

## RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025



**T +**  
**TISSOT**  
SWISS WATCHES SINCE 1853



WATCH  
THE MOVIE

TISSOT GENTLEMAN  
AUTOMATIC 38MM

## SOMMAIRE



- 04 LE MOT DU PRÉSIDENT**
- 06 LE TOURISME NEUCHÂTELOIS EN 2025**

### ORGANISATION

- 08** ASSEMBLÉE GÉNÉRALE
- 08** COMITÉ
- 10** COMPTES ET BUDGETS
- 13** RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION
- 15** ORGANIGRAMME
- 17** MEMBRES
- 17** REPRÉSENTATIONS

### STATISTIQUES

- 18** HÔTELS
- 20** CAMPINGS
- 22** FRÉQUENTATION DES SITES ET MUSÉES

### ACCUEIL

- 24** BULLETIN D'ENNEIGEMENT
- 25** WEBCAMS
- 26** FRÉQUENTATION
- 28** PUBLICATIONS

### CONFORT DE L'HÔTE

- 29** NEUCHÂTEL TOURIST CARD

### COMMUNICATION

- 30** SITE INTERNET
- 32** CAMPAGNES DE COMMUNICATION
- 35** ACCUEIL MÉDIAS
- 38** MARKETING JURA & TROIS-LACS

### IMPRESSUM

Tourisme neuchâtelois  
Hôtel des Postes  
CH-2001 Neuchâtel  
T. +41 (0) 32 889 68 90  
www.neuchatel-tourisme.ch  
info@ne.ch

**Édition et graphisme:** Tourisme neuchâtelois

**Photos:** Tourisme neuchâtelois, Vincent Bourrut, Evologia, Reto Duriet, M.- A. Monard, Fabien Nissels, Guillaume Perret, Suisse Tourisme: Hannes Heinzer, Nicola Fuerer, André Meier, Dominik Baur

**Imprimé en Suisse:** 1'200 exemplaires, mai 2026





## UNE ANNÉE 2025 DE TRANSITION MAIS RICHE DE BELLES PROMESSES

**Malgré le franc fort, le tourisme en Suisse se porte bien et a de nouveau battu des records en 2025. À Neuchâtel aussi, les résultats de l'année dernière sont excellents.**

Pour la première fois, nous avons enregistré plus de 280'000 nuitées hôtelières, un peu plus qu'en 2002 (Expo.02), qui était jusqu'à maintenant l'année faste de référence. Les visiteurs suisses représentent 63% du total de nos nuitées hôtelières, les touristes français 13% et les allemands 4%. Les touristes en provenance des Etats-Unis et de Chine ont été sensiblement plus nombreux que d'habitude.

Parallèlement, les visites de nos sites touristiques ont aussi augmenté de manière significative en 2025. Je félicite notamment les compagnies de navigation sur les Lacs de Neuchâtel et de Morat (LNM) et sur le Lac des Brenets (LNB) ainsi que le Musée International d'Horlogerie (MIH) à La Chaux-de-Fonds, les trois expériences qui ont attiré le plus de touristes l'année dernière. MUZOO reste aussi un des endroits du canton les plus visités, mais plutôt par des gens de la région.

D'autres sites touristiques méritent une mention particulière pour avoir généré, par

leur dynamisme et créativité, des hausses marquées des entrées. C'est le cas des Musées des Beaux-Arts du Locle (+111%) et de Neuchâtel (+71%), et même des plus petits Musée régional de La Sagne (+59%) et Musée Jean-Jacques Rousseau à Môtiers (+30%), grâce à la nouvelle équipe.

Je relève également ici le grand intérêt suscité par de nouvelles attractions et visites lancées en 2025 comme l'Espace Jacot de la Haute Chocolaterie à Môtiers, les visites guidées de l'entreprise Felco aux Geneveys-sur-Coffrane et l'ouverture de la Tour du Fantastique à Neuchâtel, un projet qui pourra certainement entraîner d'autres dans ce domaine de niche.

Ces bons résultats se sont inscrits dans une année de transition pour notre association. Yann Engel, notre directeur depuis plus de trente ans, a transmis le flambeau à Yannick Placi dans le courant de l'été 2025. Ce dernier a rapidement trouvé ses marques et fait

désormais souffler un vent nouveau dans les voiles de Tourisme neuchâtelois.

Soutenus par le Comité, Yannick Placi et toute son équipe, que je remercie pour leur engagement, ont de nombreux défis, structurels et conjoncturels, à relever.

D'une manière générale, nous avons d'abord des problèmes de capacités, qu'il s'agisse de nos hôtels et campings, au nombre limité, ou de nos flottes de navigation, plutôt vétustes. Disposer de suffisamment d'hébergements dans les catégories les plus variées est certainement un enjeu à l'approche de l'année 2027 qui verra La Chaux-de-Fonds devenir la première Capitale culturelle suisse, avec un programme artistique ambitieux couvrant toute l'année. Ensuite il s'agit de profiter du changement de direction à la tête de Tourisme neuchâtelois pour moderniser la gouvernance de notre association. Dans ce contexte nous devons aussi nous préparer à adapter notre action à une diminution des recettes provenant de la redevance sur les établissements publics, déjà décidée par le Grand Conseil neuchâtelois en mars 2025 mais menacée d'une coupure additionnelle.

Toutes réductions de nos revenus auront des conséquences sur notre capacité à développer le confort de nos hôtes et de nouvelles

offres touristiques, raison pour laquelle nous serons très vigilants à les limiter le plus possible. Je compte évidemment sur le rôle modérateur de l'Etat, par qui transitent les taxes de séjour et les redevances des établissements publics, pour soutenir nos efforts, dans l'intérêt bien compris de l'ensemble de la branche touristique.

Au plan conjoncturel, même si plusieurs prestataires sont contents de leur situation, il est évident que les augmentations des coûts fixes (loyers, salaires, énergie etc.) et la difficulté à trouver du personnel qualifié pour l'hôtellerie et la restauration rendent ces activités compliquées.

Notre association elle-même a fait de son mieux pour réaliser de manière efficiente la digitalisation de la Neuchâtel Tourist Card, cet instrument novateur essentiel dans notre dispositif pour attirer des visiteurs dans notre région. Après quelques problèmes techniques initiaux, nous disposons maintenant d'une carte qui remplit nos attentes et celles des acteurs du tourisme neuchâtelois.

Je me réjouis de continuer à œuvrer avec vous au développement harmonieux du tourisme dans le Pays de Neuchâtel !

Bénédict de Cerjat

# LE TOURISME NEUCHÂTELOIS EN 2025



## UN RECORD HISTORIQUE QUI CONFIRME UNE TRAJECTOIRE DURABLE

L'année 2025 marque une étape majeure pour le tourisme neuchâtelois. Avec 280'886 nuitées hôtelières enregistrées, le canton dépasse pour la première fois le seuil symbolique d'Expo.02. Cette progression de +2,8% par rapport à 2024 confirme l'inscription du Pays de Neuchâtel dans une dynamique de croissance solide et durable.

Dans un environnement concurrentiel, ce résultat reflète la qualité de l'offre, l'engagement des professionnels du secteur ainsi que la pertinence des actions menées en matière de promotion, d'accueil et de développement produit.

Cette évolution s'inscrit dans une **stratégie concertée avec Jura & Trois-Lacs et Suisse Tourisme** afin de renforcer la visibilité du Pays de Neuchâtel sur ses marchés prioritaires. La progression des clientèles de proximité, notamment françaises, confirme la pertinence d'un positionnement fondé sur la proximité, la qualité suisse et l'authenticité.

Au-delà des chiffres, cette croissance renforce la capacité du tourisme cantonal à générer des retombées économiques, soutenir l'emploi local et contribuer au rayonnement du canton.

### Fréquentation «fantastique» renforcée par l'innovation de l'offre

L'année 2025 aura également été marquée par une fréquentation exceptionnelle des sites touristiques. Avec **1'353'496 visites recensées**, contre 1'241'713 en 2024, la hausse atteint +9%. Cette progression s'explique par la capacité du Pays de Neuchâtel à renouveler ses expériences.

La Tour du Fantastique, avec 4'950 visiteurs en seulement 13 jours à son ouverture fin décembre 2025, illustre le potentiel d'offres originales et événementielles.

L'innovation touristique devient ainsi un véritable moteur de fréquentation. En développant des expériences immersives et mémorables, la destination renforce sa compétitivité et son image de territoire créatif.

Parallèlement, les plateformes digitales jouent un rôle croissant dans l'inspiration et la préparation des séjours. Les progrès observés sur J3L et WatchExplorer confirment l'importance stratégique de la visibilité numérique.

### La Neuchâtel Tourist Card digitale : un outil stratégique de pilotage

L'année 2025 marque aussi la première année complète d'exploitation de la **Neuchâtel Tourist Card (NTC) en version digitale**. Avec 102'231 cartes émises représentant environ 288'500 utilisateurs, les premiers résultats confirment l'adoption de cet outil.

Au-delà du service rendu, la digitalisation de la NTC permet une meilleure connaissance des comportements des visiteurs. Les données montrent notamment des déplacements majoritairement courts et concentrés autour de pôles forts : **environ 50% des trajets ont une origine ou une destination dans nos 3 villes, tandis que 37% sont réalisés au sein d'une même commune**. Ces enseignements permettent d'ajuster les prestations comme nous venons de le faire le 1<sup>er</sup> avril 2026 afin de renforcer l'usage, d'améliorer continuellement l'expérience proposée et l'impact économique.

## RETOUR SUR LA VIE TOURISTIQUE EN 2025

### Valoriser notre savoir-faire industriel

En 2025, Tourisme neuchâtelois a poursuivi la valorisation du patrimoine vivant et des savoir-faire industriels de notre région. Les collaborations renforcées avec des entreprises emblématiques telles que FELCO illustrent cette volonté de proposer un tourisme d'authenticité, fondé sur la rencontre et la découverte des excellences locales.

### Fête fédérale de lutte 2031 : construire le rayonnement de demain

Le lancement officiel de la candidature du canton de Neuchâtel pour accueillir la Fête fédérale de lutte 2031 a constitué un moment fort de 2025. Cette démarche traduit une vision stratégique ambitieuse : utiliser de grands projets fédérateurs comme leviers de notoriété, d'attractivité et de cohésion territoriale.

### Sport et culture : piliers d'une destination vivante

Les événements sportifs et culturels continuent de jouer un rôle essentiel dans l'attractivité du Pays de Neuchâtel. Des manifestations telles que **Pedaleo** ou le **Swiss Canyon Trail** génèrent des nuitées complémentaires et des retombées économiques concrètes. En parallèle, la richesse de l'offre culturelle et les initiatives locales, comme les 700 ans du Landeron ou la Fête du Froid renforcent l'image d'une destination vivante, créative et accessible en toutes saisons.

# ORGANISATION

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Vous trouverez le procès-verbal de l'Assemblée générale 2025, qui s'est déroulée le 10 juin à Cernier, sous le lien [www.neuchatel tourisme.ch/ag2026](http://www.neuchatel tourisme.ch/ag2026).

Sur demande, une version papier peut être obtenue dans les bureaux d'accueil, à Neuchâtel ou à La Chaux-de-Fonds, ou envoyée par courrier.

## COMITÉ

<b>M. Bénédicte de Cerjat</b>	Président
<b>M. Théo Huguenin-Elie</b>	Vice-président, conseiller communal de la Ville de La Chaux-de-Fonds, chargé du tourisme
<b>M. Roby Tschopp</b>	Conseiller communal de Val-de-Ruz, chargé du tourisme
<b>M. Francesco Garufo</b>	Président du Groupement des musées neuchâtelois (GMN), représentant des musées et des sites touristiques
<b>Mme Monika Hirschi</b>	Présidente de l'Association de la Parahôtellerie neuchâteloise
<b>M. Olivier Perrot</b>	Président de Jura & Trois-Lacs Campings
<b>M. Maxime Rod</b>	Représentant de l'Association Romande des Hôteliers, section Neuchâtel-Jura, jusqu'au 10 juin 2025
<b>M. Pascal Vuilleumier</b>	Directeur de transN, représentant des compagnies de transports, jusqu'au 10 juin 2025
<b>Mme Karen Allemann</b>	Directrice de GastroNeuchâtel
<b>M. Henri Cosandey</b>	Vice-président de Neuchâtel Rando, représentant de la Mobilité douce.
<b>M. Benoît Simon-Vermot</b>	Conseiller communal de Val-de-Travers, chargé du tourisme
<b>M. Philippe Rouault</b>	Conseiller communal de la Ville du Locle, chargé du tourisme



<b>M. Jonathan Gretillat</b>	Conseiller communal de la Ville de Neuchâtel, chargé du tourisme
<b>Mme Solange Platz Erard</b>	Représentante de l'Association des communes neuchâteloises (ACN)
<b>M. David Maye</b>	Président de GastroNeuchâtel
<b>Mme Laure von Wyss</b>	Présidente de la section Neuchâtel-Jura d'Hôtellerie Suisse
<b>Mme Patricia Borloz</b>	Représentante des compagnies de transports, dès le 10 juin 2025
<b>Mme Pauline Laurent</b>	Représentante des hôteliers neuchâtelois, dès le 10 juin 2025

## INVITÉS

<b>M. Yann Engel</b>	Directeur, jusqu'au 31 août 2025
<b>M. Yannick Placi</b>	Directeur, dès le 1 <sup>er</sup> août 2025
<b>M. Philippe Streiff</b>	Administrateur et coordinateur touristique Val-de-Travers et Val-de-Ruz, jusqu'au 31 août 2025
<b>Mme Geneviève Ravezzani</b>	Coordinatrice touristique Littoral, Val-de-Ruz et Val-de-Travers
<b>M. Vincent Matthey</b>	Coordinateur touristique Montagnes
<b>Mme Mara Lepori</b>	Cheffe de projets, Service de l'économie

# COMPTES

## PERTES ET PROFITS 2025

	Budget 2026 CHF	Budget 2025 CHF	Comptes 2025 CHF	Comptes 2024 Comparatif
<b>REVENUS</b>				
<b>Recettes institutionnelles</b>				
Redevances sur établissements publics	1'100'000.00	1'180'000.00	1'186'975.75	1'181'905.15
Communes	940'000.00	930'000.00	948'025.00	940'919.00
Taxes de séjour	2'000'000.00	1'850'000.00	2'312'878.80	1'998'005.80
Membres	56'100.00	56'000.00	46'490.00	47'025.00
<b>Recettes des prestations touristiques</b>				
Vente produits merchandising - Boutiques	92'000.00	95'000.00	66'973.28	72'837.28
Visites de villes et animation	270'000.00	295'000.00	175'796.92	380'632.47
Train touristique	75'000.00	70'000.00	79'863.79	88'505.88
Centrale réservation électronique "TOMAS"	12'000.00	13'000.00	10'304.33	19'543.28
Autres prestations de services	101'000.00	130'000.00	174'488.56	127'793.66
<b>Recettes diverses</b>				
Indemnités diverses	432'000.00	469'000.00	381'065.51	467'609.85
Produits des placements	-	-	29'866.70	-11.10
Dissolution provision "Projet Horlogerie"	-	-	-	-
Dissolution provision "Neuchâtel Belle Epoque"	-	-	-	-
Dissolution provision "fond soutien touristique"	-	-	-	-
Produits exceptionnels	-	-	36'623.18	-
<b>TOTAL REVENUS</b>	<b>5'078'100.00</b>	<b>5'088'000.00</b>	<b>5'449'351.82</b>	5'324'766.27
<b>CHARGES</b>				
<b>Charges touristiques</b>				
Développement et communication de l'offre	720'000.00	695'000.00	885'672.28	774'553.49
Accueil	311'000.00	192'000.00	25'850.58	150'696.41
Confort de l'hôte	1'560'000.00	1'350'000.00	1'370'107.92	1'411'635.51
Achat produits merchandising - Boutiques	-	45'000.00	91'995.89	50'603.54
Prestations de service	-	110'000.00	86'545.92	125'375.42
Exploitation "trains touristiques"	-	30'000.00	49'510.97	29'459.50
<b>Charges du personnel</b>				
Ressources humaines	1'879'600.00	2'025'000.00	2'249'277.06	2'179'893.47
Indemnités RHT	-	-	-	-
<b>Charges administratives</b>				
Locaux	265'000.00	265'000.00	252'356.39	264'660.76
Administration	104'605.00	92'000.00	157'144.71	92'409.82
Informatique, réseau câblé et téléphonie	107'500.00	142'000.00	61'205.97	74'576.29
TVA (Redip)	130'000.00	136'000.00	168'818.87	156'716.51
Charges financières	-	6'000.00	7'707.91	3'006.28
<b>Charges exceptionnelles</b>				
	-	-	37'229.35	-
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>5'077'705.00</b>	<b>5'088'000.00</b>	<b>5'443'423.82</b>	5'313'587.00
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>395.00</b>	<b>-</b>	<b>CHF 5'928.00</b>	CHF 11'179.27

# BILAN

## AU 31 DÉCEMBRE 2025

	31.12.2025 CHF	31.12.2024 CHF
<b>ACTIF</b>		
Caisses	10'468.49	12'040.11
Avoirs bancaires	1'578'224.98	1'663'392.13
Titres cotés en bourse détenus à court terme	202'772.49	202'772.49
<b>Trésorerie</b>	<b>1'791'465.96</b>	<b>1'878'204.73</b>
Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services envers des tiers	14'486.10	268'827.55
<b>Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services</b>	<b>14'486.10</b>	<b>268'827.55</b>
Créances à court terme envers des tiers	49'179.60	4'377.19
<b>Autres créances à court terme</b>	<b>49'179.60</b>	<b>4'377.19</b>
<b>Stocks de marchandises</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>
<b>Actifs de régularisation</b>	<b>604'645.74</b>	<b>292'563.65</b>
<b>ACTIF CIRCULANT</b>	<b>2'459'778.40</b>	<b>2'443'974.12</b>
Titres	1.00	1.00
Dépôt de garantie	50.00	50.00
<b>Immobilisations financières</b>	<b>51.00</b>	<b>51.00</b>
Mobilier	2.00	2.00
Caméras vidéo	1.00	1.00
Véhicule	1.00	1.00
Trains touristiques	2.00	2.00
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>6.00</b>	<b>6.00</b>
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>	<b>57.00</b>	<b>57.00</b>
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>2'459'835.40</b>	<b>2'444'031.12</b>

# BILAN

## AU 31 DÉCEMBRE 2025

PASSIF	31.12.2025 CHF	31.12.2024 CHF
Dettes résultant de l'achat de biens et de prestations de services envers des tiers	214'492.95	51'829.15
<b>Dettes résultant de l'achat de biens et de prestations de services</b>	<b>214'492.95</b>	<b>51'829.15</b>
<b>Autres dettes à court terme</b>	<b>11'150.00</b>	<b>18'727.74</b>
<b>Passifs de régularisation</b>	<b>1'129'743.37</b>	<b>1'274'953.15</b>
<b>Capitaux étrangers à court terme</b>	<b>1'355'386.32</b>	<b>1'345'510.04</b>
Provision développement et communication de l'offre	100'000.00	100'000.00
Provision projets "Horlogerie"	200'000.00	200'000.00
Provision "Neuchâtel Belle Epoque"	80'000.00	80'000.00
Provisions	380'000.00	380'000.00
<b>Capitaux étrangers à long terme</b>	<b>380'000.00</b>	<b>380'000.00</b>
<b>CAPITAUX ÉTRANGERS</b>	<b>1'735'386.32</b>	<b>1'725'510.04</b>
<b>Capital</b>	<b>27'334.33</b>	<b>27'334.33</b>
Résultat reporté	691'186.75	680'007.48
Résultat de l'exercice	5'928.00	11'179.27
<b>Réserves issues du bénéfice</b>	<b>697'114.75</b>	<b>691'186.75</b>
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	<b>724'449.08</b>	<b>718'521.08</b>
<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>2'459'835.40</b>	<b>2'444'031.12</b>

# RAPPORT 2025

## DE L'ORGANE DE RÉVISION



**Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint à l'assemblée générale des membres de l'Association Tourisme neuchâtelois, Neuchâtel**

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

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au comité de l'association 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.

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

Neuchâtel, le 28 avril 2026  
DRA/je

Fiduciaire Raffaele Sàrl

  
 Jessica Seiler  
 expert-réviseur agréée

  
 Daniele Raffaele  
 expert-réviseur agréé  
 (réviseur responsable)

**Annexes :** Comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe)

Fiduciaire Raffaele Sàrl  
 Route des Gouttes-d'Or 24A | 2000 Neuchâtel - Suisse  
 contact@fidraffaele.ch





"Au resto,  
j'y vais comme  
je veux"



J'aime profiter  
de regarder  
le paysage

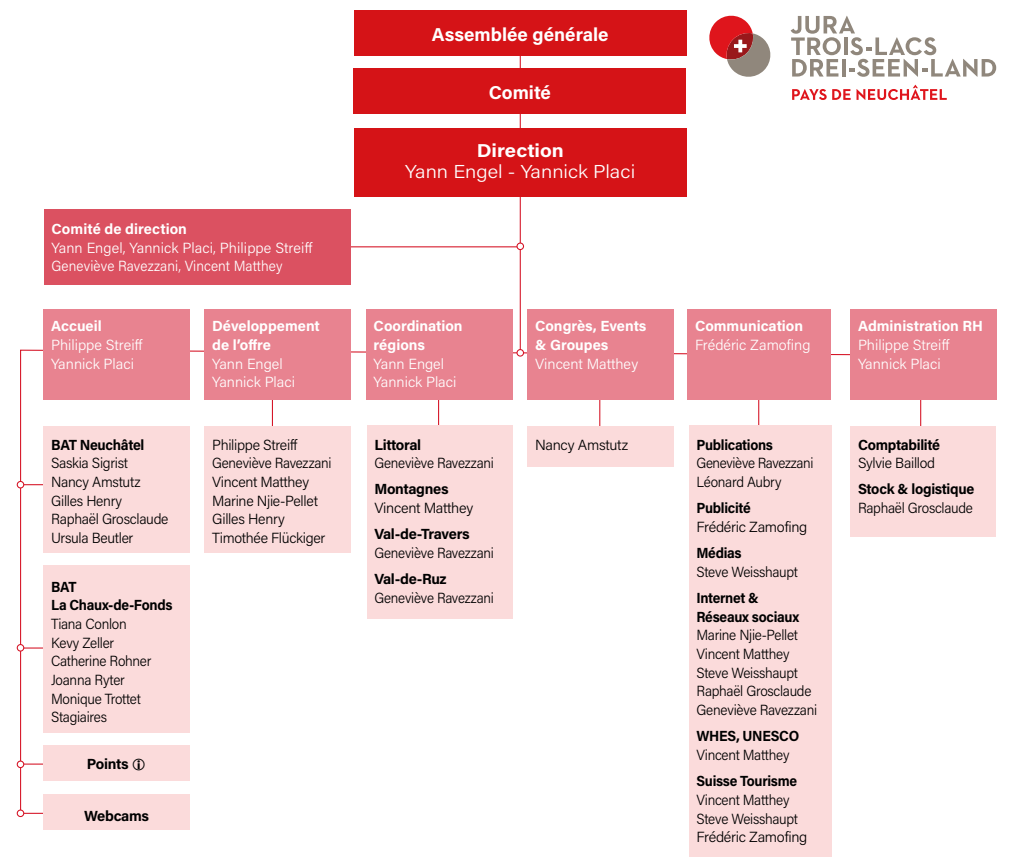


Téléchargez l'application mobile  
gratuitement sur



- VOTRE ITINÉRAIRE
- Les Planchettes
  - La Chaux-de-Fonds
  - Les Ponts-de-Martel

# ORGANIGRAMME





Neuchâtel Belle Epoque



Histoire et Urbanisme, Le Locle



Le Corbusier, La Chaux-de-Fonds



Art Nouveau, La Chaux-de-Fonds



Urbanisme Horloger, La Chaux-de-Fonds



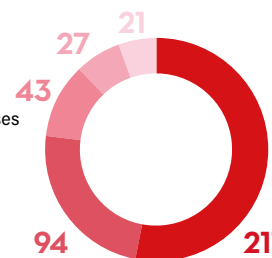
Visite de la Collégiale, Neuchâtel

## MEMBRES

### Régions

- Littoral neuchâtelois
- Montagnes neuchâteloises
- Val-de-Travers
- Val-de-Ruz
- Hors canton

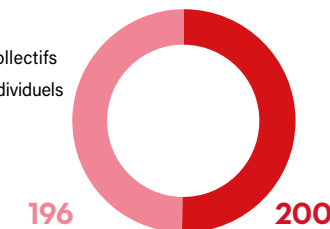
Total 396



### Catégories

- Membres collectifs
- Membres individuels

Total 396



## REPRÉSENTATIONS

Tourisme neuchâtelois défend les intérêts de la branche touristique du canton de Neuchâtel et la représente, notamment en participant à de nombreuses séances, groupes de travail ou réunions d'associations. Ci-après, une liste non-exhaustive des représentations en 2025. Il est utile de rappeler que Tourisme neuchâtelois fait partie intégrante de la destination **Jura & Trois-Lacs** et participe par là-même à de multiples séances (positionnement de la destination, marketing, publications, presse, digital, etc.).

### Partenaires régionaux et sectoriels

« Absinthe en fête » - Val-de-Travers • Association Vallée de La Brévine, Sibérie de la Suisse Comité Pays de l'Absinthe • Commission d'animation et de gestion de projets des Montagnes neuchâteloises (CAPMN) • Commission d'experts pour la mise en valeur du patrimoine urbain horloger • Commune Val-de-Ruz • Conseil du tourisme Le Locle • Fondation Au Suchiez - projet Auberge de jeunesse, Neuchâtel • Hôtellerie Suisse Neuchâtel-Jura La Chaux-de-Fonds Capitale culturelle suisse 2027 (Hébergement) • Neuchallenge Neuchâtel Ski de Fond • Neuchâtel Vins & Terroir • Neuchâtel VTT • Parc naturel régional du Doubs • PDR Vallée de la Sagne et des Ponts • Syndicat d'initiative des Brenets • TalentisLAB Task Force Lac des Brenets • Val-de-Travers (Destination Val-de-Travers, table ronde des prestataires touristiques) • Ville de La Chaux-de-Fonds (Coordination tourisme, mise en valeur du patrimoine horloger et des savoir-faire horlogers, Rénovation de l'Espace de l'urbanisme horloger) • Ville de Neuchâtel (coordination tourisme, signalétique ville, valorisation du sentier du Temps - Chaumont, Vallon de Serrière, Tour du Fantastique).

### Canton de Neuchâtel

Accords de positionnement stratégique (Montagnes neuchâteloises, Val-de-Ruz, Val-de-Travers et Littoral) • Comité conception Paysage cantonal • Comité de pilotage Mobilité Creux du Van - Gorges de l'Areuse • Groupe d'accompagnement PAC Haut Plateau du Creux du Van Commission FAC LORO • Groupe de travail définition des sites touristiques prioritaires Fiche R\_32

### Partenaires nationaux

Fédération Suisse du Tourisme • SuisseMobile • Swiss Wine • Suisse Tourisme • World Heritage Experience Switzerland

### Manifestations

Biennale du patrimoine horloger • Fête fédérale de lutte 2031 • Fête du Froid - Vallée de La Brévine • Festin neuchâtelois • Jura Gravel • La Chaux-de-Fonds Capitale culturelle suisse 2027 • Pedaleo

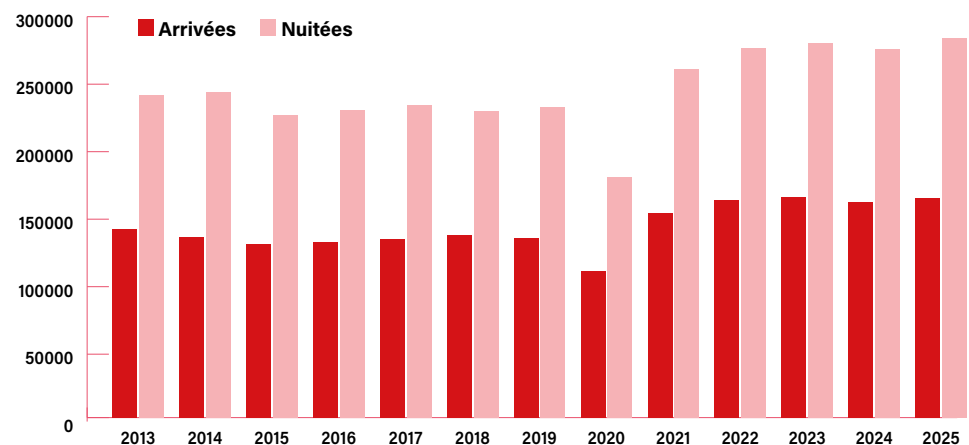
Nos visites guidées à l'horaire à Neuchâtel,  
à La Chaux-de-Fonds et au Locle :  
[visitesguidees.ch](http://visitesguidees.ch)

# STATISTIQUES HÔTELS

## ARRIVÉES & NUITÉES

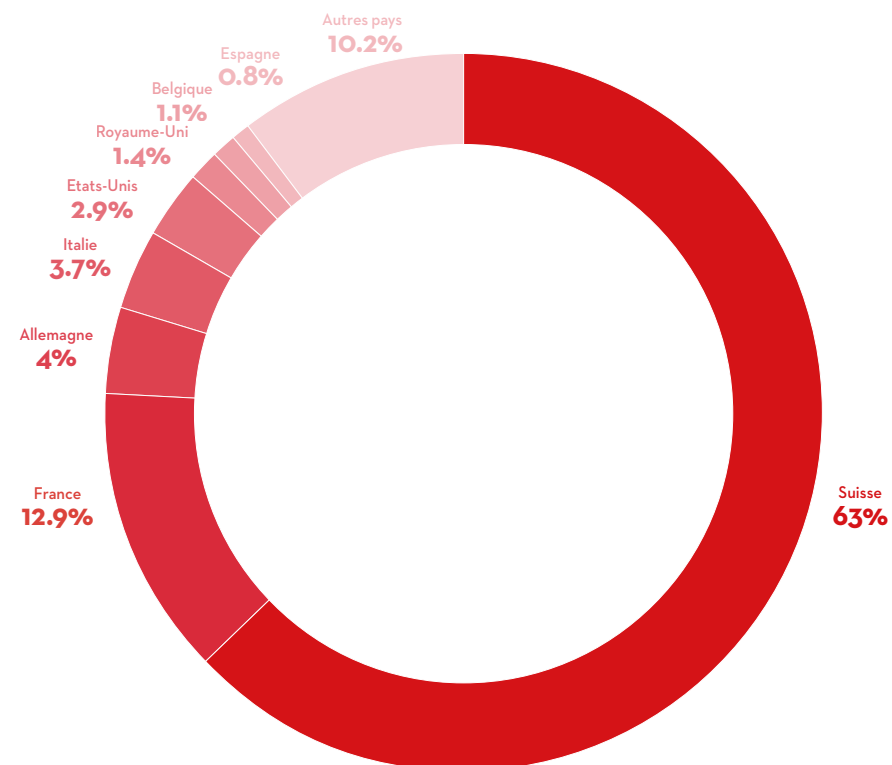
Arrivées	Suisses	Étrangères	Totales	Évolution nb.	Évolution %
2013	83'808	55'635	139'443	5'675	4.2
2014	79'622	53'779	133'401	-6'042	-4.3
2015	75'582	52'675	128'257	-5'144	-3.9
2016	80'229	49'994	130'223	1'966	1.5
2017	81'587	50'623	132'210	1'987	1.5
2018	84'330	50'844	135'174	2'964	2.2
2019	80'945	52'134	133'079	-2'095	-1.5
2020	87'315	21'180	108'495	-24'584	-18.5
2021	122'783	28'369	151'152	42'657	39.3
2022	114'808	46'405	161'213	10'061	6.7
2023	111'488	51'557	163'045	1'832	1.1
2024	108'244	51'364	159'608	-3'437	-2.1
<b>2025</b>	<b>112'185</b>	<b>50'534</b>	<b>162'719</b>	<b>3'111</b>	<b>1.9</b>

Nuitées	Suisses	Étrangères	Totales	Évolution nb.	Évolution %
2013	126'035	113'230	239'265	5'173	2.2
2014	125'639	115'479	241'118	1'853	0.8
2015	117'250	106'714	223'964	-17'154	-7.1
2016	126'670	101'119	227'789	3'825	1.7
2017	126'176	105'369	231'545	3'756	1.7
2018	124'611	102'227	226'838	-4'707	-2.0
2019	122'075	107'926	230'001	3'163	1.4
2020	136'438	42'059	178'497	-51'504	-22.4
2021	194'246	64'151	258'397	79'900	44.8
2022	177'084	96'857	273'941	15'544	6.0
2023	171'532	106'045	277'577	3'636	1.3
2024	168'278	104'934	273'212	-4'365	-1.6
<b>2025</b>	<b>177'013</b>	<b>103'873</b>	<b>280'886</b>	<b>7'674</b>	<b>2.8</b>



# STATISTIQUES HÔTELS

## PAYS DE PROVENANCE SELON LES NUITÉES

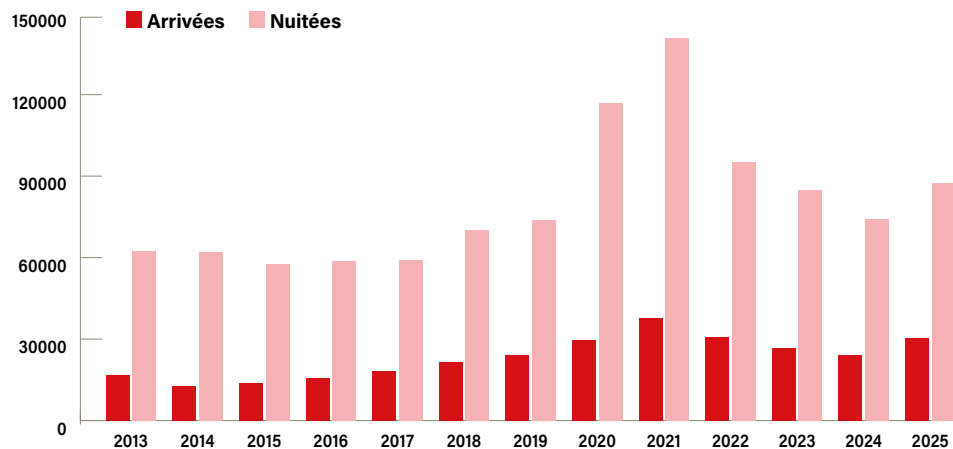


	Arrivées	Nuitées	Séjour moyen
Suisse	112'185	177'013	1.6
France	21'780	36'291	1.7
Allemagne	5'909	11'243	1.9
Italie	4'269	10'320	2.4
Etats-Unis	2'762	8'185	3.0
Royaume-Uni	1'847	3'863	2.1
Belgique	1'520	3'026	2.0
Espagne	1'027	2'279	2.2
Autres pays	11'420	28'666	2.5
<b>Totaux</b>	<b>162'719</b>	<b>280'886</b>	<b>1.7</b>

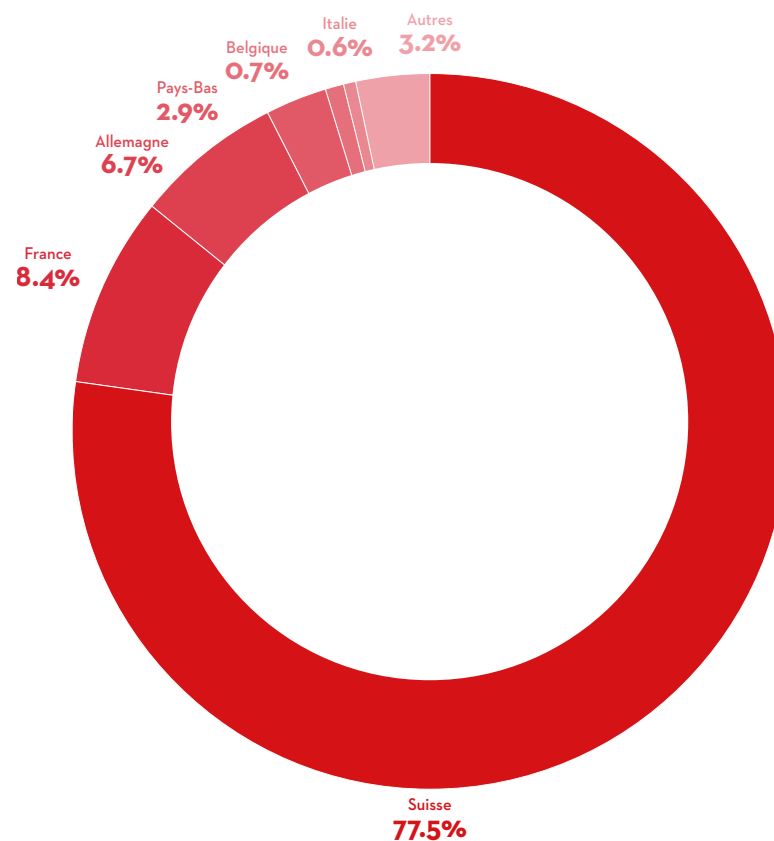
## STATISTIQUES CAMPINGS ARRIVÉES & NUITÉES

Arrivées	Suisses	Étrangères	Totales	Évolution nb.	Évolution %
2013	12'486	4'347	16'833	-326	-2
2014	9'196	3'520	12'716	-4'117	-24
2015	10'684	3'305	13'989	1'273	10
2016	11'703	4'022	15'725	1'736	12
2017	13'591	4'539	18'130	2'405	15
2018	16'608	4'984	21'592	3'462	19
2019	18'410	5'870	24'280	2'688	12
2020	26'600	2'911	29'511	5'231	22
2021	33'898	3'779	37'677	8'166	28
2022	23'225	7'456	30'681	-6'996	-19
2023	19'404	7'366	26'770	-3'911	-13
2024	16'770	7'268	24'038	-2'705	-10
<b>2025</b>	<b>22'179</b>	<b>8'249</b>	<b>30'428</b>	<b>6'390</b>	<b>27</b>

Nuitées	Suisses	Étrangères	Totales	Évolution nb.	Évolution %
2013	50'019	12'208	62'227	-5'731	-8
2014	49'420	12'460	61'880	-347	-1
2015	46'885	10'626	57'511	-4'369	-7
2016	46'991	11'735	58'726	1'215	2
2017	45'627	13'645	59'272	546	1
2018	55'973	14'025	69'998	10'726	18
2019	58'882	14'869	73'751	3'753	5
2020	110'027	6'706	116'733	42'982	58
2021	131'073	9'927	141'000	24'267	21
2022	84'625	17'123	101'748	-39'252	-28
2023	67'146	17'833	84'979	-16'769	-16
2024	56'459	17'761	74'220	-10'680	-13
<b>2025</b>	<b>67'652</b>	<b>19'671</b>	<b>87'323</b>	<b>13'103</b>	<b>18</b>



## STATISTIQUES CAMPINGS PAYS DE PROVENANCE SELON LES NUITÉES



	Arrivées	Nuitées	Séjour moyen
Suisse	22'179	67'652	3.0
France	3'050	7'312	2.4
Allemagne	2'660	5'838	2.2
Pays-Bas	895	2'523	2.8
Belgique	264	622	2.4
Italie	142	535	3.8
Autres pays	1'238	2'841	2.3
<b>Totaux</b>	<b>30'428</b>	<b>87'323</b>	<b>2.9</b>

# FRÉQUENTATION SITES & MUSÉES



Neuchâtel et Littoral	Localité	2022	2023	2024	2025
Société de navigation	Neuchâtel	248'563	228'547	214'647	216'804
Funiculaire La Coudre - Chaumont	Neuchâtel	152'522	134'891	138'287	149'638
Parc & Musée d'archéologie - Laténium	Hauterive	Musée 34'735 + parc 48'000	Musée 36'256 + parc 47'000	Musée 39'018 + parc 43'000	*78'078
Jardin botanique	Neuchâtel	50'468	52'105	52'341	51'492
Muséum d'Histoire naturelle	Neuchâtel	35'031	45'514	62'576	46'741
Musée d'art et d'histoire	Neuchâtel	26'833	26'507	18'087	30'977
Parc aventure	Chaumont	19'000	21'353	21'948	23'273
Centre Dürrenmatt	Neuchâtel	11'107	14'517	16'296	18'435
Musée d'ethnographie	Neuchâtel	19'074	17'253	19'907	15'859
Fun Laser	St-Blaise	14'000	15'237	14'880	13'936
Château Valangin	Valangin	11'551	11'680	10'560	8'952
Visites guidées du Château	Neuchâtel	5'528	5'566	5'819	5'772
Tour du fantastique	Neuchâtel				**4'950
Swin Golf	Neuchâtel	3'500	3'500	3'500	3'500
Musée de la Vigne et du Vin	Boudry	2'801	3'658	3'060	3'235
Espace Rousseau BPUN	Neuchâtel	321	369	385	***4'39
Visites guidées du stade de la Maladière	Neuchâtel	8 groupes	5 groupes	11 groupes	2 groupes
<b>Total</b>		<b>635'042</b>	<b>616'958</b>	<b>621'322</b>	<b>672'083</b>

Montagnes neuchâteloises	Localité	2022	2023	2024	2025
Muzoo	La Chaux-de-Fonds	178'845	193'236	206'228	*254'579
Navigation sur le Lac des Brenets	Les Brenets	32'592	31'840	58'269	50'502
Musée International de l'Horlogerie (MIH)	La Chaux-de-Fonds	34'002	33'942	43'864	****33'634
Musée des Beaux-Arts	Le Locle	7'658	7'280	15'290	32'292
Moulins souterrains	Le Col-des-Roches	19'841	21'733	19'238	19'557
Musée des Beaux-Arts	La Chaux-de-Fonds	12'502	13'055	11'928	16'453
Musée d'Horlogerie du Château des Monts	Le Locle	8'982	8'006	9'257	9'848
Musée paysan et artisanal	La Chaux-de-Fonds	6'038	6'521	5'816	5'576
Espace de l'urbanisme horloger	La Chaux-de-Fonds	4'679	4'936	3'751	*****4'599
Maison Blanche	La Chaux-de-Fonds	5'688	4'157	4'791	4'055
Maison de la Tourbière	Les Ponts-de-Martel	-	-	4'117	1'527
Musée régional	La Sagne	700	728	846	1'346
Musée d'Histoire	La Chaux-de-Fonds	8'064	7'728	6'428	*****9'56
Fromagerie Les Martel	Les Ponts-de-Martel	500	600	1'000	*****3'00
Musée des civilisations de l'Islam	La Chaux-de-Fonds	299	560	394	100
<b>Total</b>		<b>321'304</b>	<b>334'322</b>	<b>391'217</b>	<b>435'324</b>

\* Musée + parc      \*\*\* Fermé dès le 12.07.2025      \*\*\*\*\* Fermé du 01.01 au 11.04.2025      \*\*\*\*\* Travaux dès le 01.06.2025  
 \*\* Ouverture le 18.12.2025      \*\*\*\* Fermé dès le 03.11.2025      \*\*\*\*\* Fermé dès le 28.04.2025

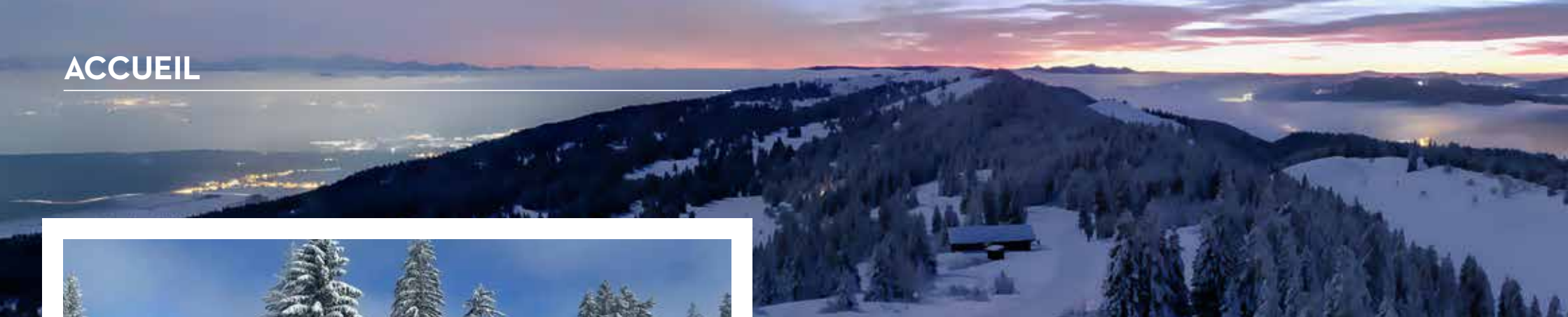
Val-de-Ruz	Localité	2022	2023	2024	2025
Toboggan géant	La Vue des Alpes	47'500	52'000	72'000	75'000
Espace abeilles, rucher pédagogique	Cernier	920	900	900	6'000
FELCO	Les Geneveys-sur-Coffrane	-	-	-	149
Evologia (expositions)	Cernier	34'800	pas d'expo	pas d'expo	pas d'expo
<b>Total</b>		<b>83'220</b>	<b>52'900</b>	<b>72'900</b>	<b>81'149</b>

Val-de-Travers	Localité	2022	2023	2024	2025
Luge Féeline La Robella	Buttes	87'174	87'618	72'322	82'715
Télésiège Buttes-La Robella	Buttes	34'868	29'770	29'485	24'521
Mines d'asphalte	Travers	20'633	18'450	21'917	21'107
Maison de l'absinthe	Môtiers	11'762	11'092	11'713	11'919
Vapeur Val-de-Travers	St-Sulpice	6'327	6'452	4'895	9'098
Association de la Maison de la Nature neuchâteloise (La Morille, La Noctule, Grotte de Cotencher)	Champ-du-Moulin	7'951	5'872	6'683	5'872
Musée et bar VW Oldtimer	St-Sulpice	3'395	3'609	3'736	3'488
Mauler & Cie SA	Môtiers	1'700	2'591	2'969	2'767
Musée d'art aborigène La Grange	Môtiers	1'341	1'210	1'282	1'306
Espace Jacot Haute Chocolaterie	Môtiers	-	-	-	693
Musée de l'automobile Le Manège	Môtiers	570	525	401	520
Musée Jean-Jacques Rousseau	Môtiers	235	305	360	**468
Séchoir à absinthe	Boveresse	122	202	201	239
Musée des Mascarons	Môtiers	131	420	310	227
<b>Total</b>		<b>176'209</b>	<b>168'116</b>	<b>156'274</b>	<b>164'940</b>

**TOTAL GÉNÉRAL**      **1'215'775**      **1'172'296**      **1'241'713**      **1'353'496**

\* Fermé du 01.01 au 28.02.2025      \*\* Fermé dès le 17.10.2025

Les chiffres ci-dessus sont transmis par les sites touristiques.



## BULLETIN D'ENNEIGEMENT

Les **statistiques finales** pour cette saison (1<sup>er</sup> novembre 2025 au 6 avril 2026) montrent que le bulletin d'enneigement "Montagnes neuchâteloises", "Jura – Jura bernois" et "Val de Moriteau" a été consulté par **61'546** utilisateurs, qui ont vu **456'444** pages!

La plus forte fréquentation a été mesurée le samedi 10 janvier 2026, avec **12'620** vues. La provenance des utilisateurs est suisse pour 82% et française pour 14%.

[www.neuchatel-snow.ch](http://www.neuchatel-snow.ch)



## WEBCAMS

[www.neuchateltourisme.ch/webcams](http://www.neuchateltourisme.ch/webcams)

Les webcams 360° en haute définition du Pays de Neuchâtel rencontrent toujours un vif succès auprès du public en 2025.

Cette même année, ces dispositifs ont enregistré un total de **1'116'976** vues pour **356'995** utilisateurs selon la répartition ci-dessous :

	Vues	Utilisateurs
Tête de Ran	214'693	65'291
La Chaux-de-Fonds	175'881	61'537
Neuchâtel	139'461	51'562
Chaumont	125'855	51'655
Les Brenets	122'647	21'515
St-Blaise	121'418	30'667
Lac des Taillères	108'868	37'260
Jeunes-Rives	50'743	12'441
La Brévine	25'105	12'518
La Robella	22'481	9'338
Navigation 3 Lacs	9'824	3'211

Toutes les webcams sur  
[www.neuchateltourisme.ch/webcams](http://www.neuchateltourisme.ch/webcams)



# ACCUEIL FRÉQUENTATION



## Bureaux d'accueil



Neuchâtel - Hôtel des Postes	4266	1497	1095
La Chaux-de-Fonds - Espacité et Espace de l'urbanisme horloger	4310	805	572

## Visites de villes



		Groupes				Personnes			
		2022	2023	2024	2025	2022	2023	2024	2025
Neuchâtel	Vieille Ville (Belle Époque)	198	198	201	202	2'912	2'851	2'799	2'779
Neuchâtel	Jeu de piste « Les Chenapans »	831	766	767	718	7'256	7'366	6'317	6'765
Neuchâtel	Visite autoguidée	89	62	79	67	287	219	230	213
Neuchâtel	Mission Astrophone	32	159	102	80	160	1'380	730	487
Neuchâtel	Visite guidée de la Collégiale	31	27	28	31	403	300	336	393
La Chaux-de-Fonds / Le Locle	Groupes	204	207	212	198	2'418	2'410	2'248	2'342
La Chaux-de-Fonds / Le Locle	À l'horaire	28	30	47	53	199	214	310	302
La Chaux-de-Fonds	Jeu de piste « Les Barons »	105	87	-	-	-	-	*398	406

\*Depuis 2024, la fréquentation est calculée par personne et non plus par groupe.



## Trains touristiques



Neuchâtel	nb groupes - nb personnes	nb individuels	Total
2021	93 - 1'642	7'462	9'104
2022	147 - 3'801	6'815	10'616
2023	145 - 4'418	4'817	9'235
2024	160 - 4'184	6'992	11'176
2025	159 - 3'748	6'032	9'780

La Chaux-de-Fonds	nb individuels (lu, me, ve, sa)	Total
2021	8 - 158	1'385
2022	17 - 446	1'926
2023	14 - 378	1'063
2024	18 - 447	1'483
2025	10 - 295	1'607

Le Locle	nb individuels (je, di)	Total
2021	3 - 108	421
2022	7 - 230	583
2023	1 - 64	360
2024	5 - 224	473
2025	4 - 114	417



# PUBLICATIONS



# CONFORT DE L'HÔTE NEUCHÂTEL TOURIST CARD (NTC)



## Brochures éditées en 2025

- 1) Guide touristique 2025
- 2) Guide des hébergements de vacances 2025
- 3) Plan de ville La Chaux-de-Fonds / Le Locle
- 4) Rapport d'activité 2024
- 5) Hébergements collectifs 2025
- 6) Le Corbusier
- 7) Plan Val-de-Travers – Creux du Van
- 8) Randonnées
- 9) Visite de Neuchâtel à pied

## Langues Tirages

Langues	Tirages
F/D/E	15'000
F/D/E	6'000
F/D/E	20'000
F	1'200
F/D/E	120
F/D/E	20'000
F/D/E	30'000
F/D/E	60'000
I/ES/P	10'000

## Flyers édités en 2025

- |                                     |       |       |
|-------------------------------------|-------|-------|
| 1) Food Tour suggestion de parcours | F/D/E | 300   |
| 2) Horlogerie                       | F/D/E | 1'500 |



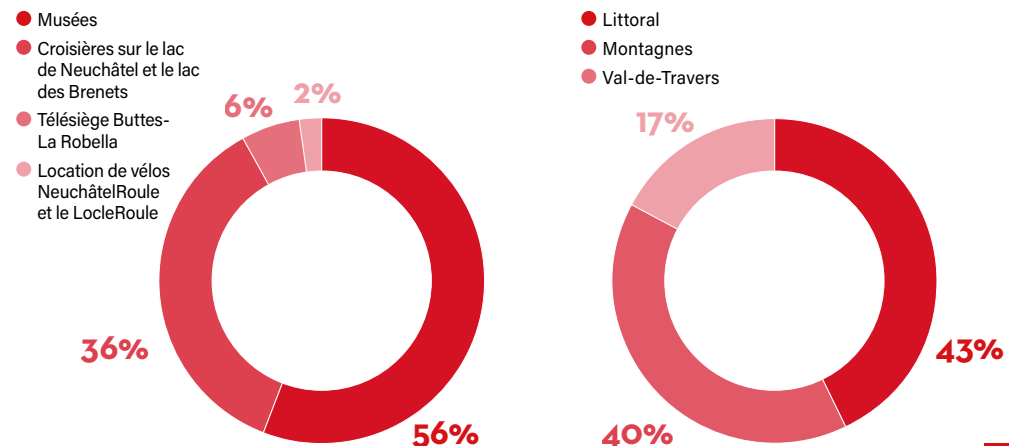
## En 2025, la Neuchâtel Tourist Card s'est digitalisée. Plus de 500 hébergements du canton ont généré la NTC pour leurs clients.

Avec **102'231** cartes émises représentant environ **288'500** utilisateurs, les premiers résultats confirment l'adoption de cet outil.

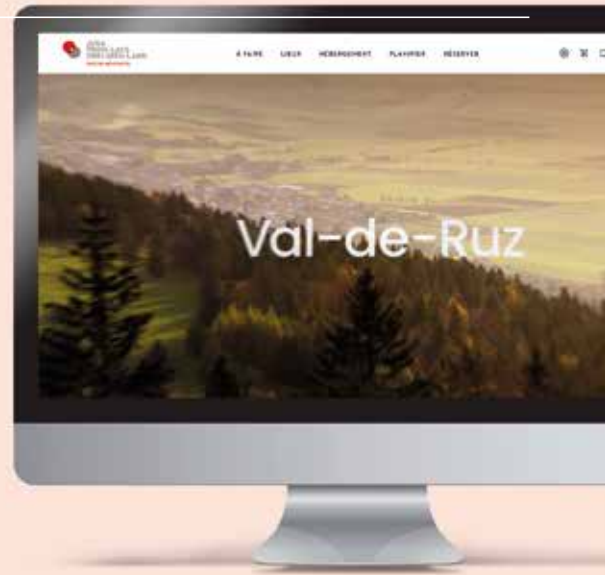
La NTC digitalisée a permis aux visiteurs de profiter gratuitement de la trentaine de prestations proposées dont **56%** dans les musées, **36%** sur les croisières lacustres, **6%** sur le télésiège Buttes-La Robella et **2%** sur la location de vélos.

Les sites partenaires ont été indemnisés à hauteur de **CHF 400'000.-**. **70%** de cette somme a été versée aux cinq principaux prestataires (LNM **33%**, NLB **15%**, MIH **9%**, Moulins souterrains **9%**, Laténium **4%**).

## RÉPARTITION DES ENTRÉES OFFERTES PAR CATÉGORIE ET PAR RÉGION

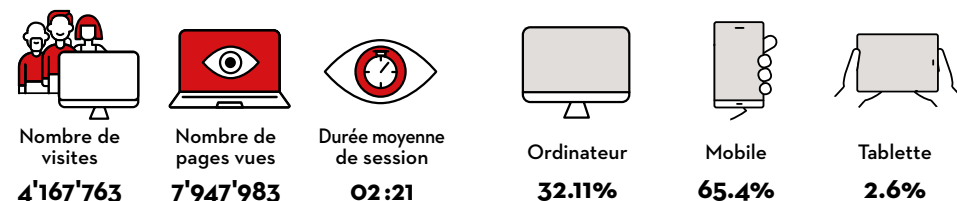


# COMMUNICATION SITE INTERNET



## FRÉQUENTATION DU SITE INTERNET WWW.J3L.CH JANVIER À DÉCEMBRE

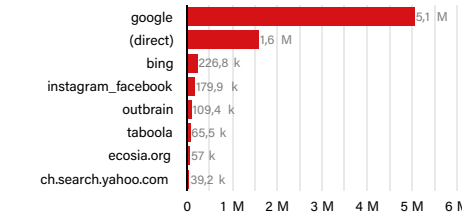
Le site internet de Tourisme neuchâtelois - www.neuchateltourisme.ch fait partie intégrante du site de la destination www.J3L.ch au même titre que ceux de Jura Tourisme, Grand Chasseral Tourisme et Tourisme Bienne Seeland.



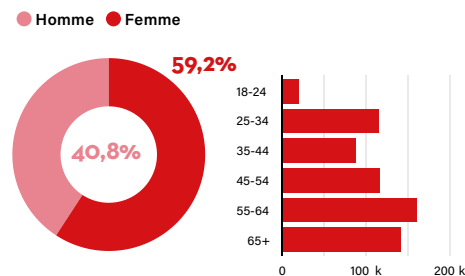
### VISITES



### CANAUX



### ÂGE ET GENRE



### SESSIONS PAR PAYS

Pays	Sessions	Nombre de pages vues
1 Suisse	3'251'350	
2 France	425'883	
3 Allemagne	84'341	
4 Etats-Unis	48'294	
5 Pays-Bas	16'248	

### PAGES LES PLUS VUES

Page	Nombre de pages vues
1 Neuchâtel Tourist Card	402'609
2 Webcams	365'102
3 Randonnées	226'593
4 Pays de Neuchâtel	163'000
5 Jura & Trois Lacs	113'993
6 Sentiers des sommets	87'989
7 Agenda	87'735
8 Hôtels	85'893
9 Webshop	83'084
10 Jura Tourisme	81'713

### CATÉGORIES LES PLUS VISITÉES

Catégorie	Nombre de pages vues
1 Randonnées	660'896
2 Carte d'hôtes	425'355
3 Restaurants	412'504
4 Points de vue	379'888
5 Sites naturels	237'401
6 Booking Jura & Trois-Lacs	204'846

# CAMPAGNES DE COMMUNICATION

**En 2025, la stratégie de communication de Tourisme neuchâtelois a combiné continuité et innovation, avec un accent renforcé sur la performance et la digitalisation.**

Elle s'est structurée autour de trois axes :

- la Neuchâtel Tourist Card (NTC)
- les campagnes NACUSAV (Nature, Culture, Saveurs)
- les campagnes transverses de contenu

Dans un environnement fortement concurrentiel, l'objectif est resté double : renforcer la notoriété et générer du trafic qualifié et mesurable.

## NEUCHÂTEL TOURIST CARD (NTC)

**Objectifs :** Maintenir la pression sur le marché suisse, accélérer le développement du marché français et accompagner le lancement de la NTC digitale. La campagne s'est articulée autour des trois thématiques de spots, nature, culture et saveurs, avec un dispositif multicanal :

- **Campagnes TV nationales de la SSR** en majorité (Eurofoot féminin, Eurovision, émissions d'informations) et l'apport de chaînes privées ciblées en Suisse alémanique (TéléZüri, Tele M1, TVO);
- **Affichage SGA** dans les gares de Suisse alémanique et, de quelques villes romandes ;
- **Campagnes digitales** chez les plus grands diffuseurs du marché (20 minutes, Ringier, Audienzz);
- **Social media et Google Ads.**

La campagne a joué un rôle clé dans la visibilité et l'adoption de la NTC digitale avec mention de la digitalisation et de FAIRTIQ, en facilitant sa compréhension et son appropriation par les publics.



En parallèle, avec le soutien de Suisse Tourisme France, une campagne a été menée dans les départements français sur la force de la NTC en termes de pouvoir d'achat pour les Français et sur les paysages et la culture du Pays de Neuchâtel.

**La NTC confirme son rôle de produit d'appel central et de levier de trafic, en Suisse et à l'étranger.**

## CHIFFRES CLÉS COMMUNICATION NTC

- 343'951 visiteurs sur la pages NTC de j3l.ch
- +51% de trafic vs 2024
- Top 3 des pages du site J3L
- 50% de pénétration TV en Suisse
- Forte progression du marché français

## CAMPAGNES NACUSAV

Les campagnes Nature-Culture-Saveurs ont permis de structurer la communication autour de contenus expérientiels de la page [www.neuchatel-tourisme.de.j3l.ch](http://www.neuchatel-tourisme.de.j3l.ch), en complément direct de la NTC.

- **Nature:** forte visibilité TV et progression des contenus Outdoor avec un film publicitaire produit par Suisse Tourisme et J3L, développement complémentaire en Italie du Nord (événement Rossignoli)
- **Culture:** développement international (notamment USA) avec l'horlogerie et forte performance des visites guidées thématiques (visites de ville, Le Corbusier, Art Nouveau, etc.)
- **Saveurs:** soutien efficace aux événements (Festin neuchâtelois, Absinthe en Fête, Roadshow NVT) et valorisation des offres locales.

En fin d'année, une campagne spécifique Culture/WatchExplorer (horlogerie) est venue





## CHIFFRES CLÉS CAMPAGNES NACUSAV

- **+45% de trafic sur les contenus Outdoor**
- **x2 performance TV sur certaines campagnes avec le succès de l'Eurofoot féminin**
- **+428% de trafic USA (horlogerie)**
- **6'747 clics vers les visites guidées (vs 44 en 2024)**
- **12'000+ consultations pour les Food Tours**
- **31'473 clics campagnes de contenu (CTR 0,50%)**

renforcer ce dispositif, en capitalisant sur la période des fêtes :

- affichage lumineux dans des lieux à forte fréquentation (marchés de Noël, rues commerçantes);
- campagne digitale ciblée;
- mise en avant des bons cadeaux comme idée d'expérience.

Cette activation saisonnière a permis de capter une intention d'achat plus directe, en lien avec les logiques de cadeaux et d'expériences.

**Les campagnes NACUSAV ont confirmé leur rôle complémentaire à la NTC, avec une contribution significative à la visibilité et à la performance des contenus sur des marchés-tests (Italie et USA).**

## CAMPAGNES TRANSVERSES

Des campagnes de contenu ont permis de diffuser les actualités de manière agile et ciblée via Meta (Facebook, Instagram) et Google Ads. L'intérêt d'une communication orientée datas s'est justifié avec des performances supérieures aux standards du marché et une forte contribution du marché français.

## CONCLUSION

L'année 2025 confirme l'efficacité d'une stratégie média combinant :

- **puissance** d'un média principal
- **activation** digitale
- **approche** créative par les contenus

La NTC s'impose comme pilier central, renforcé par sa digitalisation, tandis que les campagnes NACUSAV, incluant des activations saisonnières à fort potentiel de conversion, ont enrichi l'image et stimulé la demande.

Dans un contexte concurrentiel, cette approche a permis de :

- **maximiser** l'impact des investissements
- **renforcer** durablement la visibilité de Neuchâtel

## ACCUEIL MÉDIAS

### MISER SUR LA QUALITÉ PLUS QUE LA QUANTITÉ

En 2025, Tourisme neuchâtelois a poursuivi sa stratégie d'accueil médias en privilégiant une approche qualitative, en ligne avec les évolutions du paysage médiatique, et en collaboration avec Jura & Trois Lacs. Dans un contexte de transformation des rédactions et de raréfaction des voyages de presse, les actions menées ont permis de générer des retombées médiatiques à forte visibilité, tant au niveau national qu'international.

Parmi les publications marquantes, plusieurs titres de référence ont mis en lumière la destination, notamment *Forbes*, *The Guardian*, *Libération* ou encore *Coopération* ou *TCS Magazine Touring*, contribuant à renforcer l'image du Pays de Neuchâtel auprès de publics variés et à fort pouvoir d'influence.

Le territoire a ainsi été valorisé à travers ses atouts majeurs :

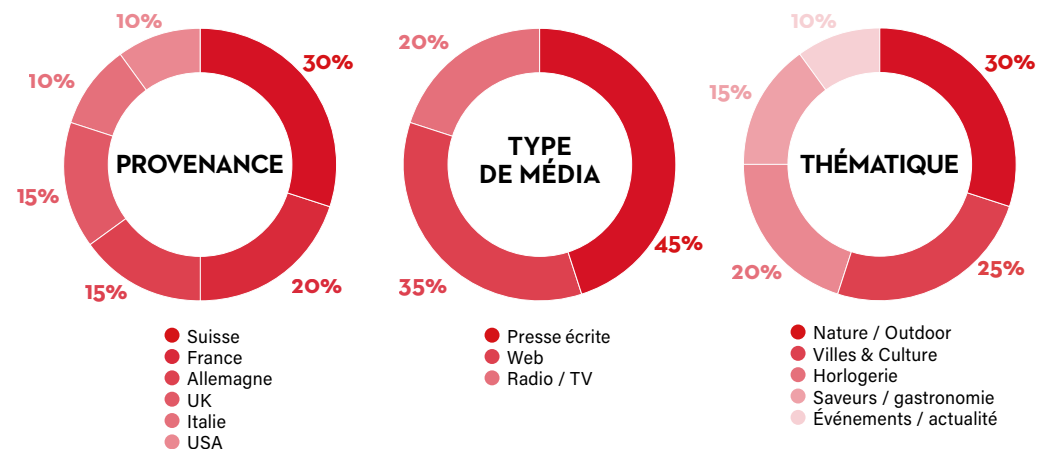
- paysages lacustres et nature préservée
- sports pour tous les niveaux
- richesse culturelle et patrimoniale
- savoir-faire horloger
- art de vivre et gastronomie

Cette diversité des thématiques contribue à positionner le Canton de Neuchâtel comme une destination complète, authentique et différenciée.

En parallèle des accueils, un travail proactif a permis d'obtenir des retombées dans des médias à large audience, avec des relais sur des marchés stratégiques en Italie, au Royaume-Uni et aux USA. Le succès de ces actions repose sur une mobilisation collective des acteurs du territoire, partenaires touristiques, institutions, prestataires et équipes, dont l'engagement contribue directement à la qualité des accueils et à l'impact des retombées.

## VOYAGES PRESSE

Dans une logique d'impact plutôt que de volume, les voyages de presse conservent une orientation plus ciblée, avec une attention particulière portée à la pertinence des médias invités, la qualité des contenus produits et leur capacité à générer des retombées durables.





ombreux au  
neuchâtelois  
che 9 mars à midi

**WEINKELLER**  
9-10 MAI

**NE**

www.offenweinkellerneuenburg.ch

NEUENBURG

**GEWINNEN SIE**  
2 Tickets für die Offenen Weinkeller



**Dîner à la ferme**

**Haben Sie Ihre Ferien schon geplant?**

Mit der Neuenburg Tourist Card (NTC) machen Sie sich schöne Tage und sparen dabei.

**JURA TROIS-LACS DREI-SEEN-LAND PAYS DE NEUCHÂTEL**

**Trois villes, un patrimoine**

nos visites guidées

[www.visitesguidees.ch](http://www.visitesguidees.ch)

**Schnitzeljagd "Les Chenapans"**

Une tolle Idee für Ihren Schulausflug nach Neuenburg

CHF 5,- pro Schüler

**Wir haben uns vorgestellt, dass wir überstrahlt durch die Strassen von Neuenburg streifen. Aber das Spiel hat uns alle geweckt und jede Gruppe hat einen starken Teamgeist entwickelt. Selbst eher schüchterne Schülerinnen und Schüler haben sich eingebunden und so hatten wir viel Spass dabei, die unerwarteten Winkel der Neuenburger Altstadt zu entdecken.** 11

Philip A. Kässenbacher, Schulleiter

**Kurz & bündig**

• 2- bis 4-tägiger Schulausflug  
• 100% Schweizerische Führung  
• 100% Schweizerische Führung  
• 100% Schweizerische Führung

JURA TROIS-LACS DREI-SEEN-LAND PAYS DE NEUCHÂTEL

[www.visitneuchatel.ch](http://www.visitneuchatel.ch)

**WATCH EXPLORER**

PAIS DE NEUCHÂTEL - LAND OF WATCHMAKERS

**27 EXPÉRIENCES UNIQUES!**

Fabriquez votre propre montre, Remontez les horloges, Visitez les manufactures de prestige

**WATCH EXPLORER, les activités proposées par Tourisme NEUCHÂTEL**

+41 32 889 88 82

**monde magique des tourbières**

**BALADE INCLUSIVE**

Le Parc de la Tourbière, sur le territoire de la commune de Neuchâtel, est un espace naturel remarquable. C'est un lieu idéal pour découvrir la nature et l'histoire de la région.

**WATCH EXPLORER**

PAIS DE NEUCHÂTEL - LAND OF WATCHMAKERS

**EXPÉRIENCES UNIQUES!**

WATCH EXPLORER SWISS

+41 32 889 88 82

## JURA & TROIS-LACS (J3L) SYNTHÈSE DES ACTIVITÉS 2025

**En 2025, Jura & Trois-Lacs a poursuivi ses missions en tant que centre de compétences régional, en s'appuyant sur les trois axes de la roue J3L : l'Observatoire du tourisme, le marketing et le développement digital. L'objectif reste inchangé : renforcer l'attractivité de la région et soutenir les acteurs touristiques dans un environnement en évolution.**

### Observatoire du tourisme

L'année 2025 a été consacrée au développement du projet TOURIA. Les travaux ont porté en priorité sur la structuration de l'outil ainsi que sur la négociation et la collecte de données auprès de nombreux prestataires touristiques et acteurs de la mobilité. Ce travail de fond vise à améliorer la compréhension des flux de visiteurs à l'échelle régionale et à poser les bases d'un pilotage plus fin de la fréquentation. Les premières exploitations de données sont attendues à partir de mi-2026.

### Marketing et promotion

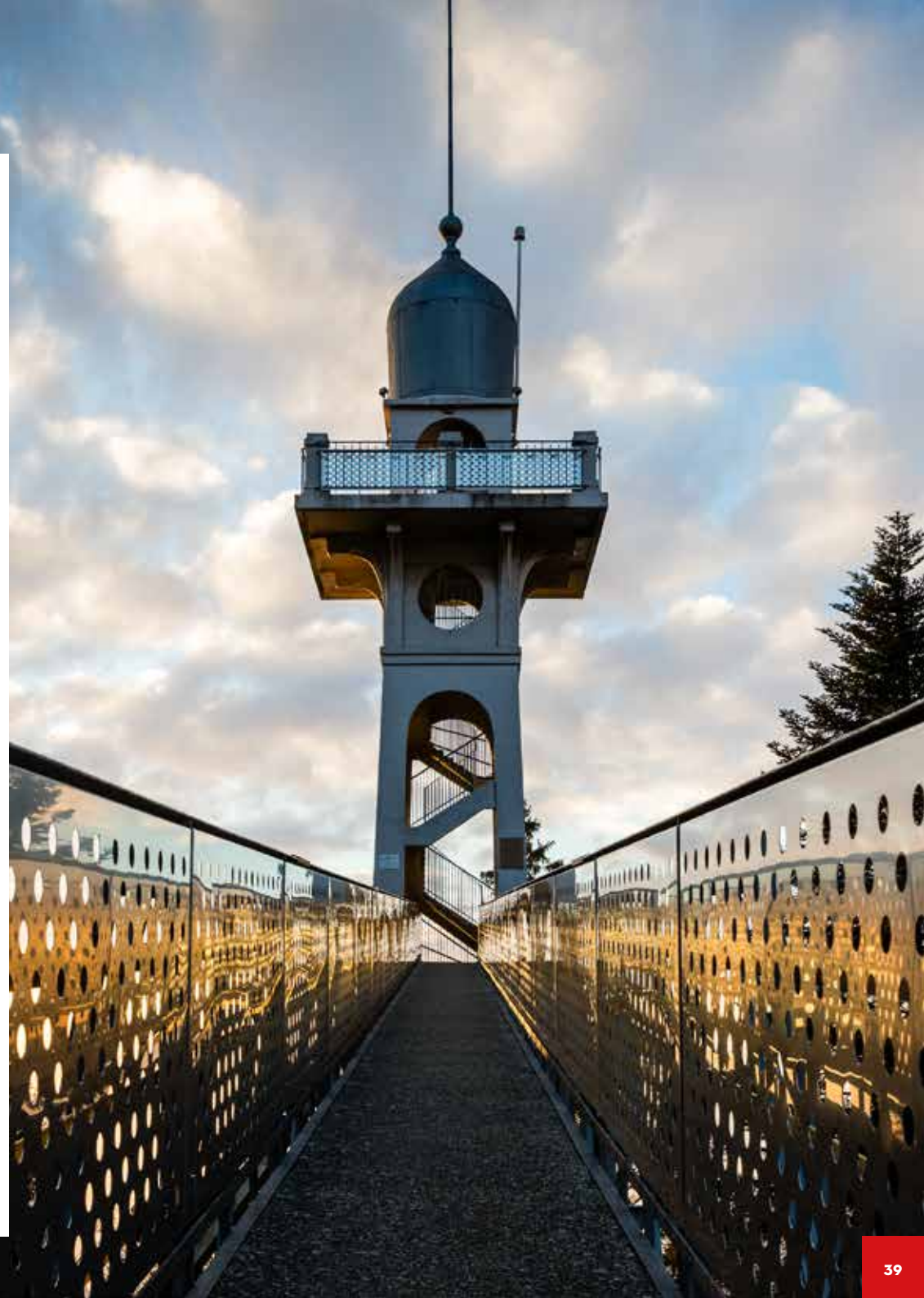
J3L a poursuivi ses actions sur ses marchés prioritaires (Suisse, France, Allemagne) à travers des campagnes ciblées et des collaborations avec les régions partenaires et Suisse Tourisme. L'année a notamment été marquée par des campagnes de visibilité en Suisse, dont des dispositifs d'affichage dans les gares, ainsi que par le déploiement de campagnes digitales thématiques (randonnée, vélo, activités au fil de l'eau). En parallèle, plusieurs accueils médias et collaborations avec des créateurs de contenu ont permis

de valoriser concrètement les expériences de la région et de renforcer sa présence dans les médias et sur les réseaux sociaux. J3L reste par ailleurs attentive à l'évolution d'autres marchés à fort potentiel.

### Développement digital

L'année 2025 a été marquée par la poursuite du projet ECOSI, visant à structurer et faire évoluer l'écosystème digital de la région. Les travaux ont porté sur l'intégration et l'optimisation des outils existants, ainsi que sur le développement de solutions facilitant la mise en marché de l'offre régionale. Une attention particulière a été accordée à la simplification des processus pour les partenaires et des destinations, ainsi qu'à une meilleure exploitation des données digitales, afin de soutenir à la fois les actions marketing et le pilotage des activités.

À travers ces trois axes, J3L confirme son rôle de coordinateur et de facilitateur au service de la région. L'année 2025 s'inscrit ainsi dans une dynamique de consolidation et de préparation des développements futurs, en lien étroit avec les partenaires régionaux.





NAVIGATION SUR  
LES TROIS - LACS



# Abonnement 3 Lacs+

**Disponible dans tous les  
points de vente LNM**



@NavigationLNM