

Postulat : L'avenir du tourisme lausannois se joue en Suisse alémanique et dans les pays voisins

En 2023, la Municipalité de Lausanne a adopté sa nouvelle stratégie touristique 2024-2027. Cette stratégie fait suite à la hausse de la taxe de séjour pour les hôteliers, et sa mise en place pour les plateformes d'hébergement du type Airbnb, visant à développer de grands événements à fort impact touristique et financer les sites de Beaulieu et le Swiss Tech Convention Center.

Cette stratégie vise aussi à renforcer l'attractivité touristique de Lausanne mais, à ce jour, peu d'éléments concrets ont été présentés quant aux actions de promotion active de la destination lausannoise en Suisse et à l'étranger.

Dans le même temps, le nombre de nuitées liées aux congrès et aux événements professionnels ne retrouve pas son niveau d'avant. Pour compenser cette baisse, il est fondamental de développer un tourisme de loisirs, notamment auprès des familles, des retraité·e·s et des jeunes adultes venant à Lausanne pour un week-end ou quelques jours. D'autres villes suisses comparables à la capitale vaudoise, comme Lucerne, Bâle, Berne ou Lugano, investissent depuis des années dans des campagnes de promotion ciblées dans les gares, les médias ou via des partenariats avec les acteurs-rices touristiques.

Les qualités de la destination lausannoise ne sont plus à démontrer : très bien desservie en train depuis la Suisse et l'étranger (Paris, Milan, Rome, Lyon, Marseille, etc.), offre de loisirs diversifiée et de qualité (culturelle, sportive, événementielle, patrimoine bâti, culinaire, nature, etc.), proximité de sites régionaux attractifs (Lavaux, Riviera, Alpes vaudoises, vallée de Joux, etc.).

Tout le monde le reconnaît : le potentiel est important. C'est là où la taxe de séjour entre en jeu. En effet, l'augmentation de la taxe de séjour, votée au Conseil communal, représente une manne financière nouvelle destinée à promouvoir la destination lausannoise et les communes de la région.

Du point de vue des postulant-e-s, la Ville doit prioritairement investir les ressources supplémentaires issues de la taxe de séjour dans des campagnes de promotion visibles et ciblées de Lausanne en Suisse alémanique, au Tessin ainsi

que dans les villes et régions des pays voisins accessibles en train. Cela pourrait notamment consister en :

- Des campagnes d’affichage dans les grandes gares (Zurich, Lucerne, Bâle, Berne, Genève, etc.)
- Des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux et dans les médias alémaniques et étrangers (grand public et / ou spécialisés)
- Des partenariats avec les offices du tourisme, les entreprises de transports publics et privés ou les agences de voyage.

Ce postulat demande ainsi à la Municipalité d’étudier l’opportunité d’orienter sa stratégie touristique sur les touristes en provenance des villes suisses et des pays voisins accessibles en train, notamment en utilisant prioritairement les ressources financières issues de l’augmentation récente de la taxe de séjour.

Lausanne, le 1^{er} mai 2025

Ilias Panchard

Alexandra Gerber

Olivia Fahmy

Valéry Beaud