

Communiqué de presse

Service Presse

media@vaud-promotion.ch

+41 21 613 26 16

VAUD : UNE MARQUE TERRITORIALE AMBITIEUSE QUI VEUT SÉDUIRE LE MONDE

En misant sur l'incroyable addition des forces du canton, Vaud Promotion affiche clairement ses nouvelles ambitions pour séduire le monde et lui promettre qu'il n'existe pas de meilleur endroit pour voyager, bien vivre ensemble, se former et se faire plaisir! Soutenue par le Conseil d'Etat, cette nouvelle stratégie inclut, entre autres, un positionnement clair, le développement du tourisme 4 saisons et un renforcement des collaborations avec des acteurs clés du secteur.

Lausanne, le 14 septembre 2023 - Grâce à une organisation innovante et multisectorielle, Vaud Promotion a pour objectif d'augmenter la notoriété du Canton de Vaud, générer des retombées économiques et valoriser son terroir en développant des synergies entre toutes les forces vives du canton. Créée en 2021 par le gouvernement vaudois pour fédérer, harmoniser et dynamiser les différents acteurs vaudois du monde économique, touristique, académique, culturel, viticole, agricole et sportif, incarnant les atouts du canton et partageant des valeurs communes afin d'atteindre ces objectifs, Vaud Promotion lève aujourd'hui le voile sur sa nouvelle stratégie.

Les deux objectifs prioritaires de cette nouvelle stratégie sont très clairs: augmenter la notoriété et l'attractivité du canton et accroître les retombées économiques en élargissant la cible des visiteurs tout en les faisant rester plus longtemps, la durée moyenne de séjour étant actuellement de moins de 2 jours. Parmi les actions immédiates, le lancement de campagnes digitales permettra à Vaud Promotion de mettre en avant l'offre et les expériences proposées par les partenaires, les 13 régions touristiques ainsi que les destinations du canton.

« La coordination avec les différents acteurs de la promotion, en particulier touristique, s'avère pour moi fondamentale afin de mener à bien des actions de promotion cohérentes et impactantes, souligne Isabelle Moret, Conseillère d'Etat en charge de l'économie, de l'innovation, de l'emploi et du patrimoine. Notre soutien à la création de l'offre et à la modernisation de l'infrastructure va de pair avec le développement d'un tourisme 4 saisons ».

« Notre terroir vaudois est d'une richesse incomparable avec ses vignes, ses agriculteurs, ses producteurs et ses artisans qui donnent tout leurs sens aux plaisirs de la table, s'enthousiasme Valerie Dittli, Conseillère d'Etat en charge des finances et de l'agriculture. Les 1600 produits et 160 producteurs qui bénéficient du label VAUD CERTIFIE D'ICI sont une démonstration tangible du savoir-faire vaudois et de notre attachement aux circuits courts et à la consommation locale et durable. »

Vaud Promotion veut donc attirer de nouveaux talents, des étudiants, des touristes, des visiteurs, des sportifs, des amoureux de la culture ou de la nature qui resteront plus longtemps et augmenter la notoriété et la commercialisation des produits du terroir. Pour cela, elle pourra notamment s'appuyer sur sa communauté, en pleine croissance, de VAUD AMBASSADEUR, parmi les noms les plus prestigieux du canton et originaires de toutes les régions vaudoises.

Quelle est la promesse que VAUD va faire au reste du monde ?

Que le Canton de Vaud est un des meilleurs endroits sur terre pour voyager, bien vivre, bien manger, bien travailler, se faire plaisir, se cultiver, faire du sport, se soigner, se former et s'émerveiller dans un cadre exceptionnel, entre lacs et montagnes avec près de 3000 mètres de dénivelé réellement positif.

Michel Rochat, Président de Vaud Promotion s'enthousiasme: *« Quelle région peut prétendre offrir une telle qualité de vie avec l'un des meilleurs hôpitaux du monde (CHUV), parmi les meilleures écoles (EPFL – EHL – UNIL – les HES), les plus exigeants MBA (IMD), des lieux ou des événements culturels d'exception (Montreux Jazz, Paléo, Plateforme 10), une gastronomie et des hôtels multi-étoilés, des vins salués par les plus grands critiques, une capitale olympique mondiale, une terre de sports incroyable, des destinations régionales aux charmes très variés, des stations dans nos Alpes vaudoises qui offrent des expériences fabuleuses, des marques qui ont fait le tour du monde et un tissu économique innovant et remarquable ? »*

« Il n'y a que peu d'équivalent en Suisse et dans le monde, affirme Florence Renggli, directrice générale de Vaud Promotion. Ce joyau suisse est peut-être méconnu, mais il ne va pas le rester longtemps avec cette nouvelle stratégie. En restant fidèle à ce que nous sommes car ce n'est pas de l'arrogance, c'est notre réalité, c'est ce que les Vaudois-es vivent tous les jours, comme une évidence. A nous de mieux le partager avec les autres car le Canton de Vaud est un concentré de ce que la Suisse a de meilleur à offrir: il faut passer d'un réel savoir-faire au temps du faire savoir. »

Un atout formidable pour la Suisse

En guise de point de départ de cette nouvelle stratégie, une campagne intitulée « Ça commence ici » débutera dans le Canton de Vaud pour encourager ses habitantes et habitants à être fiers de leur région et à la promouvoir auprès de leur réseau. S'en suivra un déploiement sur les marchés clés pour le tourisme du Canton de Vaud que sont la Suisse, la France, l'Italie, l'Allemagne, le Bénélux, le Royaume-Uni, l'Amérique du Nord et le Moyen-Orient.

D'un point de vue stratégique, qu'elle soit internationale, nationale ou cantonale, la promotion vaudoise aura donc mille visages et mille lieux, conformément à ce qu'est notre canton: un territoire d'une richesse incroyable, un cadre naturel merveilleux et un concentré d'excellences qui défend et représente parfaitement ce qu'est la Suisse aux yeux du monde.

Le plan d'actions de cette nouvelle stratégie va se décliner selon les axes suivants :

- Collaboration étroite avec Suisse Tourisme pour renforcer notre visibilité en Suisse et dans le monde pour nos destinations et nos 13 régions touristiques
- Augmentation de la durée moyenne de séjour (moins de 2 nuits actuellement) en valorisant la richesse de l'offre
- Positionnement clair du canton comme terre de durabilité et d'expériences touristiques durables, via le soutien aux déploiements d'offres mais également en déployant le label Swisstainable
- Développement du tourisme 4 saisons grâce à l'incroyable variété des activités outdoor, culturelles et gastronomiques
- Démultiplication de notre présence digitale avec des grandes campagnes de communication et une nouvelle plate-forme
- Renforcement du rôle de l'Observatoire pour mieux utiliser une denrée des plus précieuses : les data
- Activation des collaborations à forte valeur ajoutée avec nos partenaires : l'Office des vins vaudois, Gastrovaud, l'ARH, Innovaud, les partenaires touristiques, les acteurs culturels, académiques et les hautes écoles
- Création de la Communauté « Fan du Canton de Vaud »
- Déploiement de la marque VAUD avec une promesse forte et deux labels : VAUD CERTIFIE D'ICI et VAUD AMBASSADEUR
- Augmentation de la visibilité des 1'600 produits et 160 producteurs VAUD CERTIFIE D'ICI
- Augmentation du nombre de VAUD AMBASSADEUR : sociétés ou institutions qui satisfont à 23 critères géographiques, organisationnels, durables, commerciaux et éthiques

VAUD en quelques chiffres

- 2.2 millions de nuitées par an : **+14% au 1^{er} semestre 2023**
- 14 hautes écoles qui accueillent près de 40'000 étudiants
- L'EPFL figure parmi le Top 10 mondial et génère 4 milliards pour le canton
- Le CHUV régulièrement classé parmi les 15 meilleurs hôpitaux du monde
- Plus de 5'000 entreprises technologiques
- Les start-up vaudoises lèvent un demi-milliard par an en capital risque
- Près de 30 entreprises étrangères s'implantent chaque année
- La culture vaudoise, c'est 5'900 entreprises qui représentent plus de 4% des emplois dont 100 musées
- 1 million de festivaliers chaque année aux quatre coins du canton
- 100 établissements primés au Gault et Millau et plus de 10 restaurants étoilés
- 2^{ème} vignoble de Suisse avec des vins régulièrement récompensés
- Lausanne, capitale olympique, inscrite sur la liste des 52 destinations incontournables du New York Times
- 19 organisations internationales et 39 fédérations sportives à Lausanne