

**Programme d'action pour la  
promotion économique  
Ville de Morges**

## Table des matières

<b>Liste des abréviations</b> .....	2
<b>I. PREAMBULE</b> .....	3
<b>II. ANALYSE SWOT – VILLE DE MORGES</b> .....	4
<b>III. PROGRAMME D'ACTION</b> .....	5
<b>IV. SUIVI ET RESULTATS DE L'ACTIVITE</b> .....	12

### LISTE DES ABRÉVIATIONS

- ARCAM : Association de la région Cossonay-Aubonne-Morges
- COOR : Coordination des commerçants de Morges
- DEV : Développement économique vaudois
- EPFL : Ecole polytechnique fédérale de Lausanne
- FAFS : Forum d'affaires franco-suisse
- FVE : Fédération vaudoise des entrepreneurs
- MIPIM : Marché international des professionnels de l'immobilier
- PME : Petites et moyennes entreprises
- SPECo : Service cantonal de la promotion économique et du commerce
- USP : Terme anglais = Unique Selling Proposition (pourrait se traduire par l'unicité du produit, l'argument de vente)
- SWOT : Terme anglais = Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces)

## I. PREAMBULE

La Municipalité a défini sa politique de développement économique dans le préavis N° 6/2.16, qui s'articule autour de deux axes prioritaires, à savoir :

- favoriser l'ancrage des entreprises dans le tissu local;
- favoriser l'implantation des entreprises sur le territoire morgien.

Le présent document est établi sur la base des éléments énoncés dans le préavis municipal ainsi que sur les observations et analyses effectuées depuis l'entrée en fonction du délégué à la promotion économique en juillet 2017.

L'objectif du présent document est le suivant :

- définir les actions à mener pour la période 2018-juin 2020 (30 mois);
- établir la structure pour l'évaluation de l'activité et le rapport annuel.

Les actions proposées s'inscrivent en complémentarité de celles déjà offertes par les acteurs de la promotion économique régionale, cantonale ou fédérale qui proposent souvent des guichets de services aux entreprises. Il s'agit pour la Ville de Morges de mettre l'accent sur les actions avec le meilleur ratio coût-bénéfice, sachant que ses ressources sont limitées. Le financement des mesures proposées est assuré, comme spécifié dans ledit préavis, par un budget de CHF 50'000.

Par ailleurs, Morges possède des spécificités qu'il convient d'identifier afin de les mettre en valeur pour favoriser l'implantation des entreprises. La fiscalité a longtemps constitué l'argument massue pour attirer de nouvelles entreprises. La proactivité d'une ville en matière de développement économique est plus nécessaire que jamais dans un contexte de concurrence accrue. Il s'agit d'ancrer durablement, dans le tissu morgien, les grandes entreprises dont l'essentiel s'est avant tout installé pour bénéficier des conditions cadres de l'arrêté Bonny. Les PME et notamment celles actives dans l'artisanat et l'industrie ont également besoin de soutien. Le programme d'actions pour la promotion économique vise à renforcer les liens entre les acteurs économiques, les autorités morgiennes et l'administration. Au travers de ces liens, l'échange d'informations permettra une meilleure intégration des besoins réciproques. Au travers de la mise en œuvre de sa politique de développement économique, la Municipalité souhaite maintenir et développer les emplois sur son territoire ainsi que ses revenus fiscaux.

La démarche sera centrée autour des quatre axes principaux que sont l'emploi, l'implantation, la fiscalité et la vitalité du centre-ville. Il s'agit par conséquent de proposer une stratégie globale, qui va au-delà des aspects de fiscalité et d'emploi.

## II. ANALYSE SWOT – VILLE DE MORGES

### Forces

- Clusters<sup>1</sup> lémaniques (technologie médicale (medtech), pharma, sport, trading)
- Qualité de vie : Les cadres des grandes entreprises se plaisent à Morges
- Infrastructures : Proximité de l'aéroport; nœud ferroviaire national; autoroute
- Présence de locaux de moyenne-inférieure taille (200-400 m<sup>2</sup>)
- Main d'œuvre (qualification, abondance, paix du travail)
- Présence d'une promotion économique qui englobe l'intégralité du tissu et l'ensemble du district.
- Travail en commun avec l'ARCAM (locaux, événements, contacts, mobilité)
- Proximité des universités et hautes écoles, bien que n'étant pas situées à Morges même
- Présence de plusieurs sièges de sociétés

### Faiblesses<sup>2</sup>

- Absence de terrains à bâtir
- Loyers élevés
- Manque d'information sur les mouvements de sociétés
- Rareté des surfaces (et parcelles) importantes disponibles en 2018 et 2019 (+ de 400 m<sup>2</sup>)
- Absence d'incubateurs et de pôle technologique
- Exiguïté du territoire qui limite les possibilités au niveau des terrains à bâtir et du stationnement

### Opportunités

- Collaboration entre certaines multinationales et des startups proches (EPFL)
- Etablissement annoncé de nouvelle entreprise sur le territoire communal à même d'impacter les commerces environnants et d'attirer d'autres sociétés
- Plusieurs locaux de moyenne taille et très bien situés disponibles, en particulier d'ici à 3 ans (Quartier des Halles)
- Terrains intéressants à proximité immédiate de Morges (notamment à Tolochenaz)
- Possibilité d'événements en commun avec le DEV, le Centre Patronal, la FVE, et les grandes entreprises
- Mouvement d'éloignement d'entreprises de Genève/Nyon/Rolle vers l'Est
- Développement d'infrastructures qui rendront la ville plus attractive et dynamique
- Meilleure offre pour le tourisme d'affaires avec la réalisation des projets hôteliers, notamment à La Baie
- Fiscalité cantonale lisible et attractive (13.8%) dès 2019.
- Libération à venir d'un ou plusieurs terrains à vocation mixte le long de la rue de Lausanne

### Risques

- Départ de grandes entreprises (fin de la période d'exonération/clawback ; rachat)
- Franc fort (par rapport à l'Euro, au Dollar américain et à la livre britannique)<sup>3</sup>
- Espaces de bureaux durablement vides
- Désertification commerciale du centre-ville (due aux loyers et aux habitudes des clients)

<sup>1</sup> Pôle de compétences qui regroupe dans un bassin une grappe d'entreprises du même secteur.

<sup>2</sup> Le vote contre l'immigration de masse n'est pas mentionné car il semble que les effets seront très limités.

<sup>3</sup> Le franc s'est récemment affaibli mais reste une préoccupation et peut remonter.

### III. PROGRAMME D'ACTION

Le programme d'action se décline sur les quatre axes principaux de la promotion économique. Il propose des actions spécifiques à chaque axe, qui s'inscrivent pour la plupart de manière pérenne dans l'activité de promotion économique.

- **L'emploi** : cet axe vise à défendre et à développer l'emploi.
- **Implantation** : cet axe vise à assurer la visibilité de Morges et à favoriser l'implantation de nouvelles entreprises.
- **Fiscalité** : cet axe vise à préserver et augmenter les revenus issus des personnes morales
- **Centre-ville** : cet axe vise à améliorer l'attractivité du centre-ville (défini entre la gare et les quais) et, partant, la qualité de vie des morgiens.

#### Axe 1 : EMPLOIS

A Morges certaines sociétés concentrent un nombre d'emplois très important, comme l'Ensemble Hospitalier de la Côte, qui est le principal employeur de la Ville, et Romande Energie. Toutefois, ce sont les PME (définies comme des entreprises de moins de 250 personnes)<sup>4</sup>, qui emploient la majorité de la population<sup>5</sup>.

#### Action 1 : Connaître les besoins des PME et faciliter la recherche de solutions

Les PME sont vitales pour le tissu économique de la Ville. Elles constituent l'essentiel de l'emploi. Il est donc important de cerner leurs besoins afin de les maintenir sur notre territoire et de favoriser leur développement. Une croissance de leur nombre renforce l'économie via l'emploi, la diversité du tissu économique et la demande pour les fournisseurs.

- **Explication**

Les PME manquent souvent d'information et ne savent souvent pas où l'obtenir car elles sont de taille réduite (le plus souvent de moins de 30 personnes). Les demandes sont diverses. Il peut s'agir de demandes de places de parc, de permis de travail ou encore de signalétique.

La venue de PME ne se décrète pas mais est favorisée par la promotion économique et influencée par la conjoncture. Le contexte ici compte : la concurrence pour ces sociétés est féroce et les locaux vides ne manquent pas.

- **Mise en œuvre**

Il s'agit d'être en relation avec les PME afin de connaître, en détail, le tissu économique et ses acteurs afin de recueillir les informations nécessaires et identifier le besoin et les possibilités de réponses. Les mesures suivantes pourront être proposées, selon les demandes spécifiques :

---

<sup>4</sup> Il n'existe pas de définition largement acceptée de la PME. Pour les besoins de ce présent document, les commerçants sont considérés comme une catégorie séparée car leurs besoins sont spécifiques. Cf. <http://www.pme-ch.ch/comment/ps-entreprise-recensees.php>

<sup>5</sup> Environ 60% des emplois sont générés par des sociétés de moins de 50 employés selon le diagnostic économique établis par l'ARCAM.

- information adéquate s'agissant des aides, des locaux et terrains à disposition;
- mise en relation et orientation vers les services compétents pour recevoir un conseil adéquat;
- rendez-vous privilégiés avec le tissu local de façon à avoir des informations concernant les opportunités d'installation;
- relation privilégiée avec les acteurs de la promotion économique (SPECo, DEV, professionnels de l'immobilier) afin de pouvoir orienter les PME.

Une priorité est donnée pour faciliter la recherche de locaux aux entreprises qui risquent de quitter la Ville si elles ne trouvent pas de solutions qui correspondent à leurs besoins.

La tenue à jour du registre des locaux disponibles permet d'orienter les entreprises lorsque cela est utile<sup>6</sup>.

Des visites de certaines entreprises se justifient lorsqu'un besoin précis est détecté, pour les plus grandes d'entre-elles, mais ne peuvent être systématiques en raison du nombre d'entreprises concernées (1'300).

## Action 2 : Soirée annuelle des entreprises

- **Explication**

Cet évènement annuel, qui inclut également les grandes entreprises, regroupe essentiellement les PME. La soirée permet de les rencontrer, les mettre en relation, de répondre à certaines de leurs préoccupations et interrogations et de leur montrer l'attachement de la Ville à leur présence.

- **Mise en oeuvre**

Planification de l'évènement pour 2018 et 2019 en incluant les enseignements des éditions précédentes.

## Action 3 : Se tenir informé de l'évolution des pratiques de l'économie

Le monde du travail évolue rapidement et les besoins des entreprises changent (création d'espaces de travail partagés, développement de l'économie alternative); il s'agit d'être attentif à cette évolution pour identifier les nouveaux besoins et saisir les opportunités qui se présentent.

- **Explication**

La location de locaux partagés, appelé "coworking", permet à des personnes qui démarrent une activité à leur compte de louer ces espaces.

- **Mise en oeuvre**

Il est important d'observer attentivement l'évolution des nouvelles pratiques liées à l'économie afin de comprendre les dynamiques à l'œuvre.

---

<sup>6</sup> Le registre consiste à ce jour à un tableau Excel réunissant l'ensemble des objets disponibles à la vente ou à la location sur la ville et le district. Sa mise à jour est chronophage. A l'avenir, le site de l'Arcam, en partenariat avec les agences immobilières de la région, permettra de faire suivre toute demande directement à ces mêmes agences afin d'améliorer le suivi.

## Axe 2 : Implantation

Une activité communale de promotion économique consiste à mettre Morges en valeur et à accompagner et favoriser l'implantation de nouvelles entreprises ainsi qu'à soutenir les start-ups dans leur développement.

### **Action 4 : Définir les avantages comparatifs de Morges (USP)**

- **Explication**

Il s'agit de préciser les avantages comparatifs de la Ville par rapport à d'autres sites potentiels. Cela permet de définir les entreprises les plus à même d'être attirée par la Ville et de s'y ancrer ainsi que les entreprises les plus intéressantes à suivre.

- **Mise en oeuvre**

Etablir l'USP de Morges afin de mettre ces avantages comparatifs en exergue, en particulier sur les outils de communication.

### **Action 5 : Être réactif et saisir les opportunités**

Les entreprises qui cherchent un lieu pour s'implanter ont des questions spécifiques. Il s'agit d'être visible et de les intéresser à Morges.

- **Explication**

En priorité, les entreprises cherchent des locaux et souhaitent effectuer des visites. Il s'agit là d'un service essentiel et souvent les entreprises nous contactent directement. Cela se fait parfois en partenariat avec le DEV.

- **Mise en oeuvre**

Maintenir à jour du registre des locaux disponibles et suivre les dossiers afin d'orienter une implantation sur Morges, sinon le district.

Le moyen le plus efficace consiste à travailler avec les promoteurs d'immeubles afin de leur fournir des informations s'agissant des entreprises susceptibles de déménager afin de créer un lien.

### **Action 6 : Présence sur internet**

Une entreprise qui pense s'établir à Morges doit pouvoir trouver toutes les informations utiles et spécifiques aux entreprises sur internet.

- **Explication**

Une maîtrise de la communication est cruciale. Cela débute par des pages web dédiées. Le site de Genève et du Grand Zurich sont de bons exemples à cet égard.

- **Mise en œuvre**

Rédiger et mettre à jour le contenu des pages internet en collaboration avec les services communication et informatique de la ville, mettre en avant la satisfaction des entreprises morgienne au travers d'ambassadeurs qui en témoignent par vidéo, éventuellement améliorer la visibilité des pages web par le référencement.<sup>7</sup>

### **Action 7 : Participation à quelques événements ciblés par année**

- **Explication**

La participation à des événements permet de nouer des liens utiles et d'obtenir des informations. Les événements essentiels à venir sont : le MIPIM<sup>8</sup>, des événements du DEV ou encore le FAFS<sup>9</sup>.

- **Mise en œuvre**

Il s'agit de définir les priorités afin de saisir les opportunités de rencontres et d'obtention d'information.

### **Action 8 : Cultiver les relations avec les organismes et sociétés clés (DEV, SPECo, location advisors)**

- **Explication**

Le DEV se définit comme la porte d'entrée pour les nouvelles implantations dans le canton. Il préfère travailler avec ceux qui leur assurent un bon soutien. Il en va de même pour le SPECo mais également les sociétés privées qui conseillent les entreprises (location advisors).

- **Mise en œuvre**

Rencontres régulières lors d'événements ou de séances de travail. Volonté de leur fournir une aide rapide et précise.

---

<sup>7</sup> Il s'agit du travail qui permet d'apparaître en haut dans la liste des résultats d'un moteur de recherche.

<sup>8</sup> Le MIPIM est le principal événement dédié à l'immobilier au monde. C'est un lieu idéal pour forger des liens avec les principaux acteurs économiques du canton.

<sup>9</sup> Forum d'affaires franco-suisse. Des entreprises françaises cherchant à s'installer en Suisse y participent.



## Axe 3 : Fiscalité

A Morges, l'impôt des personnes morales représente 17% des revenus fiscaux de la Ville<sup>10</sup>, ce qui est faible. En outre, l'essentiel de l'impôt des personnes morales dépend d'un nombre de contribuables très restreint, essentiellement actifs dans le tertiaire et dont le nombre d'employés les classent dans les grandes entreprises<sup>11</sup>. On remarque qu'il n'y a pas de cluster à ce niveau<sup>12</sup> mais une pluralité de secteurs représentés. La croissance des recettes repose donc d'abord sur l'ancrage de ce faible nombre d'entreprises sur le territoire morgien et, dans une moindre mesure, sur l'attraction de nouvelles entreprises. En effet, les conditions cadres sont moins favorables que dans les années 2000. Il en résulte qu'une action de promotion économique plus marquée sur l'aspect défensif<sup>13</sup>, c'est-à-dire l'ancrage, est à présent privilégiée.

Ce groupe de contribuables, qui représentent plus du 80% des recettes, peut être décomposé en quatre types :

- les grandes entreprises étrangères actives dans le monde entier
- les grandes entreprises suisses
- les sociétés du domaine financier actives avant tout avec la population locale
- les entreprises plus petites tailles mais également actives à l'international<sup>14</sup>

### Action 9 : Tisser et maintenir des liens à plusieurs niveaux hiérarchiques

Il n'existe pas à ce jour de canal de communication actif ou de source d'informations entre l'administration et les entreprises, hormis l'inscription au registre des entreprises. Cette action doit permettre à la Ville de mieux connaître ses acteurs économiques pour cerner leurs besoins : leur état actuel, leurs projets et leurs préoccupations.

Priorité est donnée selon la taille des entreprises et le risque de départ. Pour ces entreprises une, voire deux, visites annuelles sont nécessaires ainsi que des rencontres avec plusieurs personnes à l'interne (responsables RH, finances, recherche et développement). En effet, les responsables de certaines entreprises ont manifesté un intérêt pour une présentation aux employés des prestations et activités de la Ville.

Les succursales commerciales représentent un risque de déménagement hors de Morges considéré comme plus faible car Morges est le chef-lieu qui requiert une présence physique<sup>15</sup>.

---

<sup>10</sup> Il s'agit d'une moyenne établie sur les 5 dernières années.

<sup>11</sup> 50% des recettes provient de 3 sociétés, tandis que quelques dizaines couvrent le 80% du total. Une grande entreprise est définie comme employant 250 personnes ou plus. Cf. <http://www.pme-ch.ch/comment/ps-entreprise-recensees.php>

<sup>12</sup> Les clusters se situent au niveau de l'Arc lémanique.

<sup>13</sup> Le Canton de Vaud n'a enregistré aucune implantation de taille depuis plusieurs années. L'arrivée d'une entreprise à Morges constitue à cet égard une notable exception.

<sup>14</sup> Ces PME représentent une part non-négligeable mais bien inférieure à celle des grandes entreprises.

<sup>15</sup> Le déplacement de l'administration d'une banque rappelle toutefois qu'il reste nécessaire d'être vigilant.

- **Explication**

L'action comprend en particulier :

- l'instauration d'un lien de confiance qui constitue le socle de toute action;
- la transmission et précision de certaines informations (fiscalité, événements à venir, etc.);
- intégrer les entreprises à des activités déjà existantes en Ville de Morges;
- l'ancrage des principaux dirigeants dans la région, notamment via les événements;
- la mise en relation avec des partenaires stratégiques afin de faciliter le développement de l'activité (notaires, avocats, fiduciaires, autorités fiscales, consultants et experts, etc.);
- le lien avec les services communaux;
- le maintien d'excellentes relations ce qui aboutit souvent à l'acquisition d'informations ou à de nouveaux contacts utiles.

- **Mise en oeuvre**

Rencontres planifiées selon la taille et le risque. Il est important de préciser qu'hormis les rencontres, il s'agit de très bien connaître l'entreprise et d'assurer un suivi dans le temps des actions. Ce suivi intentionnel et les contacts réguliers doivent permettre d'agir en amont des décisions à prendre par ces entreprises.

## **Action 10 : Organisation d'un événement de rencontre annuel**

Pour une entreprise les relations avec le réseau local est important. Cet événement organisé par la ville regroupera 15-20 entreprises, qui partagent les mêmes caractéristiques. Ce sont des entreprises internationales, souvent américaines, peuplées essentiellement de cadres supérieurs qui sont parfois des expatriés. La faible taille de l'échantillon permettra de faire un événement de qualité. A noter que des sociétés ont manifesté leur intérêt pour un tel événement et ont même proposé de l'organiser dans leurs locaux. Ces entreprises représentent ensemble plus de 50% des recettes fiscales.

- **Explication**

Un événement annuel organisé par la ville pour l'ensemble de ces sociétés permettrait de renforcer le lien et la mise en relation entre un groupe de sociétés qui possède de nombreux points communs. C'est également une façon de montrer que la Ville apprécie leur présence, et de renforcer les liens. Enfin, cela permet de mieux ancrer ces entreprises en les mettant en contact avec des acteurs locaux, qu'il s'agisse du domaine privé ou professionnel. L'ancrage est d'autant plus important que l'essentiel de ces sociétés est basé en périphérie de Morges, de sorte qu'il existe un risque important que le management ne soit absolument pas intégré à la Ville de Morges.

- **Mise en oeuvre**

Des sociétés se sont proposées pour accueillir un tel événement. Il s'agit à présent de l'organiser, c'est-à-dire de définir un thème, de fixer la date puis de gérer les questions logistiques.

### **Action 11 : Intégrer les entreprises à la Ville et à sa population**

Il s'agit de nouer des liens entre les entreprises, leurs employés et la Ville et de favoriser un ancrage local de leurs activités.

- **Explication**

L'intégration des entreprises à des événements existants, ou à créer, renforce leur ancrage. Les formes peuvent aller de la co-organisation à la participation d'employés à leur organisation de manière volontaire. On remarque également qu'un nombre significatif d'entreprises proposent à leurs employés de consacrer jusqu'à deux semaines par an à des actions de volontariat sur leur temps de travail.

- **Mise en oeuvre**

Il s'agit d'identifier une opportunité ou un manque et de mettre en relation les entreprises avec le tissu local. Morges accueille plusieurs manifestations, un partenariat avec une entreprise en particulier pourrait se développer pour nouer les relations avec la Ville.

### **Action 12 : Réponse à des besoins spécifiques**

- **Explication**

Cela peut inclure de nombreuses demandes. Une entreprise qui aimerait mettre en place un plan de mobilité afin de renforcer son image « verte », c'est une excellente opportunité de se rapprocher à cette grande PME et l'ARCAM dispose de nombreuses ressources pour les épauler dans cette démarche.

D'autres besoins possibles :

- la recherche de terrains et de locaux ;
- la mise en relation avec des acteurs étatiques ou locaux (Ville de Morges, investisseurs, SPECo, technopôle, partenaires);
- le lien avec les autorités.

- **Mise en oeuvre**

Au cas par cas avec une discussion au préalable.

### **Action 13 : Manifester l'intérêt de la Ville**

Les événements internes importants que connaît toute entreprise constituent souvent une opportunité pour la Ville. Un cadeau symbolique (ou simplement une carte) permet en effet à Morges de signifier qu'elle se tient informée de la vie de ses entreprises et qu'elle apprécie leur présence sur son territoire.

- **Explication**

Il est important de marquer l'occasion, en particulier lorsqu'une entreprise s'installe à Morges ou fête un anniversaire.

- **Mise en oeuvre**

Chaque cas étant particulier, la mise en oeuvre se fera via discussion au préalable à l'interne qui permettra de déterminer la manière la plus appropriée de marquer l'occasion.

## **Axe 4 : VITALITE DU CENTRE VILLE**

Les commerces sont essentiellement de très petites entreprises en termes de revenus et de personnel<sup>16</sup>, mais qui jouent un rôle majeur dans la vitalité de Morges, son attrait touristique et la qualité de vie de ses habitants.

#### **Action 14 : Réalisation d'une étude destinée à diagnostiquer et à établir des recommandations**

- **Explication**

Afin d'agir au mieux, la Ville a besoin de savoir quelles actions mener.

- **Mise en oeuvre**

Démarrer l'étude et assurer le suivi du prestataire. A partir du mois de juin 2018, il s'agira de mettre en oeuvre les recommandations.

#### **Action 15 : Rencontres régulières avec la COOR<sup>17</sup> et interface avec la Ville**

- **Explication**

La COOR représente les commerçants, c'est donc un relai essentiel. Avoir leur contribution et une très bonne relation est primordial.

- **Mise en oeuvre**

Analyser les demandes des commerçants sous l'angle de la promotion économique afin de fournir une aide à la décision pour la Municipalité.

## **IV. SUIVI ET RESULTATS DE L'ACTIVITE**

La promotion économique est une activité multidimensionnelle qui comprend des actions de natures différentes, telles le marketing, la vente, les relations publiques, le conseil en affaires et immobilier, des actions de facilitateur et intermédiaire. Les actions se déploient dans un environnement complexe et hautement concurrentiel dans lequel évolue un grand nombre d'acteurs. De nombreuses actions doivent être appréciées sur la durée, tel que par exemple un dossier d'implantation d'entreprise qui peut prendre plusieurs années.

Cependant, il est important pour la Municipalité d'avoir une vision sur la valeur ajoutée de cette nouvelle activité. De même, le Conseil communal, dans le rapport de commission N° 6/9.16, a exprimé le souhait d'être informé sur les résultats atteints. Or, au vu des multiples dimensions de l'activité, nous constatons une absence d'indicateurs de performance pertinents et efficaces qui permettraient d'appréhender le retour sur investissement des actions entreprises.

---

<sup>16</sup> Exception faites des grandes surfaces.

<sup>17</sup> L'association des commerçants de Morges.

Cela étant, nous proposons un rapport annuel d'activité qui contiendra des éléments descriptifs qualitatifs et quantitatifs :

- description des actions mises en œuvre;
- appréciation du Service des finances et promotion économique sur l'évolution du contexte général et l'impact des actions et des résultats atteints;
- appréciation des entreprises et des partenaires cantonaux et régionaux des actions mises en œuvre sur la base d'une enquête menée auprès d'eux;
- indicateurs de performance :

	Indicateurs
Relations avec les entreprises	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'entreprises rencontrées</li> </ul>
Intégration des entreprises à la Ville et à sa population	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'événements et actions participatifs</li> <li>• Nombre de participants à la soirée des entreprises</li> </ul>
Réponse à des besoins spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de demandes de recherche de locaux, de terrains traitées</li> </ul>
Visibilité de l'activité de promotion économique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de visites des pages internet</li> </ul>
Evolution du tissu économique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de création et d'implantation de nouvelles entreprises</li> <li>• Nombre d'entreprises qui ont quitté Morges</li> <li>• Evolution du taux de chômage</li> </ul>
Vitalité du centre-ville	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de vitrines froides</li> </ul>

Ce bilan annuel fournira la substance pour le préavis à déposer au Conseil communal à la mi-2020 pour permettre à celui-ci de réexaminer la valeur ajoutée de la promotion économique pour la Ville.

---

**Pour tout renseignement complémentaire, veuillez prendre contact avec :**  
Mélania Wyss, Municipale de la Direction Finances et promotion économique  
Téléphone : +41 (0)78 881 48 70, [melanie.wyss@morges.ch](mailto:melanie.wyss@morges.ch)

---