018 (MBC)	Maison du tourisme de Bière – en collaboration avec MBC Organisation d'un marché du terroir et du Père Noël. Maison du tourisme de Morges finalisé en 2020 (aménagement, patente pour vente, enseigne, trottinettes, etc.)	TERMINE
	4	Mettre en place un plan de formation continue du personnel			Formation « Gestion de projet » et certification IPMA D	Formation via OTV (par ex. réseaux sociaux), Participation à des journées de formation Léman sans Frontière. Ponctuels : par ex. certifications Oenotourisme; STV_FST (classification des appartements de vacances et chambres d'hôtes).	n.a. (pas axe stratégique mais plans d'actions annuels)
	5	Collaborer avec l'observatoire du tourisme vaudois			Aucune action sur les 5 années, par contre première action au printemps 2021 dans le cadre de la Fête de la Tulipe (comptage de la fréquentation)	Nous avons accès à l'observatoire de l'OTV (http://otvnet.ch/observatoire/) et participons également aux enquêtes terrains demandées par ces instances.	OUI

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	6	Développer et pérenniser les « États généraux du tourisme »			2015 Tolochenaz 2016 Aubonne 2017 La Sarraz 2018 Cossonay Ateliers « Slow Tourisme » 2019 « LAC » Etoy Ateliers créatifs 2021 Signal de Bougy « Slow Rallye » et Clôture "Slow Destination"	Idem ATTEINT	n.a. (pas axe stratégique mais plans d'actions annuels)
	7	Mettre sur pied une « veille stratégique » afin de se tenir informé des innovations dans le domaine du tourisme			Voir action 5	Voir action 5	

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	8	Renforcer l'appui aux porteurs de projet et encourager les produits innovants			<p>Plus de 80 projets ont bénéficié d'aides LADE, LPR et / ou du Fonds d'équipement touristique FEM (voir liste en annexe)</p> <p>De nombreux autres porteurs de projets ont bénéficié de notre accompagnement et de nos conseils</p>		OUI (mission de l'ARCAM)
	9	Installer un réseau de bornes interactives dans les communes pour décentraliser l'information touristique				<ul style="list-style-type: none"> • Bornes interactives abandonnées • Projet signalétique du Parc I & II • Maison du tourisme de Bière • Réalisation de 3 panneaux avec et pour la commune de Tolochenaz 	OUI (digitalisation)

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
Projets structurants	10	Encourager un plan de développement « mobilité douce » en créant un réseau de location de vélos électriques	2.4	Création d'un réseau de location de vélos électriques dans les gares	<ul style="list-style-type: none"> • Séance de réflexion en juin 2018 (ARCAM – Ville de Morges) • Etude en suspens • Little Cabbage : départ d'itinéraires 	<ul style="list-style-type: none"> • Trotinettes électriques en location à la MdT de Morges • Association « Dolce Vita » (location de scooters électriques et création d'offres) 	OUI – axe stratégique Cf. aussi action 34
	11	Soutenir le développement d'activités et d'hébergements dans les zones qui en sont dépourvues	2.7	Camping de la Sarraz	<ul style="list-style-type: none"> • Pré-de-Bière (fromagerie de démonstration, vente directe) • AIPCV – accompagnement pour la mise en conformité / contact TCS • Grâce au positionnement « Slow tourisme », divers porteurs de projets se sont tournés vers nous : Glamping à la ferme, ACCOR hébergement insolite, SNUUG – hébergement (tous en stand-by suite COVID) 		OUI ⇒ <i>Cadre légal contraignant</i>

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	12	Mettre sur pied un programme touristique attrayant pour la période hivernale dans la zone du Jura			Mollendruz Ski de fond : Création d'une infrastructure Liaison de Bus MBC St-George – Le Pont Cf. aussi action 24	⊗	OUI - Synergies avec PJV
	13	Soutenir l'offre hôtelière et les démarches de qualité			2020 : organisation de RV Zoom pendant l'année COVID Auberge du Mollendruz cf. action 23	<ul style="list-style-type: none"> • TOMAS – commercialisation dès 2019 • Pool marketing SHLC/MRT/NRT/VDJ • Offres et communication post-COVID : Action 3 nuits pour 2 	OUI
	14	Soutenir le développement de chambres d'hôtes et les démarches qualités	2.8	Accueil touristique, culture et chambres d'hôtes dans la vieille ville de St-Prex	La commune de St-Prex a mis en pause le projet	<ul style="list-style-type: none"> • TOMAS – commercialisation dès 2019 • Contrôle de la qualité de nos membres, nous proposons la classification STV_FST • Mise à disposition brochure pdf « Ouvrir une chambre d'hôtes » édité par MRT avril 2020. 	Cf action 11

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	15	Soutenir la production locale dans les auberges et restaurants	2.5	Création d'un réseau « Tables du terroir »	<ul style="list-style-type: none"> • Travail Bachelor • Liste détaillée des producteurs, restaurants, circuits courts • Salon Gigusto Gimel • PDER – Restauration collective • Menu Manesse • Mise en place du PDRA Ouest vaudois 		OUI DAS Art de Vivre – gastronomie – produits du terroir
	16	Soutenir nos « grandes tables » : <i>La région de Morges, une terre d'excellence gastronomique ...</i>		<i>Projet refusé par Innotour car déjà trop avancé</i>	Pas de sollicitation		Idem. action 15

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
Développement et consolidation des destinations leaders	17	Développer une image attractive de Morges, capitale régionale, porte d'entrée de la région et cité de caractère			<p>Accompagnement du Comité de Morges Fleur du Léman en vue du 50^e anniversaire et repositionnement</p> <p>Démarches Slow City</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nouveaux supports, on et offline, réseaux sociaux • Reconnaissance positive avec nouveau positionnement et nouvelle charte graphique • Voir aussi action 3 • Accueil arrivée Tour de Romandie • Cofinancement d'un film sur le commerce morgien 	n.a. (Mission MRT)
	18	Promouvoir l'offre culturelle de la ville de Morges			<p>Cf. action 8 et liste annexée</p> <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maison du dessin de presse, • Musée Alexis Forel, • La Galère, • Fondation Bolle, • Exposition Givenchy, • Livre sur les quais, • Marché de Noël, ..) 	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien financier aux Musées morgiens pour impression de leur brochure et leur communication • Intégration dans nos outils de promotions de MRT. • Développement des visites guidées • Balades commerciales 	OUI DAS Culture

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	19	Maintenir les événements importants pour renforcer l'image de marque et la notoriété de Morges, capitale régionale			<p>Cf. action 8 et liste annexée</p> <p>Exemples : Fête de la Tulipe 50^e , Livre sur les quais, Fête de l'épouvantail, Yadlo, Albona Festival, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fête de la Tulipe et Quais des Dahlias • Livre sur le Quai • Symposium de Sculpture • Nuits de l'épouvantail • Fêtes des Clowns • Divinum • Caves ouvertes vaudoise • Fête du Raisins Féchy (petit train) • Tour de Romandie • Swiss Classic British Car Meeting • Tour du Pays de Vaud • Mémorial Gander 	OUI Projets liants


STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	20	Développer une offre touristique attractive autour de la « Fromagerie de démonstration de Montricher »				<ul style="list-style-type: none"> • Visite guidée avec les collaborateurs pour promouvoir l'offre. • Amélioration et mise en avant sur le site web de MRT • Proposition d'amélioration faite à la fromagerie pour son propre site. Traductions en allemand et anglais mais une mise à jour du site de la part de la fromagerie n'a pas été faite. • Création d'offres exclusives pour groupes avec un choix de différentes formules. • Saison 2020 Train du fromager : tour spécial avec le petit train touristique au départ de Bière (5 dates). 	<p>OUI</p> <p>DAS Art de vivre</p> <p>A intégrer dans le PDRA Ouest vaudois</p>

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	21	Développer une offre touristique attractive autour de l'Arboretum du Vallon de l'Aubonne et du Signal de Bougy			Etude Arbr'Espace et Musée du bois 50 ^e anniversaire de l'Arboretum Etude Fauconnerie au Signal de Bougy	Communication « Floralties » du district (Arboretum, Vullierens, Fête de la Tulipe, Fête du Dahlia)	OUI DAS Nature
	22	Développer une offre touristique attractive autour de la « Maison de la Rivière »			Inauguration mai 2015 Divers expositions temporaires		
	23	Réaliser un programme de développement touristique ambitieux au Col du Mollendruz			Hôtel-Restaurant : Situation fin 2020 : en Standby pour autorisation de la STEP Mollendruz Ski de fond : Financement Fondation pour le sport / ASM pour construction hangar	Promotion des vélos électriques chez Nordic Sport	Selon situation juridique – OUI ! DAS Activités hivernales
	24	Développer l'espace d'accueil touristique au Col du Marchairuz en collaboration avec le Parc Jura Vaudois			Soutien montage du projet, Demande LADE 2019, Inauguration 04.07.20		TERMINE

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
Développement de l'offre d'activités	25	Accompagner le Centre aquatique de Région-Morges			Accompagner la création de la société anonyme		ABANDONNE SUITE REFERENDUM
	26	Concrétiser le « Sentier des Huguenots » et le faire vivre			6 K investis (16 K total par nos 3 régions)		TERMINE
	27	Accompagner le programme « Renaissance du Château de la Sarraz »			Montage du sauvetage du château et création de la Fondation		TERMINE
	28	Accompagner et faire vivre la mise en valeur de la noix autour du Moulin de Sévery			PDRA / LADE / LORO Filière de la Noix AOC (2020) Maison de la Noix et sentier didactique (réalisation 2021/2022)		TERMINE
	29	Développer la fréquentation de la campagne et de ses villages « À la découverte de nos villages de caractère »			Soutien au projet « Richesses patrimoniales de la plaine de l'Orbe » (Eclépens, Orny, La Sarraz, Pompaples)	<ul style="list-style-type: none"> • Application Morges : Guide • Chatbot • Signalétique avec QR Codes dans les communes du PJV et à Tolochenaz 	DAS Nature DAS Culture

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	30	Créer une offre touristique attractive autour du patrimoine rural et agricole	2.3.	MdT Bière – programme d’animation	Excursion Bière « Vélo & Terroir » PDR A Ouest vaudois (inclus Harmonie d’alpage du PJV)		
	31	Développer le tourisme équestre			Etude Musée du cheval Séance 19.06.19 – lancement Tourisme équestre suisse		??
	32	Développer l’œnotourisme	2.6	Développer une gamme de produits œnotouristiques identitaires et thématiques.	2 ^e Prix suisse de l’œnotourisme Féchy	Balade Oenotouristique au fil de goût (en partenariat/mandat VOSWISS) Partenariat avec les Vins de Morges – Tour de Romandie Certification VAUD Œnotourisme de MRT Wine Greeters Day (FTU)	OUI DAS Art de vivre

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	33	Développer le tourisme de nature, la randonnée			Accompagnement pour remplacement de la passerelle à la Tine de Conflens, Sentier des Huguenots, Via Francigena Prix Rando SuisseNo	Application Morges : Guide	OUI DAS Nature Cadre légal !? (voir la formulation et les moyens que l'on se donne)
	34	Faire de la région une destination « vélo »	2.4	Création d'un réseau de location de vélos électriques dans les gares	Évaluation d'un dossier COMO		OUI cf. action 10
	35	Développer l'offre « BAM Voie des Sens » pour irriguer le territoire rural des nouveaux projets touristiques	2.3	Création d'un programme d'accueil et d'animations touristiques dans les gares et les trains	<ul style="list-style-type: none"> • Demande LADE « Automotrice » • Nouveaux membres • Nouveaux traiteurs • Création d'une convention entre MBC et l'Association BAM LvS 		TERMINE

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
Marketing & communication	36	Élaborer un plan de marketing et de promotion touristique de la région		Objectif générique du programme « Innotour » : Création de la première « Slow destination » de Suisse		Nouveau logo et slogan  <i>Prendre le temps de...</i> Nouveaux positionnement « Morges Région - Slow tourisme ! » Plans annuels dès 2019 (JR)	TERMINE
	37	Améliorer la visibilité de l'offre touristique sur le net				www TOMAS Réseaux sociaux Cf. Rapports d'activités MRT	OUI Axe : Digitalisation
	38	Développer des applications internet permettant une découverte attractive de l'offre touristique		Objectif générique de digitalisation		Guidage / Chatbot I & II Web App	OUI Axe : Digitalisation

STRATÉGIE TOURISTIQUE MORGES REGION 2015 - 2020			Projets SLOW DESTINATION concordant		Bilan		Continuité 2021 - 2026
Domaines	Action	Libellé (en vert = atteint)	Projet		ARCAM	MRT	
	39	Parler et faire parler de la région par les réseaux sociaux et les sites dédiés au tourisme comme Tripadvisor ou les blogs ...				Google Local RS –FB / Instagram Loisirs.ch	n.a.
	40	S'adresser directement aux clientèles cible par la création de blogs ou de labels à l'échelle de la région (marketing affinitaire, labels « Family », « Seniors », ...)				Mise en place d'une stratégie digitale avec le Pool Marketing. En outre dans but de récolter des adresses de potentiels clients qui peuvent être ensuite recontactés individuellement pour d'autres événements et d'augmenter nos abonnés. Actuellement en cours. : mise en place d'un CRM.	n.a.
	41	Maintenir une politique événementielle ambitieuse et structurée			Cf. action 8 et 19 et liste annexée		OUI DAS Culture (collaboration avec Ville de Morges)
	42	Faires des habitants les ambassadeurs de la région, favoriser leur rencontre avec les touristes	2.2	: Création d'un réseau de « Greeters »	Abandonné – décision du COPIL Slow Destination du 20 mars 2019 (cf. analyse et PV)		NON

Bilan

Les domaines et actions

Bilan global : 29 actions réalisées sur 42

Bilan par domaines :

Gouvernance et organisation :

7 actions sur 9 atteintes : domaine atteint ; très bon niveau de mise en œuvre ; les structures sont reconnues et les missions des différentes entités sont clairement délimitées

Projets structurants :

9 sur 15 actions atteintes : c'est le domaine avec le taux de réussite le plus bas. Deux explications à cela:

- D'une part, la plupart des actions « non-atteintes » comportent plusieurs voire de nombreuses parties prenantes ; il est donc plus long et plus difficile de mettre en place des dynamiques.
- D'autre part, comme ce sont des projets structurants (Hardware), ils nécessitent des investissements plus importants.

Développement de l'offre d'activités :

7 sur 11 actions atteintes : domaine atteint, sauf pour l'action « Vélo » ; les autres dossiers ne sont pas de notre ressort

Marketing & communication :

6 sur 7 actions atteintes: domaine atteint

Les défis

Outre les domaines stratégiques et les actions, la stratégie identifiait cinq défis : le défi numérique, le défi des ressources internes, le défi de la qualité et de la proximité, le défi de la mise en relation des acteurs du tourisme et enfin le défi de l'accueil dans les maisons du tourisme.

Aujourd'hui nous pouvons affirmer avec fierté que nous avons fait un énorme bond en avant dans la régionalisation, la coordination, la digitalisation et la professionnalisation de notre tourisme.

L'ARCAM de son côté a joué son rôle d'ingénierie touristique, d'appui aux porteurs de projet et de catalyseur pour fédérer les acteurs privés et publics. D'importantes ressources financières ont pu être allouées au développement de l'offre culturelle et de loisirs, aux manifestations et à la digitalisation. A travers l'application Be-Mobile et ses déclinaisons d'outils digitaux, nous avons franchi un énorme pas en avant.

Morges Région Tourisme a renforcé sa présence et ses interactions avec les hôtes et la population à travers ses Maisons du tourisme de Morges et Bière. L'office du tourisme régional a également initié le développement de la commercialisation en ligne des offres touristiques en plus de la réservation de chambres au travers de l'outil TOMAS.

Appréciation de la Stratégie touristique régionale Morges Région 2015 - 2020 :

La stratégie 2015 – 2020 était très détaillée et comprenait aussi bien des axes stratégiques que des actions opérationnelles. Certaines actions ne pouvaient pas vraiment être maîtrisées par l'ARCAM et / ou MRT, comme par exemple le Centre aquatique ou le projet ambitieux de St-Prex. Ce dernier pourrait par contre voir le jour lors de la prochaine législature.

**A l'issue de ces cinq ans dernières années,
nous avons pu affirmer notre positionnement comme première destination dédiée au « slow tourisme »**

Le programme Innotour a permis de lever des fonds pour créer des synergies, rassembler nos partenaires et communes dans le cadre d'ateliers de réflexion et de création d'offres.

Le succès peut entre autres se mesurer par la constante hausse de fréquentation de nos Etats généraux du tourisme, ces dernières années et du nombre d'articles de presse sur la démarche et le positionnement.

COVID-19

Malgré l'irruption de la pandémie début 2020, le bilan est très réjouissant ; la région touristique « Morges Région » est perçue comme dynamique ; le positionnement comme première destination de « Slow tourisme » de Suisse a permis de fédérer les acteurs autour de ce thème porteur.

Aussi, pendant l'été 2020, nous avons pu **rassembler 42 prestataires touristiques** sur trois après-midis, permettant de générer 12 nouvelles offres d'excursions. Quatre d'entre elles ont été élaborées en détail afin d'être publiées dans le Journal de Morges et présentées sous forme de concours. Cette action avait un double-objectif : valoriser les synergies entre les prestataires et faire connaître notre riche offre à la population. Près de 130 personnes ont participé au concours.

Bilan financier de 5 années de stratégie touristique régionale :

Si le bilan ci-dessus est déjà largement réjouissant pour notre destination, les chiffres sont encore plus éloquentes :

- pour plus de 80 projets ayant bénéficiés d'aides cantonales au titre de la Loi sur l'appui au développement économique (LADE) et d'autres sources **de financement ce sont minimum 5,3 millions de francs suisses qui ont été injectés dans notre économie touristique et régionale, rien que pour les aides publiques.**

Impact sur les nuitées

Il faut cependant constater que les nuitées hôtelières n'ont pas progressé comme espéré.

- Notre hôtellerie était jusqu'en 2020 fortement dépendante du tourisme d'affaires et la part de tourisme de loisirs était encore trop peu développée.
- Le manque d'offre para-hôtelière (chambres d'hôtes, appartements de vacances, auberge de jeunesse, colonies de vacances, camping, glamping, aires pour camping-cars, etc.) s'est ressentie plus que jamais.

Ce sera un point de vigilance pour la prochaine législature et un objectif précis à formuler.

Axes potentiels pour la législature 2021 – 2026 (projet)

Pour terminer ce bilan, un premier aperçu des axes et thèmes stratégiques qui se profilent à l'horizon et qui feront l'objet de consultations au deuxième semestre 2021 :

Positionnement de l'offre

Nos **domaines d'activités stratégiques – les DAS** – que sont

La Nature, la Culture et l'Art de vivre

(incluant la gastronomie et l'œnotourisme) sont dans l'ADN de notre territoire et plus que jamais des atouts concurrentiels déterminants. Ces trois DAS seront déclinés **en thématiques prioritaires** (exemple : l'eau, les châteaux et l'œnotourisme). Le **PDR A Ouest vaudois** devrait prendre une place importante dans la valorisation de notre agriculture et de nos produits de qualité.

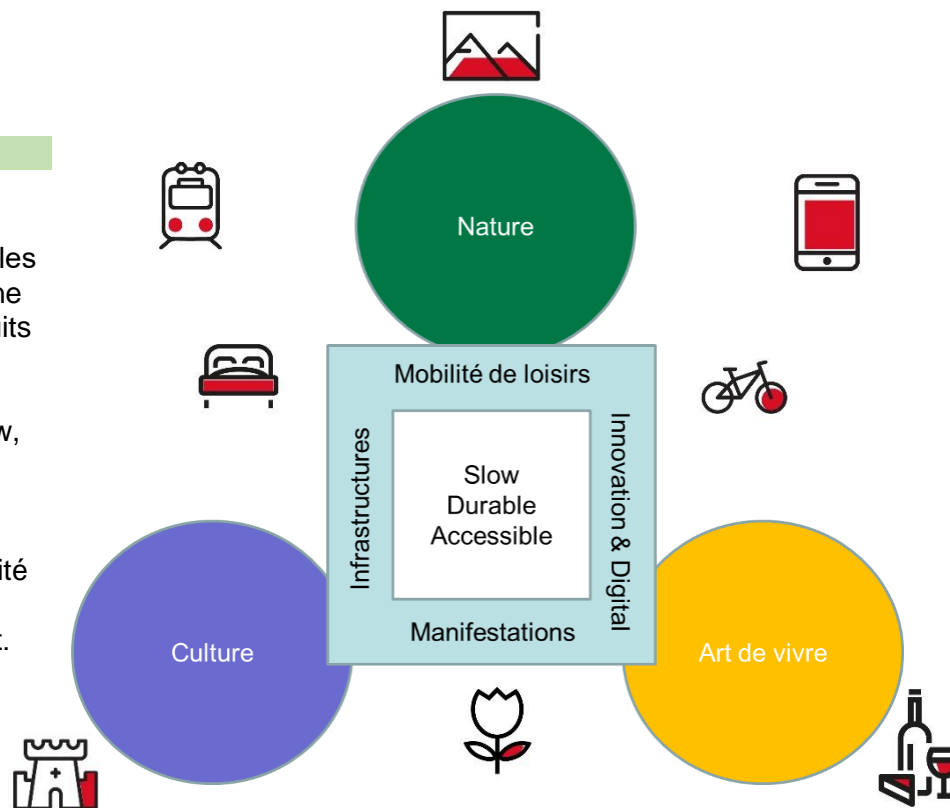
Les **axes de développements stratégiques** que sont un tourisme « slow, durable et accessible » rythmeront nos choix.

Des **projets liants** comme la mobilité, les manifestations et le digital permettront de consolider notre offre et de donner du relief et de la visibilité à notre destination. Un accent particulier devra être porté à des infrastructures nouvelles, telles que des nouvelles formes d'hébergement.

Les conditions cadres et juridiques doivent aussi être prises en compte pour déterminer la future stratégie.

Segmentation de la clientèle

Un important travail devra être fait sur la segmentation, à savoir de cibler les actions de communication et de commercialisation à l'intention des cibles de clientèle privilégiées.



Processus de rédaction de la prochaine Stratégie touristique régionale

Eté 2021

Afin de construire une stratégie concertée avec toutes les parties prenantes de notre tourisme, des ateliers seront proposés aux acteurs touristiques afin de préciser les axes stratégiques et les segments de clientèle à prioriser.

En parallèle, les communes seront sollicitées par un envoi de questionnaires.

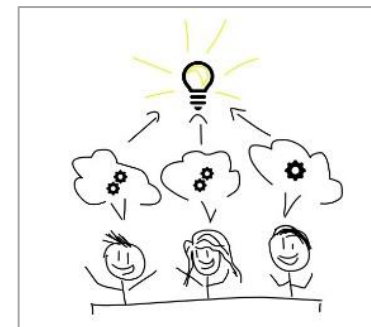


Image :thinktomake.cht

Automne 2021

Une tournée dans nos communes sera organisée pour échanger avec les nouvelles Municipalités en place et récolter les retours nous permettant de finaliser la stratégie pour validation lors de l'assemblée générale de l'ARCAM le 4 novembre 2021.



Image :gutundgut

Annexes :

Lien vers la Stratégie touristique 2015 – 2020 : <https://arcam-vd.ch/tourisme/strategie-touristique/>

Liste des aides financières octroyées LADE, LPR, FEM et autres financements pour les projets touristiques

Bilan résumé du Programme Innotour « Slow Destination »

Historique des Etats généraux du tourisme

Autres rapports détaillés disponibles sur demande.

ARCAM, Véronique Hermanjat, Déléguée au tourisme, juin 2021