

Communiqué de Presse

Service Presse

media@vaud-promotion.ch

+41 21 613 26 26

Zurich/Pully le 25 février 2026

2025, UNE ANNÉE RECORD POUR LE TOURISME EN SUISSE ET DANS LE CANTON DE VAUD

C'est une année exceptionnelle : en 2025, le Canton de Vaud a enregistré **3,1 millions de nuitées hôtelières**, soit **une hausse de 5,8% par rapport à 2024**. Le record historique de 2019 a été dépassé de 154'852 nuitées, soit +5,2%. Par rapport à cette période, on note des hausses notables réparties sur l'année, notamment en février (+11,3%), mai (+7,6%), septembre (+7,2%) et décembre (+28,8%). Des résultats qui témoignent d'une évolution encourageante de la fréquentation sur l'ensemble des saisons.

Au niveau Suisse, Vaud se place en 3^{ème} position en termes d'augmentation des nuitées hôtelières, après les régions bâloise (+7,5%) et fribourgeoise (+6,0%).

Les visiteurs suisses représentent 51,2% des nuitées du canton (+6,2% par rapport à 2024), tandis que les visiteurs de l'étranger constituent 48,8% (+5,3%). Parmi les visiteurs étrangers, trois marchés se distinguent par leur dynamisme : la France (10,6% des nuitées, +6,4% en 2025), le Royaume-Uni (3,8% des nuitées, +13%) et l'Espagne (1,6% des nuitées, +20,8%). Des résultats qui compensent les ralentissements observés sur certains marchés asiatiques.

Pour rappel, selon l'enquête de BAK Economics publiée en 2024, le tourisme vaudois avait généré un impact économique considérable avec une valeur ajoutée brute de 1,625 milliard CHF, soit 2,4% du PIB cantonal.

Une croissance qualitative au service d'un tourisme quatre saisons

Au-delà des chiffres, cette croissance s'inscrit dans une évolution qualitative, alignée avec la stratégie « Travel Better » de Suisse Tourisme. Grâce à une promotion réfléchie et à une orientation stratégique des visiteurs, l'ambition est d'attirer les bons voyageurs, au moment opportun et dans les lieux les plus adaptés. L'ambition de Vaud Promotion est également claire : développer un tourisme équilibré sur les quatre saisons, dans cette région qui regroupe sur un même territoire tous les atouts helvétiques.

Le Canton de Vaud offre en effet un concentré de Suisse à lui seul, comme une véritable miniature du pays. Entre les rives du Lac Léman, les panoramas montagneux des Alpes vaudoises et du Jura, et le dynamisme de villes comme Lausanne et Montreux, la région réunit en un seul territoire lacs, montagnes, campagnes, et centres urbains animés. Facile d'accès et riche en expériences, Vaud permet de passer en quelques kilomètres d'une balade au bord de l'eau à une randonnée en altitude, puis à une découverte culturelle en ville — une Suisse complète, à portée de main.

« Les atouts du Canton de Vaud sont indéniables. Il offre une multitude d'expériences et permet de combiner les activités, que ce soit dans le domaine des loisirs, mais également dans le domaine du tourisme d'affaires », comme l'a rappelé Christophe Leyvraz, Directeur de Vaud Promotion à l'occasion de la conférence de presse de Suisse Tourisme, ce mercredi 25 février à Zurich.

Des actions saisonnières qui portent leurs fruits

Les résultats 2025 montrent des progressions particulièrement encourageantes en janvier, février, juin, août et décembre, par rapport à 2024. Cette dynamique confirme la pertinence d'une stratégie de répartition des flux et de valorisation des périodes traditionnellement moins fréquentées. Ce lissage de l'offre sur l'ensemble de l'année est possible grâce à la diversité du territoire.

Par ailleurs, Vaud Promotion axe sa stratégie autour de quatre piliers : le Gravel et patrimoine au printemps, les itinéraires ciblés sur l'eau, le bien-être et la nature en été, la gastronomie en automne, et une invitation au ressourcement hivernal, entre marchés de Noël et douceurs de saison durant la saison froide. Cette approche a l'avantage de proposer la bonne expérience au bon moment, tout en soutenant l'économie régionale tout au long de l'année.

Des événements rassembleurs

L'Euro féminin de football et la Fête fédérale de gymnastique – deux événements sportifs majeurs – ont généré des nuitées importantes. De son côté, Riviera Noël a attiré 652'000 visiteurs en 35 jours. La manifestation a été l'occasion de mettre en avant les produits labellisés « VAUD CERTIFIÉ D'ICI » durant cette période de fêtes. La force du Canton de Vaud se situe également dans sa capacité à accueillir des événements professionnels d'ampleur. Lausanne et Montreux se sont tout particulièrement spécialisées dans le tourisme d'affaires, se positionnant même au 1^{er} rang à l'échelle suisse, selon le rapport 2024 de l'ICCA, l'Association internationale des congrès et conférences, et offrent la possibilité de combiner congrès et activités de loisirs. La réouverture du 2m2c à Montreux, prévue pour l'été 2026, devrait renforcer encore l'attractivité de la région.

Au vu des résultats particulièrement réjouissants de l'année écoulée, Vaud Promotion poursuivra ses actions en 2026 dans cette dynamique, avec ambition et responsabilité, tout en valorisant les atouts du canton et ses produits du terroir. Une stratégie qui évoluera toujours en étroite collaboration avec l'ensemble des partenaires, à l'image de Suisse Tourisme ou de la Regional Tourism Alliance.

Contact presse :

Karin Jorio – Attachée de presse & Relations Publiques, Vaud Promotion : karin.jorio@vaud-promotion.ch / 079 295 20 62