

RAPPORT ANNUEL 2025

© CRÉDITS PHOTOS

23bis

Ahmed Mohammed

Alain Rumpf

Aline Henchoz

Jérôme Piguet

José Crespo

Laurent Bleuze

Leon Geoni

Lucie Vuilleumier

Vaud Promotion

Vaud Promotion | Nicolas Spitznagel

Switzerland Tourism | Dominik Baur

TABLE DES MATIÈRES

MOT DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR	5
TEMPS FORTS 2025	6
VAUD – UNE MARQUE QUI TIENT SA PROMESSE	8
PARTENARIATS ET GESTION DES DONNÉES	
– DES PROJETS QUI RENFORCENT LA MARQUE	9
DES COLLABORATIONS QUI FONT RAYONNER LE CANTON	10
UN OBSERVATOIRE & DURABILITÉ	
AU SERVICE DES ÉQUIPES	11
DEUX LABELS D'EXCELLENCE	
POUR DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉES	12
LE CANTON DE VAUD A BRILLÉ EN 2025	13
SANTÉ AU TRAVAIL, GESTION DES TALENTS	
ET ACCUEIL D'UN NOUVEAU DIRECTEUR	14
EN COULISSES : DES PROJETS QUI FONT	
AVANCER L'ORGANISATION	15
FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS LE CANTON DE VAUD	16
COMPTES 2025	17
ANNEXES AUX COMPTES	21
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	26
ORGANES ET MEMBRES	28
COMMISSIONS	29
CONTACT	32



L'art de vivre du Canton de Vaud s'est exposé au centre de la gare de Berne dans un format à la fois original et spectaculaire.

MOT DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR



Un marché solide, des perspectives enthousiasmantes !

Le tourisme vaudois atteint de nouveaux sommets. Portés par l'innovation, l'esprit d'entreprise et l'excellence des prestations des destinations, les résultats 2025 confirment la solidité du marché.

Le Canton de Vaud se distingue par un kaléidoscope unique d'expériences et d'activités, déployées sur quatre saisons. Année charnière, 2025 s'inscrit dans une progression maîtrisée de l'offre multisectorielle et ouvre des perspectives prometteuses pour les années à venir. Évoluer dans un marché en croissance est une source d'enthousiasme, mais aussi une responsabilité majeure : celle de transformer durablement les opportunités en succès.

Ce défi se reflète dans la nouvelle stratégie de Vaud Promotion, dont l'aboutissement est prévu à l'automne 2026 alors même que le Conseil d'État vaudois révisé sa politique d'appui au développement économique. Cette convergence des calendriers permettra de renforcer la cohérence des actions et de maximiser leur valeur ajoutée.

En 2025, nos efforts se sont concentrés sur deux axes indissociables : le tourisme et les produits du terroir. Les labels « VAUD AMBASSADEUR » et « VAUD CERTIFIÉ D'ICI » se sont imposés comme de véritables moteurs d'expansion et de rayonnement. En coordonnant et amplifiant les initiatives existantes, nous agissons au cœur des festivals, du sport, de l'éducation, de la gastronomie, de la santé et de l'hôtellerie. Cette multitude de projets participe à un essor économique dynamique au service de celles et ceux qui font vivre notre canton.

À l'interne de Vaud Promotion, nous avons investi dans la formation continue et le développement, et initié une démarche participative visant à rendre l'organisation plus simple, efficace, responsable et garante de plaisir au travail. Alors que l'intelligence artificielle redistribue les cartes, nous choisissons d'aborder ces transformations de manière proactive, de miser sur l'anticipation et l'expérimentation afin de mettre en lumière la richesse et le caractère spectaculaire des terres vaudoises.

Ces résultats n'auraient été possibles sans le soutien déterminant de Mesdames les Conseillères d'État Isabelle Moret et Valérie Dittli, l'engagement des équipes de Vaud Promotion et l'implication du Comité directeur. Merci !

Michel Rochat
Président de Vaud Promotion

Christophe Leyvraz
Directeur de Vaud Promotion

TEMPS FORTS 2025



JANVIER

La série « Destination Escape » de Suisse Tourisme passe par le Canton de Vaud, dans les régions de Montreux-Riviera et les Alpes Vaudoises

« Les Accents du Terroir », série développée par regio.garantie Romandie et l'agence BUMPP s'arrête dans le Canton de Vaud et met en avant la gastronomie et les produits VAUD CERTIFIÉ D'ICI

FÉVRIER

4^e édition du Gala des producteurs, des transformateurs et des artisans du terroir vaudois au Fairmont Le Montreux Palace

Vaud Promotion soutient l'opération « Février sans supermarché » pour valoriser l'achat de produits locaux

MARS

Participation de Vaud Promotion avec le label VAUD CERTIFIÉ D'ICI à la campagne de regio.garantie Romandie

Événement Vaud MICE Open Days 2025 à Plateforme IO en collaboration avec l'Association Romandes des Hôteliers

Présence des produits VAUD CERTIFIÉ D'ICI à la Fête de la Tulipe à Morges

AVRIL

Moment de partage et d'échanges à l'occasion de la rencontre organisée à la Brasserie du Jorat pour la communauté des épiceries partenaire du label VAUD CERTIFIÉ D'ICI

Présence de Vaud Promotion à Zurich, à l'occasion de l'événement « Connect Switzerland » organisé par Suisse Tourisme et Zurich Tourisme

Distribution de tulipes à Zurich lors de l'action marketing pour les Florales

MAI

Assemblée générale de Vaud Promotion à la Vaudoise aréna, avec rétrospective de l'année 2024 et l'annonce de la nomination de Christophe Leyvraz en tant que nouveau Directeur

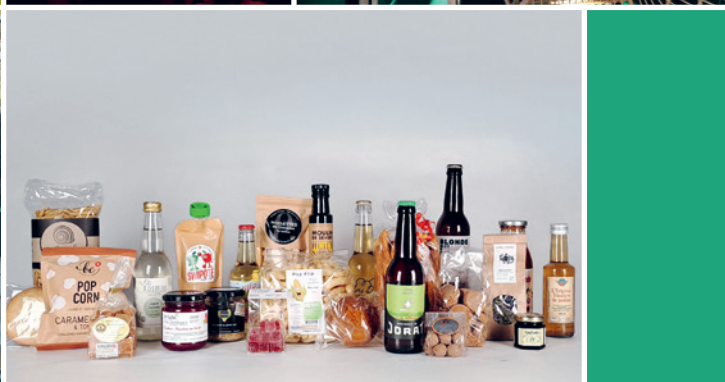
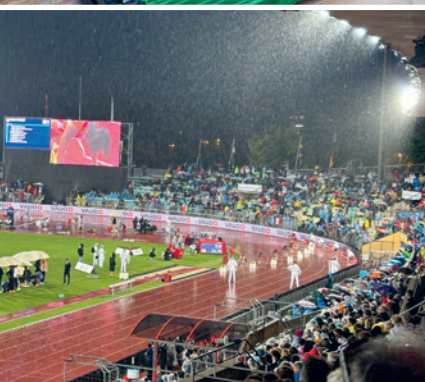
Collaboration Instagram et Komoot avec Alain Rumpf pour la promotion d'itinéraires Gravel dans le canton

JUIN

Vaud Promotion au cœur de la Fête fédérale de gymnastique de Lausanne avec les produits VAUD CERTIFIÉ D'ICI et une bache géante aux couleurs vaudoises sur la Cabanakai à Ouchy

Lancement de l'action « Boulangeries vaudoises » et ses « pains du coin », pour valoriser les pains locaux

Tournage de la version belge de l'émission « Mariés au premier regard » dans le Canton de Vaud



JUILLET

Journées de découverte des alpages vaudois en collaboration avec l'influenceuse Killiane (@killiane.hmch)

Partenariat avec la plateforme Robin des Fermes pour la Tanière du Grand Lausanne pour valoriser les produits du terroir à travers ses paniers garnis

AOÛT

Vaud Promotion s'associe à l'Association Highlights Lake Geneva Region pour valoriser les incontournables de la région lémanique

Présence de Vaud Promotion avec les couleurs vaudoises et les produits VAUD CERTIFIÉ D'ICI lors de la 50^e édition d'Athletissima à Lausanne

SEPTEMBRE

Entrée en fonction de Christophe Leyvraz, nouveau Directeur de Vaud Promotion

Le terroir vaudois à l'honneur à l'occasion de la Semaine du Goût, avec Aigle comme Ville du Goût 2025, et en association avec l'Alimentarium à Vevey, Fruits Vaud Genève et l'Association des Paysannes Vaudoises

Lancement de la vente de la 2^e édition du calendrier de l'Avent VAUD CERTIFIÉ D'ICI

Vaud Promotion et les produits vaudois au cœur du Festival Terroir Suisse de Courtemelon (JU)

OCTOBRE

Collaboration avec le Guide Délicieux pour un voyage gastronomique au cœur de la capitale olympique

Présence de Vaud Promotion au Salon Goûts et Terroirs à Bulle et découverte des produits vaudois

554^e Foire de la St-Martin à Vevey avec les produits VAUD CERTIFIÉ D'ICI à l'honneur lors du brunch du dimanche

NOVEMBRE

Partenariat avec le Montreux Comedy Festival pour sa 36^e édition au Théâtre de Beaulieu à Lausanne

Ouverture de Vevey Riviera Noël et de l'espace « Quart d'heure vaudois »

DÉCEMBRE

Pintes Ouvertes Vaudoises 2025, en association avec GastroVaud, pour mettre en valeur les produits du terroir

Action avec la radio Rouge dans le cadre de Riviera Noël

Lancement de la nouvelle version du site Internet vaud.ch

VAUD – UNE MARQUE QUI TIENT SA PROMESSE



Le Canton de Vaud est un lieu unique en son genre que nous avons à cœur de partager avec le reste du monde ! Son territoire d'une diversité étonnante, sa savoureuse gastronomie locale et son art de vivre, ses centres d'innovation et ses établissements renommés en font une patrie où tout est possible: « Ça commence ici ». La marque VAUD incarne cette promesse selon laquelle le canton offre de multiples possibilités de voyager, se cultiver, se former, entreprendre, bien vivre, faire du sport, déguster et se faire plaisir.

Gages d'excellence, les labels de qualité VAUD rassemblent, créent des synergies et mettent en lumière les acteurs qui font la richesse du canton. 19 nouvelles entreprises et institutions, dont plusieurs associations touristiques, sont venues étoffer la communauté VAUD AMBASSADEUR en 2025. Pour ce faire, elles ont dû démontrer qu'elles respectent 23 critères de responsabilité sociétale. Le label VAUD CERTIFIÉ D'ICI a également fait un pas de géant en intégrant une dimension supplémentaire à ses exigences : la durabilité. Ainsi, en plus de garantir la proximité, la diversité, l'authenticité et la traçabilité des produits qui l'arbovent, il reflète désormais l'engagement durable de celles et ceux qui les produisent.

Pour positionner le canton comme un acteur incontournable en termes de séjours touristiques, d'expériences gustatives, de programmes académiques et de poumon économique, Vaud Promotion a encore davantage mis l'accent sur deux axes – le tourisme et les produits du terroir – associés au gré des opportunités à des thématiques telles que la santé, l'alimentation et le bien-être. Une multitude d'actions ont été pensées et déployées dans ce sens, dont :

- 4 campagnes destinées à valoriser les terres vaudoises saison après saison
- des promotions ciblées en lien avec des événements ou secteurs spécifiques
- des activités alléchantes sous forme « d'expériences additionnées », combinant par exemple marche et gastronomie ou culture et œnotourisme

PARTENARIATS ET GESTION DES DONNÉES

– DES PROJETS QUI RENFORCENT LA MARQUE



Tout au long de l'année, Vaud Promotion s'est attelée à faire connaître les richesses de son canton, tout en aidant les destinations à en faire autant.

Amorcé début 2024 et voué à se déployer jusqu'à fin 2026, le projet Innotour « Data management : un nouvel outil modèle pour la captation, la gestion, le partage et la valorisation de données touristiques vaudoises » arrive à point nommé, à une époque où la maîtrise des données est devenue indispensable. Son ambition ? Permettre aux acteurs du tourisme de mieux connaître leurs clients afin de piloter leurs opérations de la manière la plus efficiente possible.

Dans ce cadre, le service digital a finalisé cette année le Système d'informations touristiques (SIT) et développé un kit Wordpress, qui ont déjà porté leurs fruits, avec la refonte du site vaud.ch et la création d'un premier site Internet pour le Pays-d'Enhaut. L'Observatoire de Vaud Promotion a pour sa part pu profiter des travaux réalisés

par l'équipe du Digital pour construire des tableaux de bord livrant, notamment, une analyse des nuitées et des commentaires publiés sur booking.com. Nos partenaires peuvent ainsi affiner le profil de leurs visiteurs et concevoir des campagnes ciblées.

Dans sa volonté de stimuler le tourisme et de promouvoir les produits du terroir, Vaud Promotion a également démarré plusieurs initiatives au long cours. L'une d'elles vise l'élaboration d'offres destinées aux festivaliers et artistes. Une rencontre a ainsi été organisée avec dix festivals d'envergure ayant généré à eux seuls plus de 750 000 visiteurs en 2025. Le projet se poursuivra par la réalisation d'une étude d'impact, la rédaction d'un concept de promotion de la gastronomie locale, la production de prestations croisées et le lancement d'un concours.

DES COLLABORATIONS QUI FONT RAYONNER LE CANTON

L'équipe **Marchés & Partenariats** a, cette année à nouveau, œuvré à faire connaître les richesses vaudoises aux visiteuses et visiteurs potentiels de notre canton.



À l'échelle régionale, la création de liens avec les acteurs locaux est essentielle. Ainsi, de multiples coopérations ont été conclues avec des festivals ainsi qu'avec le Service vaudois de l'éducation physique et du sport, notamment pour la Coupe du monde de basket-ball des moins de 19 ans ou les rencontres du Lausanne Hockey Club. Ces collaborations sont l'occasion rêvée de valoriser les produits du terroir. Proposés en partenariat avec la Banque Cantonale Vaudoise, les avantages BCV Extra ont encore gagné en attractivité grâce à un nouveau site web interactif.

Notre patrie attire chaque année également nombre de touristes et professionnel·le·s en provenance d'outre-Sarine. Afin de leur donner mille et une raisons de venir, saison après saison, des campagnes thématiques combinant vidéos, supports imprimés et réseaux sociaux ont été déployées tout au long de l'année. Finalement, les excursions œnotouristiques ont trouvé leur place dans les médias nationaux, résultat des démarches réalisées de concert avec Vaud Œnotourisme, le Service de la promotion économique et la Direction générale de l'agriculture et de la viticulture.

La première édition des VAUD MICE Open Days, organisée avec l'Association Romande des Hôteliers et l'Association des Directeurs des Offices du Tourisme Vaudois, a permis à 45 organisateurs d'événements alémaniques de découvrir l'offre du canton en matière de congrès et séminaires.

Mais les Vaudois ont aussi à cœur de partager leur coin de paradis avec le reste du monde. Pour ce faire, treize campagnes ont été diffusées sur huit marchés en collaboration avec Suisse Tourisme. Une action d'envergure a été conduite avec TGV Lyria à Paris alors que les États-Unis faisaient l'objet d'un important travail de relations publiques: 17 journalistes et créateurs de contenu ont été accueillis, générant des publications dans Forbes et sur les réseaux sociaux ainsi que des reportages télévisés. Enfin, le canton a bénéficié d'une belle visibilité du fait de l'émission belge à succès «Blind Getrouwd» (équivalent la version française de «Mariés au premier regard»), tournée en terres vaudoises.

EN CHIFFRES

+180

voyagistes et organisateurs d'événements ont découvert le canton

+420

voyagistes rencontrés lors de 12 ateliers en Suisse et à l'étranger

+80

voyages de presse

+250

retombées médiatiques internationales et suisses issues de nos actions

+15

reportages radio et émissions TV

UN OBSERVATOIRE & DURABILITÉ AU SERVICE DES ÉQUIPES



Dans notre société de l'information, il est crucial de savoir générer, rassembler, analyser et comprendre les données. C'est là qu'intervient l'Observatoire&Durabilité de Vaud Promotion.

Début 2025, l'équipe Brand s'est pour la première fois basée sur les données fournies par l'Observatoire&Durabilité pour concevoir sa campagne hivernale. Celle-ci s'adressait aux couples suisses alémaniques âgés de 45 à 50 ans, définis comme public-cible optimal. L'Observatoire a aussi mis à disposition les résultats d'études portant sur les produits du terroir, le label VAUD CERTIFIÉ D'ICI, les vins et festivals vaudois.

Portée par la neige tombée en suffisance et la tenue d'événements rassembleurs, tels que l'Euro féminin de football et la Fête fédérale de gymnastique, l'hôtellerie vaudoise affiche une évolution record sur l'année écoulée. En plus de ce type d'information, la newsletter de l'Observatoire diffuse désormais également les conclusions d'études externes, des chiffres sur la parahôtellerie et des analyses spécifiques aux destinations. Elle a ainsi mis en lumière l'augmentation des locations Airbnb et le virage quatre saisons pris par les stations de montagne.

Une enquête menée en collaboration avec Vaud Cénotourisme sur le comportement des clients a permis de livrer de précieuses recommandations aux partenaires en vue d'affiner et renforcer leurs offres. Finalement, l'Observatoire a réalisé des opérations de comptage dans une quinzaine d'événements, donnant la possibilité aux organisateurs d'optimiser leurs stratégies.

La durabilité s'ancre dans les habitudes vaudoises

En 2025, Vaud Promotion a poursuivi ses démarches visant à mettre en avant la durabilité touristique et les produits locaux sur le territoire vaudois.

Une évaluation des points d'intérêt vaudois a conduit à l'identification de véritables pépites – randonnées le long de gorges sauvages, spas d'altitude ou encore châteaux d'exception – qui ont été publiées sur le site vaud.ch/durabilite. Les prestataires engagés au sein du programme Swisstainable, dont certains sont également labellisés VAUD AMBASSADEUR, ont vu leur visibilité renforcée.

À l'interne, Vaud Promotion a réalisé son premier bilan carbone, initié de nouvelles actions pour réduire son empreinte numérique et conservé son niveau III-leading chez Swisstainable.

En parallèle, elle a renouvelé sa collaboration avec la Summit Foundation en vue de sensibiliser le public aux déchets sauvages et maintenu ses efforts pour rendre le tourisme accessible au plus grand nombre, en partenariat avec Pro Infirmis et la Fondation Claire & George (Accessible Tour of Switzerland).

DEUX LABELS D'EXCELLENCE POUR DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉES

S'il y a bien deux labels qui représentent les valeurs vaudoises, ce sont ceux-ci : VAUD CERTIFIÉ D'ICI et VAUD AMBASSADEUR. Vaud Promotion s'emploie sans cesse à mettre en lumière les producteurs et productrices, ainsi que les entreprises de la région.



PRODUITS VAUD CERTIFIÉ D'ICI

Il garantit la traçabilité et l'authenticité des produits, et valorise les circuits courts et le savoir-faire des producteurs et productrices de nos régions: le label VAUD CERTIFIÉ D'ICI reste l'un des piliers de la stratégie de Vaud Promotion. En 2025, le nombre de produits certifiés a encore augmenté, dépassant les 1800. Ils ont bénéficié de belles vitrines lors d'événements d'envergure, comme notamment le Festival Terroir Suisse de Courtemelon ou encore à l'occasion de Riviera Noël. Près de 40 producteurs ont été représentés et 145 produits ont été mis en avant pendant 5 semaines à Montreux et Vevey.

VAUD AMBASSADEURS

Véritable gage d'excellence, le label VAUD AMBASSADEUR a lui aussi vu sa communauté s'étoffer en 2025. Plusieurs projets et événements ont permis de rassembler les membres, avec pour objectifs le partage de valeurs communes et la création de synergies:

- Lancement de la newsletter spéciale membres le 30.06.25
- Une rencontre le 27.11.25 au Marché Vevey Riviera
- Un événement intitulé « Sommet entre Terroir et Excellence » au Royal Savoy à Lausanne le 17.11.25

EN CHIFFRES

1800+
produits

37
entreprises productrices
« critères de durabilité »

174
entreprises créatrices
de produits certifiés

36
partenariats épiceries



85
VAUD AMBASSADEUR

+19
Membres
labellisés

15
Membres recertifiés
en 2025



SANTÉ AU TRAVAIL, GESTION DES TALENTS ET ACCUEIL D'UN NOUVEAU DIRECTEUR

Savoir attirer et fidéliser des collaboratrices et collaborateurs talentueux tout en leur offrant un cadre de travail sain est indispensable pour toute entreprise désireuse de voir ses activités prospérer. Dans cette optique, l'équipe en charge de l'administration et des ressources humaines a œuvré sur deux projets majeurs pendant l'année écoulée.

L'un des axes stratégiques de Vaud Promotion en matière de ressources humaines est la mise en place d'un environnement favorable pour toutes et tous. L'obtention du label « Friendly Work Space » de Promotion Santé Suisse – qui requiert le respect de 25 critères de qualité dans six domaines – constitue à cet égard aussi bien un objectif qu'un guide.

Grâce aux outils proposés, l'équipe RH a ainsi déployé une Gestion de la Santé en entreprise (GSE) systématique. Après un premier état des lieux, elle a réalisé l'auto-évaluation requise et rassemblé les éléments nécessaires à l'évaluation prévue mi-janvier 2026. Parallèlement, plusieurs mesures concrètes ont été mises en place : aménagement d'une salle de pause/café, d'un coin lecture et d'une salle de repos/allaitement, ou diffusion de campagnes de prévention sur la santé au travail, notamment.

L'association s'est aussi dotée d'un outil de sondage efficient – la Boussole climat au travail – qui permet d'identifier les facteurs de stress, y compris l'analyse du lien avec la santé, la motivation et la fidélisation. Il fournit des tags pour identifier les causes concrètes et définir des mesures ciblées.

Enfin, avec l'appui du cabinet Brodiance, Vaud Promotion a lancé un projet de bilans de compétences et de gestion des talents visant à valoriser les ressources internes et renfor-

VAUD PROMOTION EN CHIFFRES

31
collaborateur•rice•s spécialisé•e•s (28,55 EPT)

2
collaborateurs en formation
(1 apprenti + 1 stagiaire)

7
recrutements

cer l'engagement. Celui-ci s'est articulé autour d'entretiens individuels avec l'ensemble du personnel, d'une analyse transversale des besoins et de l'élaboration d'une vision organisationnelle à trois ans, accompagnée d'un plan de développement RH et de scénarios d'évolution interne.

Nouvelle impulsion pour l'organisation

C'est dans ce contexte dynamique et tourné vers l'avenir que Vaud Promotion a accueilli son nouveau directeur. Le 1er septembre, Christophe Leyvraz est en effet venu relayer Michel Rochat, président du Comité directeur, qui avait piloté l'association ad interim.



VAUD 
P R O M O T I O N

EN COULISSES : DES PROJETS QUI FONT AVANCER L'ORGANISATION



Au fil des mois, plusieurs initiatives ont vu le jour au sein de l'organisation. Portés par les équipes, ces projets — parfois discrets mais toujours utiles — contribuent à faire évoluer les pratiques et à renforcer l'efficacité collective.

De l'engagement et des rencontres sur le terrain

L'équipe de Vaud Promotion est partie à la rencontre de celles et ceux qui oeuvrent au quotidien pour le canton de Vaud. Elle a visité les sites du Moulin de Sévery et de Reitzel à Aigle – tous deux VAUD AMBASSADEUR – ainsi que le siège du Comité International Olympique à Lausanne.

Mettre la main à la pâte

Dans une dynamique en faveur de la durabilité, une journée d'éco-volontariat a également été renouvelée. Cette fois-ci, l'équipe de Vaud Promotion a fait le déplacement à Echichens. Elle a pu prendre part aux vendanges et découvrir les caves et les vins du Domaine Henri Cruchon.

La digitalisation au bénéfice de l'efficacité et de la personnalisation

En ligne avec son temps, le service digital n'a de cesse de faire évoluer ses systèmes et interfaces. Parmi les activités qui l'ont particulièrement occupé en 2025 figure le lancement d'un projet de financement IA. Les demandes de subvention impliquent la préparation de dossiers complexes, adaptés aux critères propres à chaque organisme — un processus chronophage, répétitif et potentiellement source d'erreurs, qui mobilise des ressources importantes. Une automatisation intelligente permettrait d'améliorer l'efficacité des équipes et de maximiser les opportunités de financement.

En parallèle, des travaux consacrés à la définition d'expériences hyper-personnalisées ont démarré fin 2025. Ils se poursuivront en 2026

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS LE CANTON DE VAUD

HÔTELS ET ÉTABLISSEMENTS DE CURE

Nombre de nuitées
et variation relative

3 114 208
NUITÉES (+5,8%)

Données définitives, OFS-HESTA

CAMPINGS

Nombre de nuitées
et variation relative

480 631
NUITÉES (+20,8%)

Données provisoires, OFS-HESTA

Durée moyenne
de séjour

1,92 JOUR

Durée moyenne
de séjour

3,27 JOURS

Marchés/Nbre de nuitées, Part des nuitées TOP 5

Suisse	1 593 070	51,2%
France	331 425	10,6%
États-Unis	184 505	5,9%
Allemagne	131 160	4,2%
Royaume-Uni	117 746	3,8%

Destinations/Nbre de nuitées TOP 5

Lausanne agglomération	1 281 714
Montreux Riviera	796 510
Nyon-St-Cergue et environs	260 573
Villars-Diablerets-Gryon-Bex	231 729
Aigle-Leysin-Les Mosses	217 244

fidinter

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint

à l'assemblée générale des membres de
Association Vaud Promotion, Pully

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) de Association Vaud Promotion pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2025.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Comité alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ou d'autres violations de la loi ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi suisse et aux statuts.

Lausanne, le 6 mars 2026

Fidinter SA



SEQ Signature électronique qualifiée - Droit suisse
Signé sur Skribbble.com

Denis Wulliamoz
Expert-comptable diplômé
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable



SEQ Signature électronique qualifiée - Droit suisse
Signé sur Skribbble.com

pp Loïc Dénéreaz
Expert fiduciaire diplômé

Annexe : Comptes annuels (bilan, compte de résultat, annexe)

Mandats de révision

Fidinter SA • Rue des Fontenailles 16 • C.P. 641 • 1001 Lausanne
tél +41 21 614 61 61 • fax +41 21 614 61 60 • lausanne@fidinter.ch • www.fidinter.ch



Entreprise certifiée EXPERTSuisse



Membre indépendant

Bilan au 31.12.2025

	Notes	Comptes 2025 (CHF)	Comptes 2024 (CHF)
ACTIF			
Trésorerie		1'021'756	1'634'973
Créances résultant de prestations		203'642	131'223
Autres créances		6'013	1'126
Actifs de régularisation		1'979'487	1'955'276
Actif circulant		3'210'900	3'722'600
Immobilisations financières		1	1
Immobilisations corporelles	1	6	6
Actif immobilisé		7	7
TOTAL ACTIF		3'210'907	3'722'607
PASSIF			
Dettes résultant d'achats et de prestations		582'915	667'710
Dettes résultant de charges sociales		32'663	43'994
Autres dettes		70'294	47'238
Passifs de régularisation	2	1'070'757	1'271'582
Capitaux étrangers à court terme		1'756'631	2'030'525
Fonds du personnel		9'949	13'455
Capitaux étrangers à long terme		9'949	13'455
Capital		109'399	109'399
Résultat de l'exercice (-perte / +bénéfice)		-234'299	-6'703
Réserve pour investissements / projets futurs	12	1'569'226	1'575'930
Capitaux propres		1'444'326	1'678'625
TOTAL PASSIF		3'210'907	3'722'607

Compte de résultat 2025

	Notes	Comptes 2025 (CHF)	Budget 2025 (CHF)	Comptes 2024 (CHF)
PRODUITS				
PRODUITS D'EXPLOITATION				
Cotisations et dons		45'400	50'000	47'090
Don de la Loterie Romande		1'000'000	1'000'000	1'000'000
Cotisations et dons		1'045'400	1'050'000	1'047'090
Contribution de l'Etat de Vaud SPEI		5'500'000	5'500'000	6'500'000
Contribution Etat de Vaud DGAV		1'000'000	1'000'000	-
Observatoire du tourisme		250'000	379'600	255'703
Promotion agricole DGAV		193'642	150'000	74'270
Contribution SPEI Oenotourisme		100'000	-	-
Subventions		7'043'641	7'029'600	6'829'973
Contribution ARH		185'014	200'000	25'000
Contribution Gastrovaud		-	100'000	100'000
Contribution projets Digital - Innotour		185'014	458'800	557'103
Contribution BCV		69'380	69'000	69'380
Contribution RGR		72'808	140'000	115'677
Contributions de partenaires		512'216	967'800	867'161
Recettes/Refacturations Produits d'Ici		424'440	315'000	245'761
Refacturations sauf Produits d'Ici		459'460	408'000	509'791
Produits d'activité économique		883'899	723'000	755'552
Dissolution Fonds Vaud Terroirs sur 3 ans		99'921	50'000	-
Autres produits		5'690	800	25'201
Autres produits		105'611	50'800	25'201
TOTAL PRODUITS		9'590'768	9'821'200	9'524'977

	Notes	Comptes 2025 (CHF)	Budget 2025 (CHF)	Comptes 2024 (CHF)
CHARGES				
CHARGES OPERATIONNELLES				
Frais de personnel - opérationnels	3a	-3'133'211	-3'385'000	-3'051'392
Autres charges de personnel	3b	-281'881	-165'680	-266'093
Participation projets globaux	A	-1'514'460	-1'502'150	-1'547'925
Charges de locaux	3c	-159'321	-158'764	-164'119
Honoraires de tiers	B	-846'038	-1'070'170	-1'130'406
Evénements	C	-541'651	-212'118	-282'617
Production et diffusion de contenus	D	-396'167	-281'251	-291'905
IT	3d	-570'152	-724'412	-528'455
Frais d'accueil	E	-231'943	-225'000	-169'214
Frais d'espace publicitaire	F	-172'423	-423'047	-274'330
Frais de voyage et divers	G	-94'740	-200'464	-78'548
Cadeaux publicitaires	H	-8'060	-7'000	-23'928
TOTAL CHARGES OPERATIONNELLES		-7'950'048	-8'355'056	-7'808'932
CHARGES DE STRUCTURE				
Frais de personnel - direction & support	3a	-1'145'217	-1'120'200	-989'159
Autres charges de personnel	3b	-89'015	-52'320	-66'523
Charges de locaux	3c	-50'312	-50'136	-41'030
IT	3d	-65'978	-52'488	-36'027
Frais de gouvernance		-228'780	-188'400	-221'219
Honoraires fiduciaires		-133'459	-110'000	-219'729
Autres charges d'exploitation		-117'403	-101'600	-92'872
Charges financières		-2'453	-1'000	-1'920
Amortissements		-42'402	-80'000	-54'268
TOTAL CHARGES DE STRUCTURE		-1'875'020	-1'756'144	-1'722'748
TOTAL CHARGES		-9'825'068	-10'111'200	-9'531'680
RESULTAT AVANT AFFECTATION		-234'300	-290'000	-6'703
Attribution / dissolution à la réserve pour investissements / projets futurs		234'300	290'000	6'703
RESULTAT APRES AFFECTATION		-	-	-

ANNEXES

AUX COMPTES

I. Principes comptables appliqués & informations générales

Les présents comptes annuels ont été établis conformément aux dispositions du droit comptable suisse (titre trente-deuxième du Code des obligations). Les principaux principes d'évaluation appliqués qui ne sont pas prescrits par la loi sont décrits ci-après.

La présentation des états financiers a été modifiée durant l'exercice 2025. La présentation des chiffres 2024 a été adaptée en conséquence.

Les notes 3b, 3c, 3d correspondent à des charges transversales initialement comptabilisées en frais d'exploitation. Ils sont répartis entre charges opérationnelles et charges de structure selon une clé objective fondée sur le nombre de collaborateurs (fonctions opérationnelles vs fonctions support).

Ces charges comprennent notamment les charges de locaux, les coûts IT indirects (support niveau 1, licences globales) ainsi que les autres frais de personnel (formation, recrutement, représentation et déplacements/repas).

II. Informations sur les postes du bilan et du compte de résultat

1. Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont amorties intégralement l'année de leur acquisition. Une réserve latente sur les immobilisations corporelles est déterminée sur la base du prix d'acquisition diminué d'un amortissement linéaire.

	Au 31.12.2025 (CHF)	Au 31.12.2024 (CHF)
Valeur économique (réserve latente)	286'779	342'900
Cette valeur est établie selon les durées de vie suivantes :		
- Mobilier, 7 ans		
- Aménagements, 5 ans		
- Logiciels et autres Immobilisations, 3 ans		

La dissolution de réserves latentes de CHF 56'120 (2024 : CHF 2'600.-) résulte de l'acquisition et l'amortissement d'immobilisations. Il n'y a pas d'autre dissolution ou création de réserve latente.

2. Passifs de régularisation

	Au 31.12.2025 (CHF)	Au 31.12.2024 (CHF)
Don de la loterie romande (encaissé d'avance)	900'000	900'000
Passifs transitoires	170'757	371'582
Total passifs de régularisation	1'070'757	1'271'582

Le don de la Loterie Romande est enregistré dans les produits d'exploitation à raison de CHF 100'000 sur l'exercice en cours et CHF 900'000 sur l'exercice suivant. Ce commentaire est applicable pour l'exercice en cours ainsi que pour l'exercice précédent.

	Notes	Comptes 2025 (CHF)	Budget 2025 (CHF)	Comptes 2024 (CHF)
3A FRAIS DE PERSONNEL				
Charges salariales		-3'415'217	-3'474'700	-3'202'901
Charges sociales		-863'210	-1'030'500	-837'650
Autres charges de personnel	3b	-370'895	-218'000	-332'616
Total Frais de personnel		-4'649'323	-4'723'200	-4'373'168
EPT (au 31.12)		28.6	31.7	30.4
3B AUTRES CHARGES DE PERSONNEL				
Autres charges de personnel - Direction & Support		-89'015	-52'320	-66'523
Autres charges de personnel - Opérationnels		-281'881	-165'680	-266'093
Total Autres frais de personnel		-370'895	-218'000	-332'616
3C CHARGES DE LOCAUX				
Charges de locaux - Direction & Support		-50'312	-50'136	-41'030
Charges de locaux - Opérationnels		-159'321	-158'764	-164'119
Total Charges de locaux		-209'633	-208'900	-205'149
3D IT				
IT - Direction & Support		-65'978	-52'488	-36'027
IT - Opérationnels - Direct		-361'221	-558'200	-384'346
IT - Opérationnels - Indirect		-208'931	-166'212	-144'109
IT - Opérationnels		-570'152	-724'412	-528'455
Total IT		-636'131	-776'900	-564'482
4 À 11 FRAIS OPÉRATIONNELS DIRECTS (hors frais de personnel et frais opérationnels indirects)				
4 MARCHÉS & PARTENAIRES				
Participation projets globaux	A	-1'310'195	-1'416'500	-1'504'738
Honoraires de tiers	B	-193'974	-166'000	-144'850
Événements	C	-	-	-46
Production et diffusion de contenus	D	-1'107	-	-1'297
Frais d'accueil	E	-227'367	-225'000	-159'463
Frais de voyage et divers	G	-45'770	-46'500	-34'440
Cadeaux publicitaires	H	-	-	-180
Total Marchés & Partenaires		-1'778'413	-1'854'000	-1'845'013

5 PRODUITS CERTIFIÉS D'ICI				
Participation projets globaux	A	-204'227	-85'650	-43'188
Honoraires de tiers	B	-134'650	-411'670	-353'808
Evénements	C	-537'534	-124'118	-166'082
Production et diffusion de contenus	D	-133'777	-27'251	-46'935
IT opérationnel	3d	-31'668	-50'000	-44'366
Frais d'espace publicitaire	F	-95'856	-202'047	-119'442
Frais de voyage et divers	G	-36'381	-142'464	-35'784
Total Produits certifiés d'ici		-1'174'093	-1'045'200	-809'605
6 PRESSE				
Participation projets globaux	A	-	-	-
Honoraires de tiers	B	-143'998	-81'200	-81'366
Evénements	C	-	-	-440
Production et diffusion de contenus	D	-	-1'000	-605
Frais d'accueil	E	-4'283	-	-9'752
Frais de voyage et divers	G	-	-2'000	-1'803
Total Presse		-148'282	-84'200	-93'966
7 DIGITAL				
Honoraires de tiers	B	-65'290	-20'500	-145'639
IT opérationnel	3d	-311'792	-485'000	-322'744
Frais de voyage et divers	G	-2'763	-5'000	-1'241
Total Digital		-379'845	-510'500	-469'625
8 MARQUE VAUD				
Honoraires de tiers	B	-108'558	-110'000	-128'496
Evénements	C	-3'526	-88'000	-115'099
Production et diffusion de contenus	D	-240'806	-250'000	-231'671
IT opérationnel	3d	-3'471	-	-1'076
Frais d'espace publicitaire	F	-76'467	-195'000	-150'274
Frais de voyage et divers	G	-2'512	-	-1'349
Cadeaux publicitaires	H	-8'060	-5'000	-23'148
Total Marque VAUD		-443'401	-648'000	-651'112
9 MARKETING PARTENAIRES				
Production et diffusion de contenus	D	-	-	-5'189
Frais de voyage et divers	G	-	-	-1'144
Total Marketing partenaires		-	-	-6'333

10 CONTENU				
Honoraires de tiers	B	-	-20'500	-34'873
Production et diffusion de contenus	D	-16'358	-3'000	-5'946
IT opérationnel	3d	-3'758	-2'000	-4'429
Frais d'espace publicitaire	F	-100	-26'000	-4'613
Frais de voyage et divers	G	-158	-1'000	-629
Cadeaux publicitaires	H	-	-	-600
Total Contenu		-20'374	-52'500	-51'090
11 OBSERVATOIRE & DÉV. DURABLE				
Participation projets globaux	A	-39	-	-
Honoraires de tiers	B	-199'568	-260'300	-241'374
Evénements	C	-591	-	-950
Production et diffusion de contenus	D	-4'119	-	-262
IT opérationnel	3d	-10'532	-21'200	-11'731
Frais d'accueil	E	-293	-	-
Frais de voyage et divers	G	-7'156	-3'500	-2'158
Total Observatoire & Dév. Durable		-222'297	-285'000	-256'475
TOTAL FRAIS OPERATIONNELS DIRECTS		-4'166'704	-4'479'400	-4'183'219

12 Utilisation de la Réserve pour investissements / projets futurs

	Au 31.12.2025	Au 31.12.2024
	(CHF)	(CHF)
12A DÉTAIL DE LA RÉSERVE POUR INVESTISSEMENTS / PROJETS FUTURS		
Fonds pour invest./projets futurs Vaud Promotion *	1'341'238	1'329'975
Fonds pour invest./projets futurs Produit d'Ici *	227'989	245'955
Réserve pour investissements / projets futurs	1'569'227	1'575'930

* Au 31.12.2024, la réserve pour investissements / projet futurs n'était pas répartie entre Tourisme et Produits d'Ici. Elle a été répartie comme présenté ci-dessus au 01.01.2025.

	Au 31.12.2025	Au 31.12.2024
	(CHF)	(CHF)
12B DÉTAIL DU RÉSULTAT		
Résultat Vaud Promotion *	-112'563	11'263
Résultat Produits d'Ici *	-121'737	-17'966
Résultat annuel de l'exercice	-234'300	-6'703

* Au 31.12.2024, le résultat n'était pas réparti entre Tourisme et Produits d'Ici. Il a été réparti comme présenté ci-dessus au 01.01.2025.

III. Informations complémentaires

13. Forme juridique

Vaud Promotion est une association dont le siège est à Pully. La raison sociale et les statuts ont été modifiés le 30 mai 2023 (transfert du siège à Pully)

14. Moyenne annuelle des emplois à plein temps (EPT)

Le nombre moyen annuel d'EPT ne dépasse pas 50 pour les exercices 2025 et 2024.

15. Montant résiduel des engagements de crédit-bail

	(CHF)	au 31.12.2025	au 31.12.2024
Montant résiduel engagements de leasing photocopieurs		—	9'137
Montant résiduel engagements de bail à loyer		316'424	506'278

16. Engagements conditionnels

Il n'existe aucun engagement conditionnel qui aurait dû être publié sous ce point.

17. Événements importants survenus après la date du bilan

Aucun événement important, qui aurait pu altérer la validité des comptes annuels 2025 ou qui aurait dû être publié sous ce point ne s'est produit.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

PRÉSIDENT

M. Michel Rochat

MEMBRES

Pour 2025, la cotisation des membres a été fixée à CHF 500.–, par l'Assemblée générale du 6 mai 2025, en fonction du Règlement des cotisations en vigueur.

Destinations touristiques

Aigle-Leysin-Col des Mosses, Association Touristique	500.–
Association des Directeur-trice-s des Offices du Tourisme Vaudois (ADOTV)	500.–
Association pour le Développement du Nord Vaudois (Yverdon-les-Bains Région)	500.–
Association Touristique de la Broye (comprend Payerne)	500.–
Association Touristique Porte des Alpes (Bex-Lavey-Les Diablerets-Gryon-Villars)) – (a cessé son activité au 31.10.2025)	500.–
Avenches, Avenches Tourisme	500.–
Echallens, Association Région du Gros-de-Vaud	500.–
Lausanne, Lausanne Tourisme	500.–
Montreux Riviera, Montreux-Vevey Tourisme (Point i Chexbres, Cully, Lutry, Montreux, Villeneuve, Vevey)	500.–
Morges, Morges Région Tourisme	500.–
Moudon, Moudon Région Tourisme	500.–
Nyon, Nyon Région Tourisme (y c. OT St-Cergue)	500.–
Pays-d'Enhaut Région Économie et Tourisme (comprend Château-d'Œx, Rougemont, Rossinière)	500.–
Vallée de Joux, La Vallée de Joux Tourisme	500.–

Sociétés de Développement

Chexbres, Société de développement de Chexbres et Environs	500.–
Saint-Prex, Saint-Prex Tourisme	500.–
Vully-les-Lacs Tourisme	500.–

Produits du terroir

Artisans boulangers-pâtisseries-confiseurs vaudois, Pully	500.–
Association Charcuterie Vaudoise	500.–
Association romande Marché Paysan, Chamblon	500.–
Association vaudoise des maîtres bouchers-charcutiers	500.–
Bio Vaud	500.–
Fromagerie Fleurette Arnaud Guichard Sàrl	500.–
Fromagerie Le Maréchal SA, Granges-Marnand	500.–
Interprofession du Gruyère	500.–
Interprofession du Vacherin Mont-d'Or, Moudon	500.–
Office des Vins Vaudois	500.–

Prométerre, Association vaudoise de promotion des métiers de la terre, Lausanne	500.–
Schenk (Suisse) SA, Aigle	500.–
Société vaudoise et romande des patrons pâtisseries-confiseurs (SVRPPC)	500.–
Union fruitière lémanique, Morges	500.–

Autres

Allianz Suisse Société d'Assurances, Lausanne	500.–
Association des Musées de la Riviera Vaudoise (AMRV)	500.–
Association Lavaux Panoramic, Chexbres	500.–
Association Romande des Hôteliers, Lausanne	500.–
Association vaudoise des écoles privées	500.–
+ Don : 500.–	
Association vaudoise des terrains de camping	500.–
Auberges de jeunesse suisses Jeunotel, Lausanne	500.–
Banque Cantonale Vaudoise, Lausanne	500.–
+ Don : 2500.–	
Banque Nationale Suisse, Lausanne	500.–
Cavin-Baudat (Grandson) SA, Grandson	500.–
Centre commercial Outlet Aubonne, Aubonne (Advantail Suisse Sàrl)	500.–
CGN SA, Lausanne	500.–
Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie	500.–
CITAV, Communauté d'intérêt touristique des Alpes Vaudoises	500.–
CMC Exploitation SA, Aigle	500.–
Compagnie du chemin de fer MOB, Montreux	500.–
Compagnie du chemin de fer Nyon-Saint-Cergue-Morez, Nyon	500.–
Écoles suisses de ski et professeurs de ski (Sports de Neige Vaudois)	500.–
Fédération patronale vaudoise	500.–
Fédération vaudoise des entrepreneurs	500.–
Fiduciaire Michel Favre SA, Lausanne	500.–
Fondation du Château de Chillon	500.–
Fondation Olympique pour la Culture et le Patrimoine	500.–
GastroVaud, Pully	500.–
GIHE S.A., Lausanne	500.–
Groux Arts graphiques SA, Le Mont-sur-Lausanne	500.–
Gstaad 3000 AG, Les Diablerets	500.–
Holdigaz Prestations SA, Vevey	500.–
Hotela, Montreux	500.–
Les Bains de Lavey SA, Lavey-les-Bains	500.–
Masset SA, Le Mont-sur-Lausanne	500.–
+ Don : 100.–	
Mobimo Management SA, Lausanne	500.–
Musée national suisse, Château de Prangins	500.–
Nestlé Waters (Suisse) SA, Henniez	500.–
PCL Print Conseil Logistique SA, Renens	500.–
+ Don : 800.–	

PPF Paperforms SA, Villars-Ste-Croix	500.–
Retraites Populaires, Lausanne	500.–
Romande Energie, Morges	500.–
Site touristique des Mines de Sel de Bex, Bex	500.–
Société Coopérative Migros Vaud, Ecublens	500.–
	+ Don : 1000.–
Touring-Club Suisse, section vaudoise, Cossonay	500.–
Tourist Data Shop SA, Aigle	500.–
Transports de la région	500.–
Morges-Bière-Cossonay SA (MBC), Morges	
Transports publics de la région	500.–
lausannoise SA, Renens	
Transports publics du Chablais, Aigle	500.–
Transports publics VMCV SA, Clarens	500.–
TRAVYS, Transports Vallée-de-Joux-	500.–
Yverdon-les-Bains-Ste-Croix SA, Yverdon-les-Bains	
Tunnel du Grand-Saint-Bernard SA, Lausanne	500.–
UBS Switzerland SA, Lausanne	500.–
Vaudoise Assurances, Lausanne	500.–

Membres s'acquittant d'une subvention ou contribution annuelle supérieure à CHF 100 000.– en lieu et place d'une cotisation

État de Vaud	6,5 millions
82 membres au total	

DONATEURS

Loterie Romande	1 million
-----------------	-----------

ORGANES ET MEMBRES

COMITÉ DIRECTEUR ET DIRECTION

Président



Michel Rochat
Président de
l'OVV

Vice-Présidente

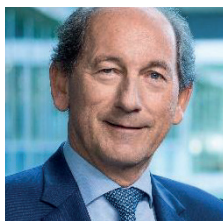


**Kathryn
Bradney**
Artistic &
Executive
Director du
Prix de Lausanne

Membres



Chantal Baer
Co-fondatrice
de Swiss House
of Brands



Paul Bulcke
Président
du Conseil
d'administration
de Nestlé SA



**Guillaume
Le Cunff**
CEO de Nestlé
zone Europe

Jusqu'au 06.05.2025



**Christophe
Leyvraz**
Directeur de
Vaud Promotion



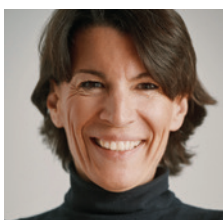
**Myriam
Mermod**
Directrice
Pays-d'Enhaut
Région, Économie
et Tourisme



Martin Pidoux
Directeur de
Prométerre

Dès le 01.09.2025

Dès le 06.05.2025



**Nathalie
Seiler-Hayez**
CEO de Swiss
Deluxe Hotels



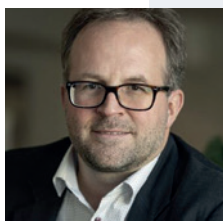
Christoph Sturny
Président de
l'Association des
Directeur-trice-s
des Offices du
Tourisme Vaudois
(ADOTV)



Luc Thomas
Expert dans le
domaine agricole

Jusqu'au 06.05.2025

Représentants de l'État de Vaud (invités)



Raphaël Conz
Chef du Service
de la promotion,
de l'économie et
de l'innovation
(SPEI)



Pascal Hottinger
Directeur général
de l'agriculture, de
la viticulture et des
affaires vétérinaires
(DGAV)

COMMISSIONS

COMMISSION FINANCE, GESTION ET RISQUES (FIGERI)

Membres

M^{me} Kathryn Bradney, Artistic & Executive Director du Prix de Lausanne

M^{me} Myriam Mermod, Directrice Pays-d'Enhaut Région, Economie et Tourisme

M^{me} Nathalie Seiler-Hayez, CEO Swiss Deluxe Hotels

Invité

M. Michel Rochat, Président de Vaud Promotion

COMMISSION RÉMUNÉRATIONS (CORE)

Membres

M^{me} Chantal Baer, Co-fondatrice de Swiss House of Brands

M. Guillaume Le Cunff, CEO de Nestlé zone Europe

Invité

M. Michel Rochat, Président de Vaud Promotion



LE SP
ÇA CO

Ville de Lausanne



Ville de Lausanne



Centre

HUGO

VAUD

SPORT EN FÊTE
COMMENCE ICI

VAUD 



QUI SOMMES-NOUS?



CONTACT

Vaud Promotion
Av. Général-Guisan 48 | 1009 Pully

+41 21 613 26 26
info@vaud-promotion.ch
vaud.ch

