

INFO-TOURISME 2026 N°2

Les chiffres clés :



45'000

Le nombre de vues de la campagne de promotion Grandson-Morat 2026



323'330

Le nombre de visiteurs total des salons du tourisme de Paris et Madrid auquel nous avons participé



118'000

Le nombre de nuitées enregistrées par la région en 2025



123'705

Le nombre d'imprimés distribués dans la région en 2025



50

Le nombre de participants à l'atelier territorial Masterplan VTT Jura vaudois



+ 1'000'000

La couverture médiatique de 2025 sur le marché Espagnol

Nuitées hôtelières 2025 : une dynamique positive

En 2025, la région a enregistré env. 118'000 nuitées hôtelières, soit une hausse de +4,3 % par rapport à 2024 (+4'818 nuitées)

Cette progression s'inscrit dans une tendance également positive à l'échelle cantonale (+5,8 %) et nationale (+2,6 %).

Les résultats sont particulièrement marqués en février, août, septembre et décembre, seul novembre affichant un léger recul.

Les visiteurs suisses représentent 70,5 % des nuitées, confirmant le rôle clé du marché indigène (+3,3 %).

Côté international, certains marchés se démarquent :

- Pays-Bas et Espagne : +39,2 %
- Chine : +42,6 % (retour progressif, malgré un volume encore limité – 499 nuitées)

Une année solide, portée par une demande diversifiée et en croissance.

Charles – L'Opéra : une expérience immersive à Grandson

Cet été, la cour du Château de Grandson accueille Charles – L'Opéra, une création s'inscrivant dans les commémorations des batailles de Grandson et de Morat.

Un spectacle lyrique et immersif qui ressuscite les grandes heures du XVI^e siècle, là où une partie de l'histoire helvétique s'est dessinée.

Pour marquer l'occasion entre collègues ou partenaires, l'Hôtel Résidence du Lac et son restaurant « L'Apéro » proposent des offres groupées sur mesure dès 8 personnes — repas ou apéritif, suivis de la représentation dans la cour du Château.



POUR EN SAVOIR PLUS

ADNV LAB – Formation en ligne

IMPACT VISUEL : MAÎTRISER POUR BRILLER

27 avril 2026 | 14h00–17h00

Apprenez à créer des visuels attractifs pour renforcer l'impact de votre communication

Formation en ligne gratuite

Inscriptions : <https://www.talentislab.ch/Agenda/Impact-visuel-Maitriser-pour-briller.html>

Actions de promotion touristique 2025

Découvrez un aperçu des actions de promotion touristique menées en 2025 à travers le monde

Une carte interactive vous permet de visualiser l'ensemble des activités marketing réalisées et les marchés sur lesquels le Nord vaudois a été mis en avant.

A découvrir ici : <https://prezi.com/view/HYPe7qOULVjNCHIREZ3/>

Parution internationale : le Nord vaudois dans le Journal de Montréal

Suite à une visite de presse co-organisée avec Vaud Promotion en 2025, un article consacré à Bonvillars et Romainmôtier est paru dans le Journal de Montréal.

Ce reportage met en avant un voyage gourmand dans les environs de Lausanne, valorisant les atouts du Nord vaudois

À lire : <https://www.journaldemontreal.com/2026/03/14/petit-guide-pour-un-voyage-gourmand-dans-les-environs-de-lausanne-en-suisse>

INFO-TOURISME 2026 N°2

Salons touristiques internationaux : le Nord vaudois à l'étranger

En 2026, l'ADNV a renforcé sa présence à l'international à travers sa participation à deux salons majeurs du tourisme : le **FITUR** à **Madrid** (janvier) et le **Salon du Tourisme de Paris** (mars).

À **Madrid**, le FITUR a rassemblé plus de **155'000 professionnels** et **100'000 visiteurs**, offrant une vitrine stratégique pour promouvoir le Nord vaudois sur le marché espagnol.

À **Paris**, l'ADNV a tenu un stand durant quatre jours au Salon du Tourisme de Paris, qui a accueilli plus de **70'000 visiteurs**, permettant de présenter les atouts de la région et d'échanger directement avec un public français en quête d'inspiration.

Deux actions ciblées qui contribuent à renforcer la notoriété du Nord vaudois sur les marchés espagnol et français, et à attirer de nouveaux visiteurs internationaux.



Campagnes de promotion – Marché espagnol 2025

En 2025, plusieurs actions ciblées ont renforcé la visibilité du Nord vaudois sur le marché espagnol, autour de trois axes :

Influenceurs

Collaborations avec Cristian Delgado (205'000 vues) et Marina Comes (270'000+ vues cumulées), générant plus de 30'000 participations à des jeux concours.

Presse

Parutions dans Viajar Online (533'000 lecteurs) et El Mundo (2,5 millions de lecteurs en ligne, 488'000 en print).

Réseaux sociaux

Forte croissance du compte @almadesuiza : +13'250 % en un an (de 52 à 6'890 abonnés), avec des vlogs atteignant en moyenne 15'000 vues.

Une stratégie performante pour positionner le Nord vaudois sur un marché à fort potentiel.

Développement VTT & cyclotourisme : des projets structurants en cours

Le **Masterplan VTT Jura vaudois** poursuit son avancement avec un atelier territorial organisé le 29 janvier, réunissant plus de 50 participants issus du canton, des communes, des prestataires touristiques et des sociétés locales.

Cette rencontre a permis une **première analyse des travaux en cours** et des propositions d'adaptation du réseau VTT.

À son issue, les mandataires ont établi une **version initiale du Masterplan**, soumise au comité de pilotage composé des porteurs de projet et des services cantonaux concernés.

La **consultation des communes** débutera au mois de mai.

En parallèle, le **programme d'accueil des cyclotouristes se structure** : le bureau Bikeplan a été mandaté pour réaliser l'étude.

Le budget, le calendrier et les modalités de collaboration ont été finalisés, les conventions signées et les demandes de financement déposées.

Une séance de lancement tenue fin mars a permis d'affiner les **objectifs** et le **fonctionnement global du projet**.

Projet « Truffe Suisse 2027–2030 » : vers une filière nationale

Le projet « Truffe Suisse 2027–2030 » vise à structurer une filière nationale de la truffe cultivée, durable et certifiée, générant une valeur ajoutée économique et touristique.

Dans la continuité des actions menées dans le Nord vaudois, le projet s'articule autour de six axes stratégiques :

- Gouvernance nationale et coordination
- Création du label « Truffe Suisse »
- Formation et expérimentation
- Plateforme digitale de vente directe
- Communication collective
- Développement touristique

La demande porte sur CHF 185'000.– (20 % du coût total), complétée par une subvention fédérale (OQUADU) déjà acquise et une demande en cours auprès de la DGAV.

Un projet structurant pour positionner durablement la truffe comme produit phare à l'échelle suisse.



MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

RENDEZ-VOUS EN JUIN POUR LA PROCHAINE ÉDITION DE NOTRE INFO-TOURISME, AVEC ENCORE PLUS DE NOUVEAUTÉS ET DE PROJETS À DÉCOUVRIR !



PLUS D'INFORMATIONS SUR NOS ACTIVITÉS? PAR ICI:

ADNV (TOURISME)



ADNV (INSTITUTIONNEL)

