



Rétrospective 2026

Des propriétaires engagés.

Des projets concrets.

Des résultats pour les exposants.

Table des matières

Habitat-Jardin 2026 en un coup d'œil	2
Le fil rouge de l'édition	2
Positionnement	2
Qui sont les visiteurs ?	3
Un public qualifié	3
Des propriétaires prêts à investir	5
Un salon qui génère des affaires	8
Satisfaction et fidélité	9
Le visiteur Habitat-Jardin	11
Enquête exposants 2026	12
Profil des exposants	12
Pourquoi les exposants participent-ils ?	12
Des résultats commerciaux concrets	13
Une expérience plébiscitée	14
Une communication au service des exposants	16
Une fidélité qui se confirme	17
Revue de presse	18
Plan média	19
4 mois de campagne de communication	19
Annonces dans la presse écrite	19
Publicités à la radio	19
Publicités à la télévision	19
Campagne d'affichage	20
Communication digitale	20
Conclusion	20
Affiche 2026	21
Pourquoi exposer à Habitat-Jardin ?	22

Habitat-Jardin 2026 en un coup d'œil

15'065 visiteurs

Une édition marquée par un fort intérêt des propriétaires pour les projets de rénovation, d'amélioration énergétique et d'aménagement de leur habitat.

150	exposants & partenaires
12'500 m ²	d'exposition
4	jours de salon
4	pôles conseils
21	partenaires des pôles
44	conférences

Le fil rouge de l'édition

L'édition 2026 était consacrée à l'abandon de la valeur locative, approuvé en votation populaire le 28 septembre 2025, et à ses conséquences sur les décisions d'investissement des propriétaires.

Résumé par le slogan « Investir aujourd'hui pour habiter mieux demain », ce thème a nourri les échanges tout au long du salon. De nombreux visiteurs sont venus avec des projets concrets et des questions liées à la rénovation, à l'énergie, au financement ou à la planification de travaux.

Cette actualité a confirmé le rôle d'Habitat-Jardin comme plateforme de référence réunissant propriétaires, experts et entreprises autour des grands enjeux de l'habitat.

Positionnement

Habitat-Jardin confirme son positionnement comme le rendez-vous romand des propriétaires à la recherche de solutions concrètes pour construire, rénover, aménager et valoriser leur patrimoine.

Qui sont les visiteurs ?

Un public qualifié

Habitat-Jardin attire principalement des propriétaires porteurs de projets.

Statut des visiteurs Habitat-Jardin 2026

Répartition des visiteurs selon leur situation immobilière.

...



● Non propriétaires ● Projettent d'acheter ● Propriétaires ● Sans réponse

- 89 % des visiteurs sont propriétaires de leur logement.
- 2 % prévoient d'acquérir un bien immobilier prochainement.
- Moins de 6 % des visiteurs ne sont pas propriétaires.

Type de bien immobilier détenu

Répartition des visiteurs selon le type de logement possédé.

...



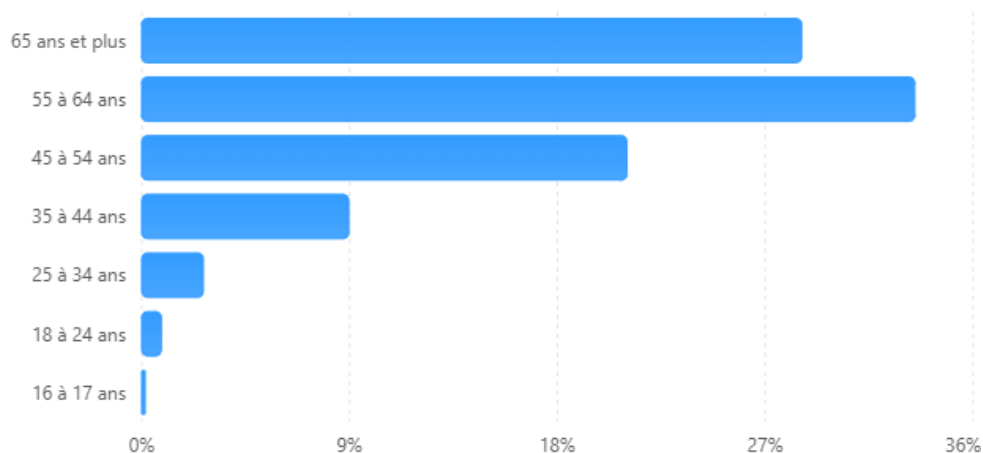
● Appartement en PPE ● Autre ● Maison individuelle
● Maison mitoyenne ou jumelée ● Sans réponse

- 52 % des visiteurs sont propriétaires d'une maison individuelle.
- 18 % possèdent une maison mitoyenne ou jumelée.
- 17 % sont propriétaires d'un appartement en PPE.

- 7 visiteurs sur 10 vivent dans une maison individuelle ou mitoyenne, un public particulièrement concerné par les projets de rénovation, d'amélioration énergétique et d'aménagement extérieur.

Âge des visiteurs Habitat-Jardin 2026

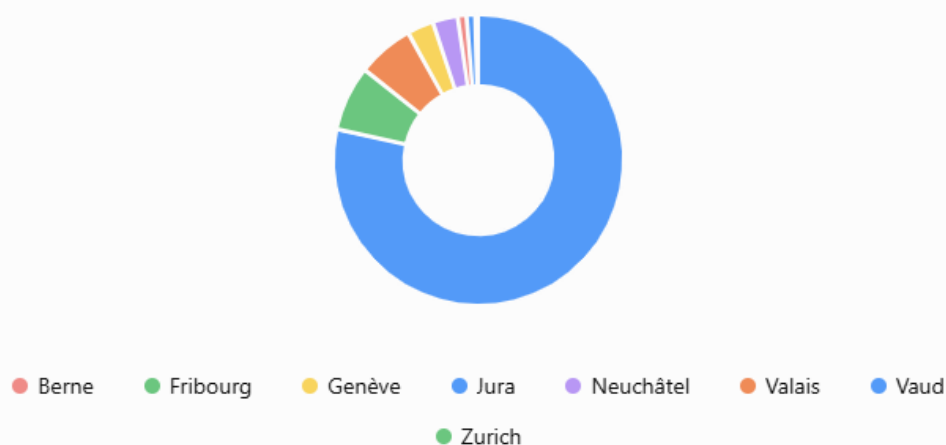
Répartition des visiteurs par tranche d'âge.



- 83 % des visiteurs ont plus de 45 ans.
- 62 % appartiennent à la tranche des 55 ans et plus.
- Près d'un visiteur sur trois est âgé de 65 ans ou plus.

Origine géographique des visiteurs

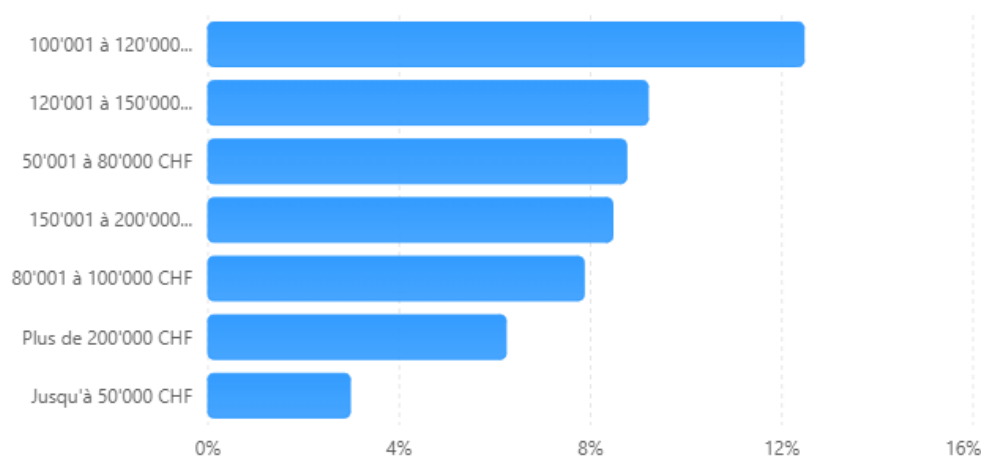
Répartition des visiteurs selon leur canton de résidence.



- 79 % des visiteurs résident dans le canton de Vaud.
- 16 % proviennent des cantons de Fribourg, du Valais, de Genève ou de Neuchâtel.
- Habitat-Jardin confirme son rôle de salon de référence pour les propriétaires romands.

Revenu annuel brut des visiteurs

Répartition des revenus parmi les visiteurs ayant répondu à la question.

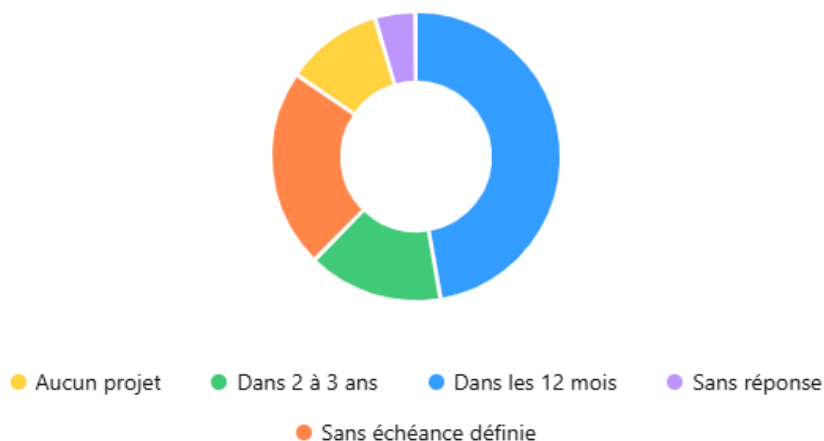


- 44 % des visiteurs n'ont pas souhaité communiquer leur revenu.
- Parmi les répondants, 36 % déclarent un revenu annuel supérieur à CHF 120'000.
- Plus de la moitié des répondants disposent d'un revenu supérieur à CHF 100'000.

Des propriétaires prêts à investir

Projets de travaux des visiteurs

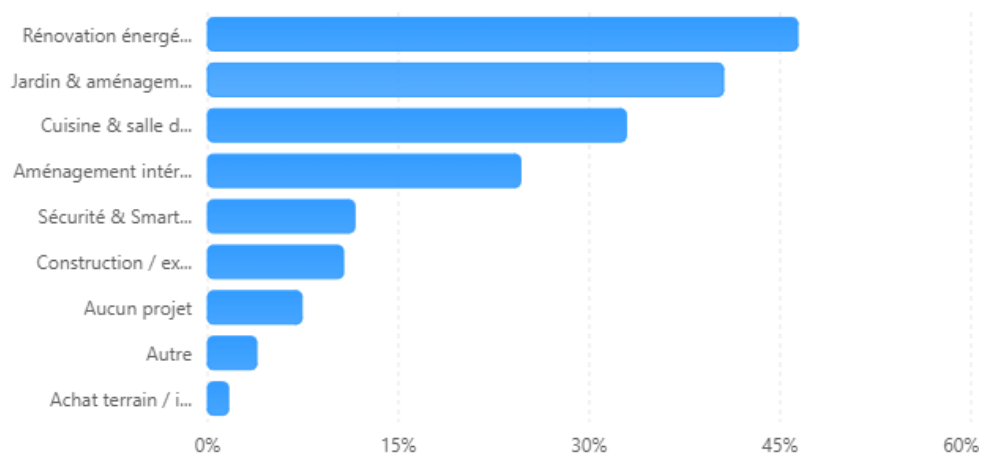
Intentions déclarées pour les 3 prochaines années.



- **85 % envisagent des travaux ou un investissement immobilier.**
- 48 % prévoient de concrétiser leur projet dans les 12 prochains mois.
- 22 % ont un projet sans échéance encore définie.

Les projets des visiteurs Habitat-Jardin 2026

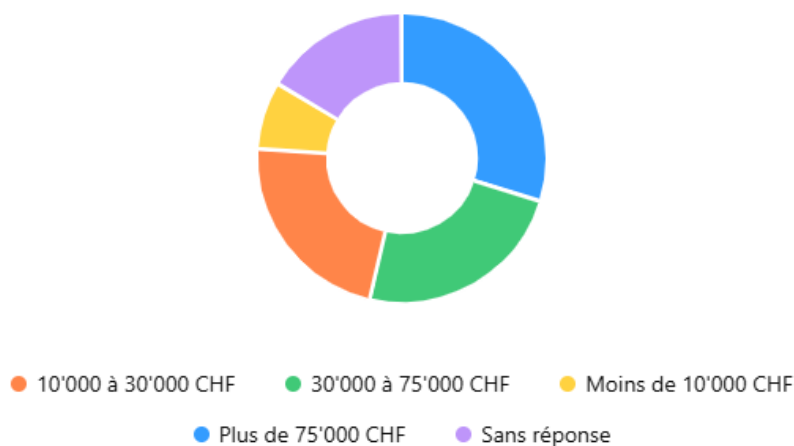
Part des visiteurs ayant déclaré un projet dans chaque domaine.



- 46 % des visiteurs ont un projet de rénovation énergétique.
- 41 % prévoient des aménagements extérieurs.
- 33 % envisagent des travaux de cuisine ou de salle de bains.
- Seulement 7 % déclarent ne pas avoir de projet.

Budget prévu pour les projets

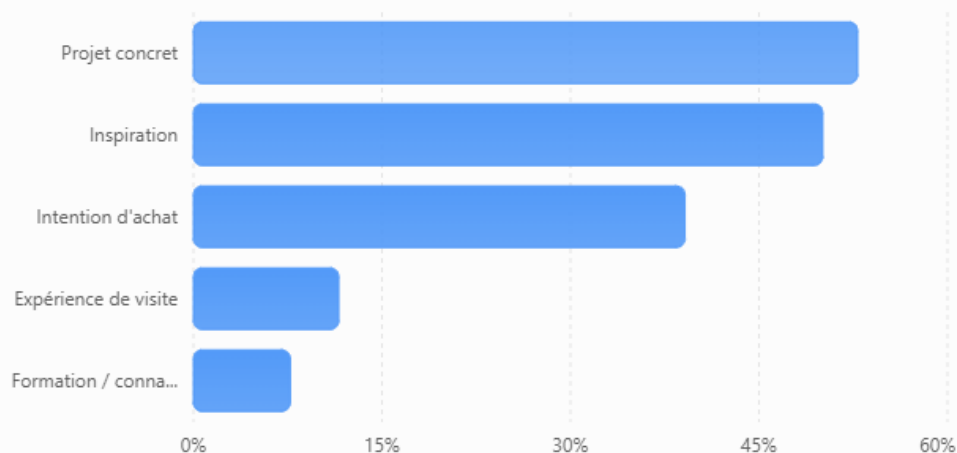
Budget approximatif déclaré par les visiteurs ayant un projet.



- 54 % des visiteurs disposent d'un budget supérieur à CHF 30'000.
- 30 % prévoient un investissement supérieur à CHF 75'000.
- Plus de huit visiteurs sur dix disposent d'un budget supérieur à CHF 10'000.

Les principales motivations de visite

Quelles sont les attentes des visiteurs lorsqu'ils se rendent à Habitat-Jardin ?

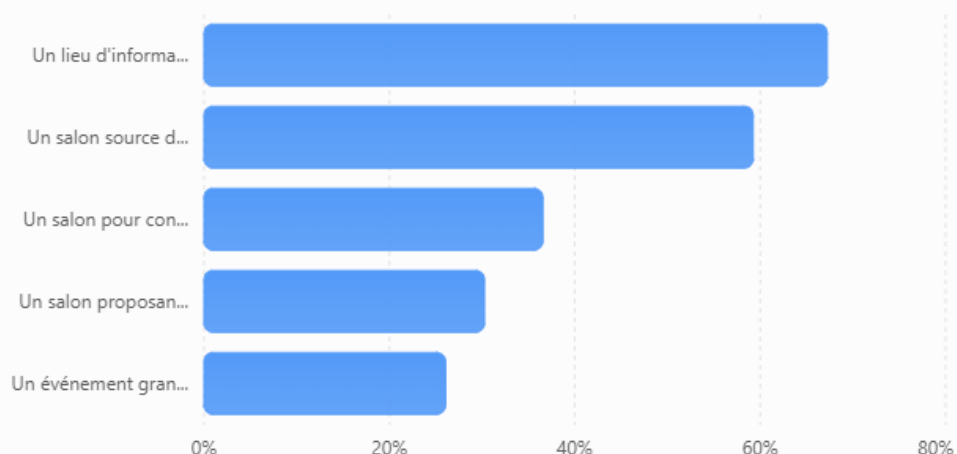


- 53 % se rendent au salon avec un projet concret.
- 50 % viennent chercher de l'inspiration.
- 39 % ont une intention d'achat.
- 15 % recherchent principalement des informations et des conseils.

Le salon où les projets prennent forme

La perception d'Habitat-Jardin par les visiteurs

Les rôles attribués au salon par les visiteurs.



- 67 % considèrent Habitat-Jardin comme un lieu d'information et de conseils.
- 59 % le perçoivent comme une source d'inspiration.
- 36 % viennent pour concrétiser un projet.
- 30 % recherchent des solutions concrètes auprès des exposants.

Adéquation de l'offre aux besoins des visiteurs

Évaluation de la capacité du salon à répondre aux attentes et aux projets des visiteurs.



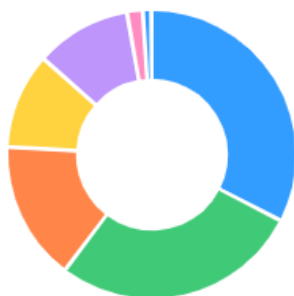
● Partiellement ● Pas du tout ● Plutôt non ● Plutôt oui ● Sans réponse
● Tout à fait

- 32 % estiment que l'offre répond bien ou très bien à leurs besoins.
- 62 % considèrent qu'elle répond au moins partiellement à leurs attentes.
- Seuls 11 % jugent que l'offre ne répond pas à leurs besoins.

Un salon qui génère des affaires

Montant investi par les visiteurs

Achats et commandes réalisés ou engagés pendant le salon.



● 1'001 à 5'000 CHF ● 101 à 500 CHF ● 501 à 1'000 CHF ● 51 à 100 CHF
● Aucun achat ● Jusqu'à 50 CHF ● Plus de 5'000 CHF

- 61 % des visiteurs ont réalisé ou engagé des achats supérieurs à CHF 1'000.
- 33 % ont investi plus de CHF 5'000.
- Seulement 1 % n'a effectué aucun achat.

Investissements prévus après le salon

Montants que les visiteurs prévoient d'investir auprès des exposants dans les 12 mois suivant leur visite.



● 1'001 à 10'000 CHF ● 10'001 à 25'000 CHF ● 25'001 à 100'000 CHF
● Aucun investissement prévu ● Jusqu'à 1'000 CHF ● Sans réponse

- 39 % prévoient encore un investissement supérieur à CHF 1'000 auprès des exposants rencontrés.
- 13 % envisagent un investissement compris entre CHF 25'000 et CHF 100'000.
- Les retombées commerciales d'Habitat-Jardin se poursuivent bien après la fermeture du salon.

Satisfaction et fidélité

Satisfaction globale des visiteurs

Évaluation générale de la visite d'Habitat-Jardin 2026.

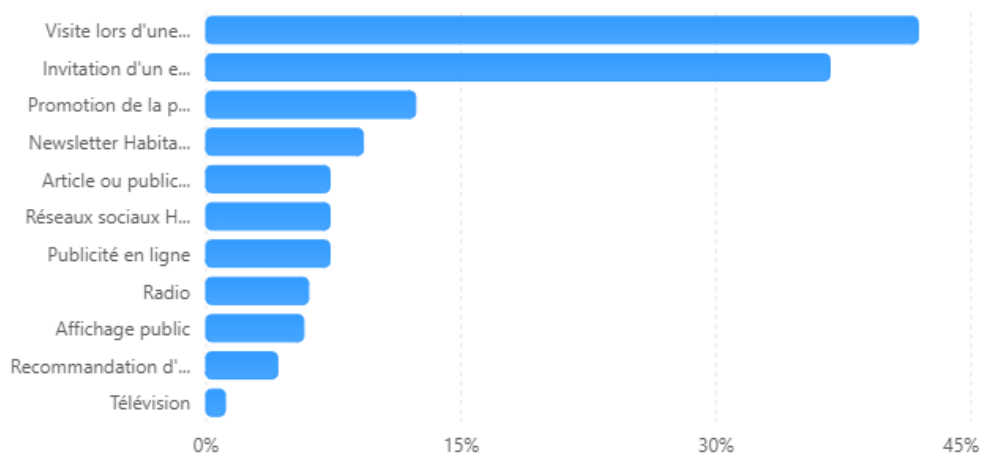


● Pas du tout satisfait ● Peu satisfait ● Plutôt satisfait ● Satisfait
● Très satisfait

- 76 % des visiteurs se déclarent satisfaits ou très satisfaits de leur visite.
- 90 % affichent un niveau de satisfaction au moins moyen.
- La satisfaction moyenne atteint 3,14 / 5.

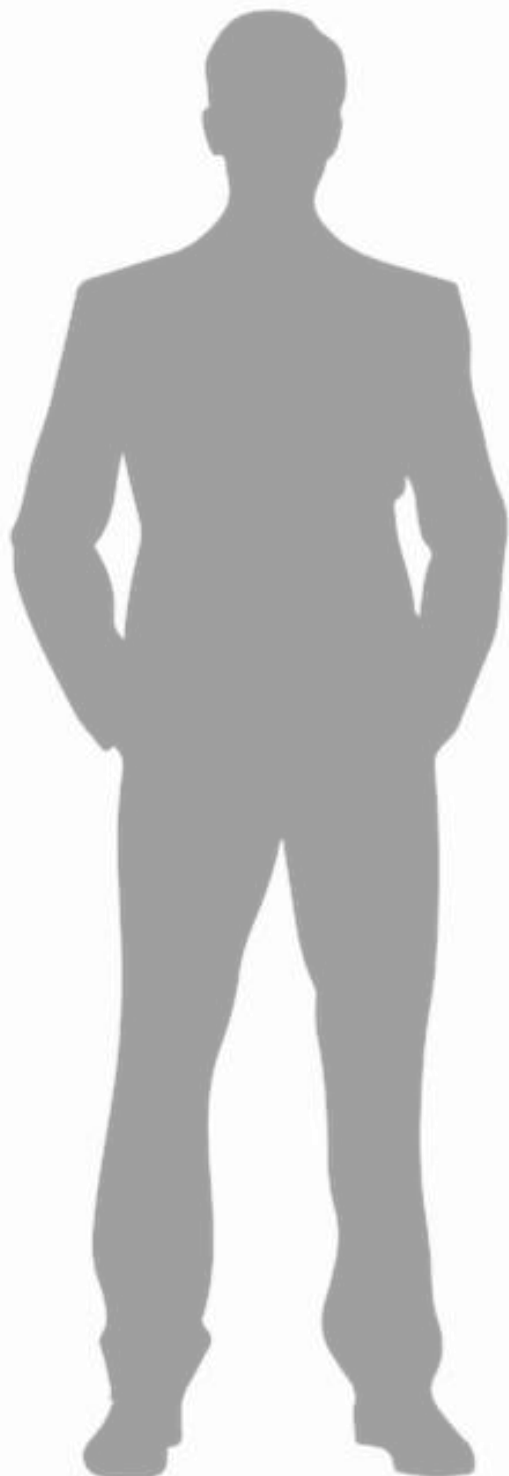
Canaux de découverte d'Habitat-Jardin 2026

Principales sources ayant conduit les visiteurs à se rendre au salon.



- 42 % des visiteurs avaient déjà participé à une précédente édition.
- **37 % ont découvert le salon grâce à l'invitation d'un exposant.**
- 12 % ont connu Habitat-Jardin via la communication d'un exposant.
- Les exposants demeurent le premier levier de recrutement de nouveaux visiteurs.

Le visiteur Habitat-Jardin



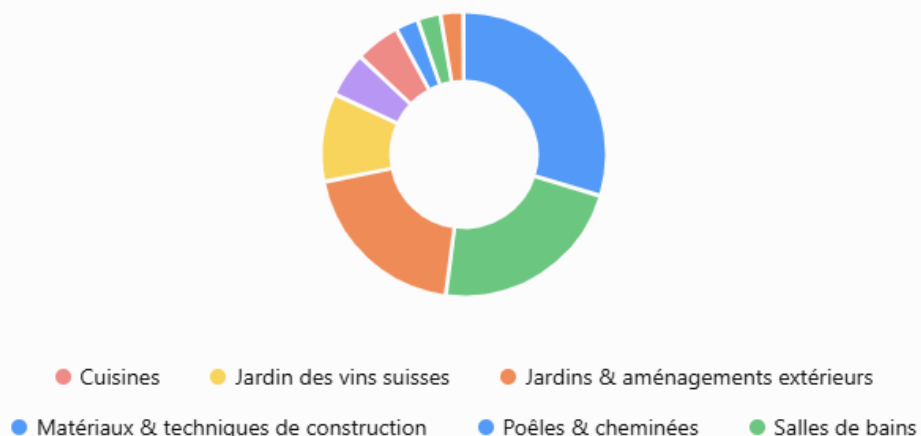
- ✓ 89 % propriétaire
- ✓ 55 ans
- ✓ Maison individuelle
- ✓ Projet dans les 12 mois
- ✓ Budget > CHF 30'000
- ✓ Vaudois
- ✓ Projet énergétique

Enquête exposants 2026

Profil des exposants

Répartition des exposants par secteur d'activité

Secteurs représentés parmi les répondants à l'enquête exposants 2026.

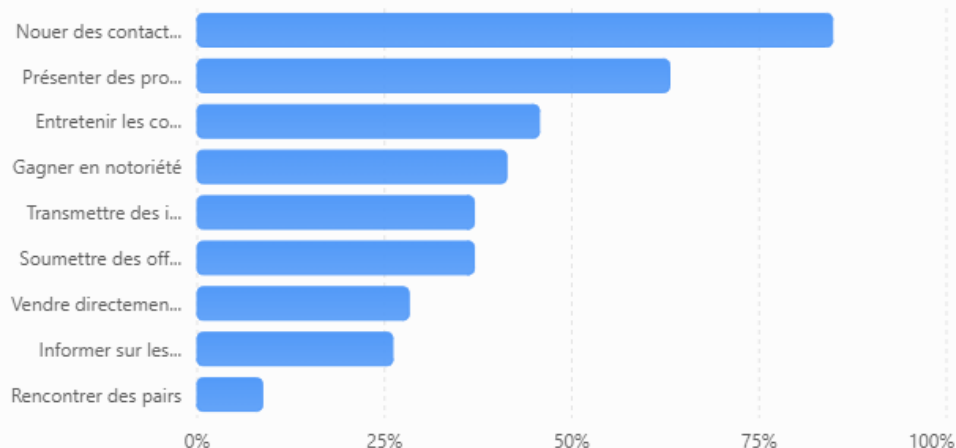


- 63 % des exposants appartiennent aux secteurs de la construction, de l'énergie ou du jardin.
- Près d'un exposant sur cinq est actif dans les solutions énergétiques.

Pourquoi les exposants participent-ils ?

Les objectifs des exposants

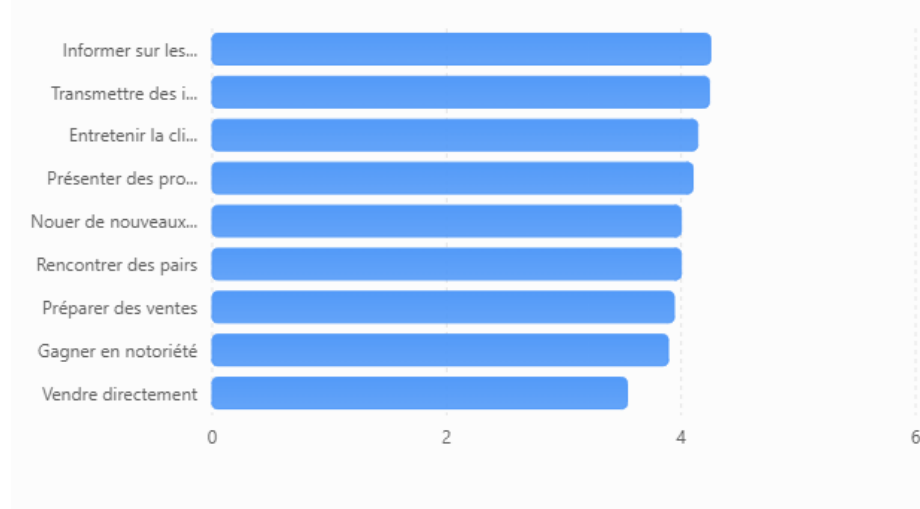
Objectifs poursuivis lors de la participation à Habitat-Jardin 2026.



- 85 % des exposants participent avant tout pour rencontrer de nouveaux clients.
- 63 % souhaitent présenter leurs produits et services à un public qualifié.
- 46 % profitent du salon pour renforcer les liens avec leur clientèle existante.

Atteinte des objectifs des exposants

Note moyenne attribuée par les exposants à l'atteinte de leurs objectifs (sur 5).

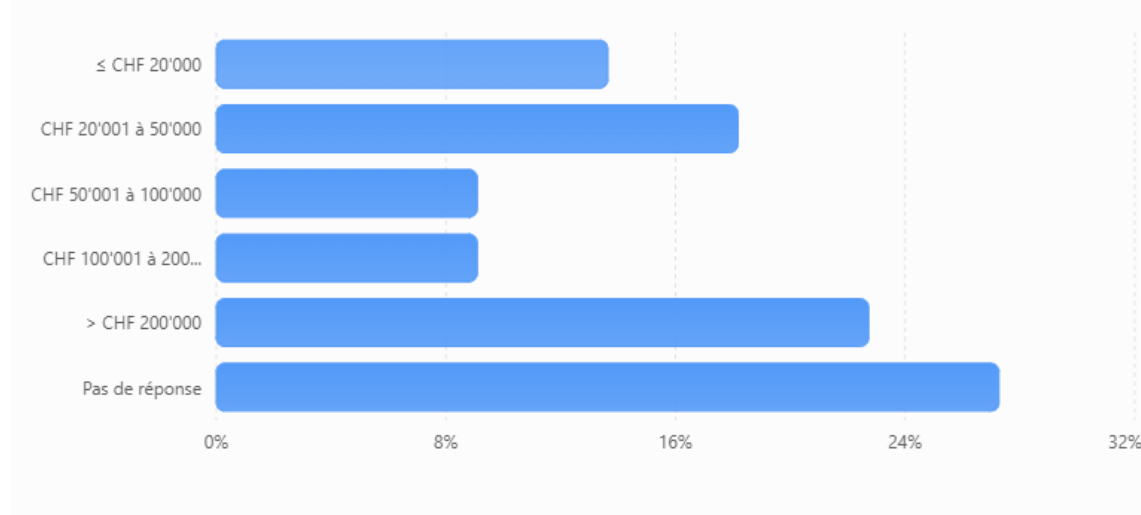


- 4,01 / 5 Note moyenne globale attribuée par les exposants à l'atteinte de leurs objectifs.
- 85 % Des exposants participaient avant tout pour rencontrer de nouveaux clients.
- 4,25 / 5 Note attribuée à la présentation des nouveautés et améliorations.
- 4,00 / 5 Note obtenue pour la création de nouveaux contacts commerciaux.

Des résultats commerciaux concrets

Valeur des ventes attendues

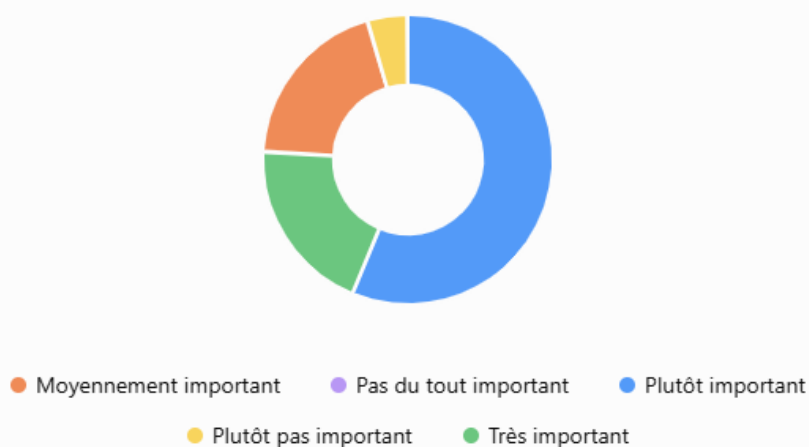
Valeur estimée des ventes générées dans les 12 mois suivant Habitat-Jardin 2026.



- 59 % des exposants ayant répondu estiment réaliser plus de CHF 20'000 de ventes grâce à leur participation.
- 23 % anticipent même des ventes supérieures à CHF 200'000.
- 41 % prévoient des retombées supérieures à CHF 100'000.
- La valeur moyenne des ventes attendues atteint CHF 204'063.
- Aucun exposant n'estime que sa participation ne générera aucune vente.

L'importance d'Habitat-Jardin pour les exposants

Importance accordée au salon par les entreprises exposantes.

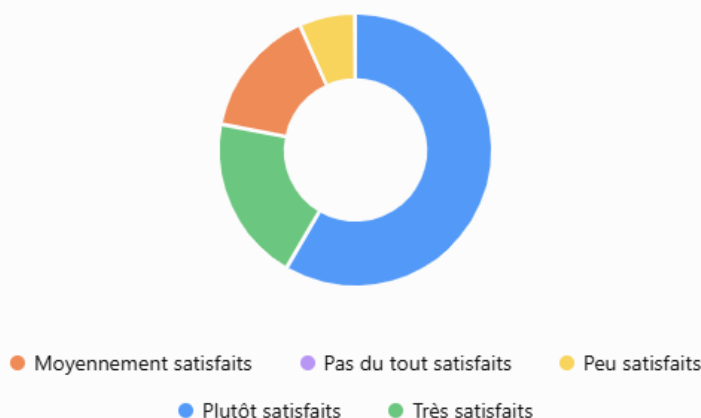


- 76 % des exposants considèrent Habitat-Jardin comme un rendez-vous important ou très important.
- 96 % attribuent au salon une importance au moins moyenne pour leur entreprise.
- Aucun exposant ne considère Habitat-Jardin comme "pas du tout important".

Une expérience plébiscitée

Satisfaction globale des exposants

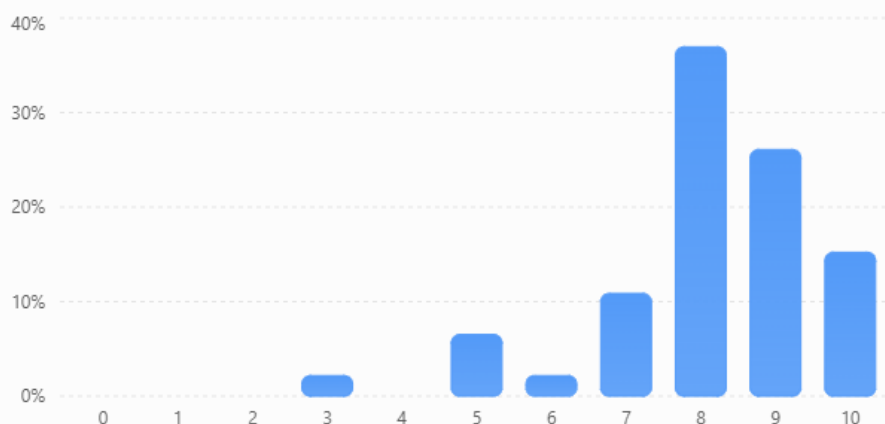
Niveau de satisfaction des exposants concernant leur participation à Habitat-Jardin 2026.



- 78 % des exposants se déclarent plutôt satisfaits ou très satisfaits de leur participation.
- 94 % affichent un niveau de satisfaction au moins moyen.
- Aucun exposant ne se déclare « pas du tout satisfait ».
- 19,6 % des exposants se disent très satisfaits de leur participation.
- La satisfaction moyenne atteint 3,9 / 5, confirmant l'appréciation globale du salon par les entreprises participantes.

Recommandation d'Habitat-Jardin

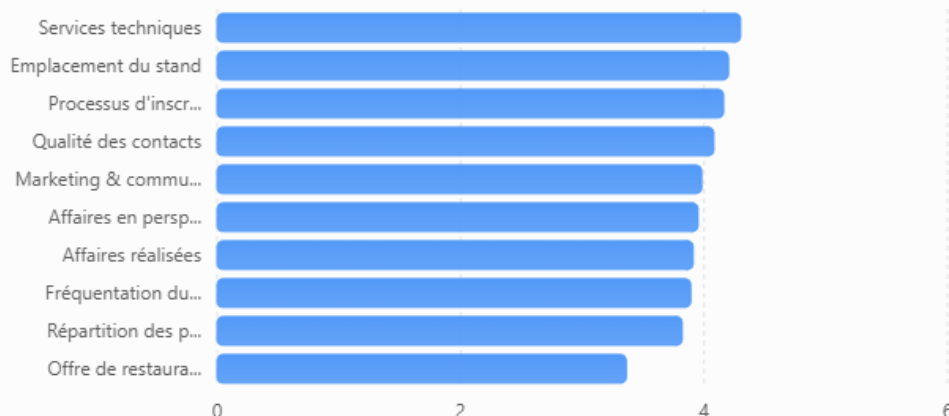
Probabilité que les exposants recommandent Habitat-Jardin à un partenaire ou à un collègue (échelle de 0 à 10).



- 78 % des exposants attribuent une note de recommandation comprise entre 8 et 10.
- 41 % donnent la note maximale de 9 ou 10.
- Aucun exposant n'attribue une note inférieure à 3.
- La note moyenne atteint 8,2 / 10.

Satisfaction des exposants par thème

Note moyenne attribuée par les exposants aux différents aspects de leur participation (sur 5).



- 9 critères sur 10 obtiennent une note moyenne supérieure à 3,8 / 5.
- Les services techniques obtiennent la meilleure évaluation avec 4,30 / 5.
- L'emplacement des stands est noté 4,20 / 5.
- Le processus d'inscription atteint 4,16 / 5.
- La qualité des contacts générés sur les stands est évaluée à 4,08 / 5.
- La note moyenne de l'ensemble des critères atteint 3,97 / 5.

Une communication au service des exposants

Visibilité de la campagne de communication

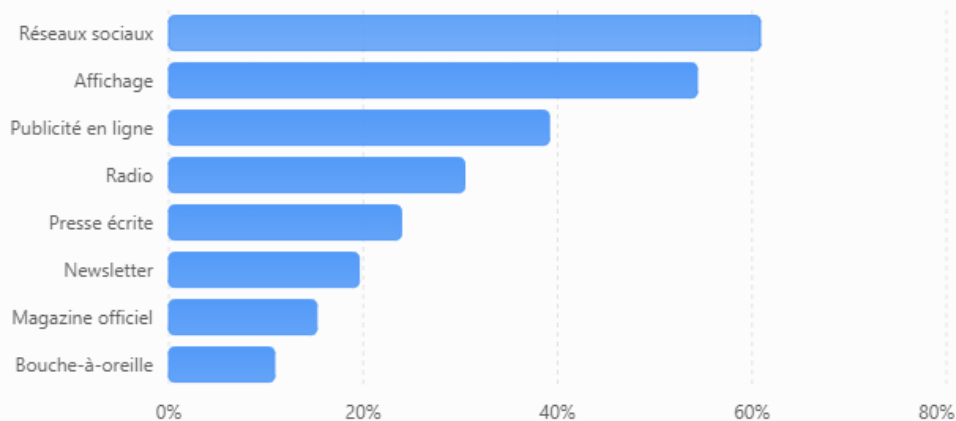
Part des exposants ayant vu ou entendu la campagne publicitaire d'Habitat-Jardin 2026.



- 72 % des exposants déclarent avoir vu ou entendu la campagne publicitaire d'Habitat-Jardin.
- Près de 3 exposants sur 4 ont été exposés à la communication du salon.
- 28 % des exposants indiquent ne pas avoir remarqué la campagne.
- Cette notoriété confirme la visibilité du plan média déployé avant l'ouverture du salon.

Les supports publicitaires les plus remarquables

Canaux sur lesquels les exposants ont vu ou entendu la campagne Habitat-Jardin 2026 (plusieurs réponses possibles).



- 61 % des exposants ont vu la campagne sur les réseaux sociaux.
- 54 % ont remarqué la campagne grâce à l'affichage.
- 39 % déclarent avoir été touchés par la publicité en ligne.
- Près d'un exposant sur trois cite également la radio comme canal de communication.

Utilisation des invitations exposants

Utilisation des invitations mises à disposition des exposants pour inviter leurs clients.



● Non ● Oui, invitations digitales ● Oui, invitations imprimées ● Sans réponse

- 83 % des exposants ont utilisé les invitations offertes par Habitat-Jardin.
- Seuls 13 % des exposants n'ont pas utilisé les invitations mises à leur disposition.

Une fidélité qui se confirme

Intention de participer à Habitat-Jardin 2027

Intentions de réinscription des exposants après l'édition 2026.



● Je ne sais pas encore ● Non ● Oui, avec un stand identique
● Oui, avec un stand plus grand ● Oui, avec un stand plus petit

- **70 % des exposants prévoient déjà de participer à Habitat-Jardin 2027.**
- 13 % envisagent même un stand plus grand.
- 54 % souhaitent conserver un stand de taille identique.
- Seuls 2 % déclarent ne pas souhaiter revenir.
- 28 % sont encore en réflexion au moment de l'enquête.

Revue de presse

15.04.25	Gplus Romandie	Contents
15.04.25	Gplus Romandie	De plus en plus de vert à Beaulieu
17.03.25	24 heures	Le printemps est là, c'est le moment de changer son gazon en prairie fleurie
16.03.25	24heures.ch / 24 heures Online	C'est le moment de changer son gazon en prairie fleurie
14.03.25	Espaces contemporains	HABITAT-JARDIN INSPIRE LES PROPRIÉTAIRES
14.03.25	Espaces contemporains	SALONS
14.03.25	laliberte.ch / La Liberté Online	Chronique jardinage, quel dommage!
14.03.25	mlemedia.ch / Mlemedia	Habitat-Jardin 2025 s'installe à Beaulieu Lausanne
14.03.25	onefm.ch / Radio One FM Online	Que faire à Lausanne ce week-end ? (15-16 mars)
13.03.25	flashleman.ch / Flash Léman - Actualités Franco-Suisse	Habitat-Jardin , l'unique salon en Suisse romande, regroupant les acteurs incontournables de l'habitat du jeudi 13 au dimanche 16 mars 2025, Beaulieu Lausanne
12.03.25	24 heures	Les petits propriétaires dans l'attente de décisions politiques
12.03.25	24heures.ch / 24 heures Online	Les petits propriétaires dans l'attente de décisions politiques
12.03.25	lfm.ch / Radio Lausanne FM Online	Habitat-Jardin a lieu à Beaulieu Lausanne du 13 au 16 mars
12.03.25	lfm.ch / Radio Lausanne FM Online	LFM sera en direct d'Habitat-Jardin ce jeudi 13 mars dès 16h00
01.03.25	Espaces contemporains / Construction & Bâtiment	SALONS
01.03.25	Le Menu / La Cuisine simple et raffinée	ROQUETTE
14.02.25	L'Echo du Gros-de-Vaud	CANTON L'Etat poursuit son action pour la rénovation énergétique des bâtiments
11.02.25	Propriété	Habitat-Jardin 2025 cible les propriétaires
30.01.25	La Région Nord vaudois Hebdo	Gros coup de pouce aux rénovations
29.01.25	Le Courrier	VAUD
28.01.25	bluewin.ch/fr / Bluewin FR - blue News	Vaud alloue 61 millions de francs pour les rénovations énergétiques
(+) 28.01.2025	rhonefm.ch / Rhône FM Online	
(+) 28.01.2025	lfm.ch / Radio Lausanne FM Online	
(+) 28.01.2025	radiolac.ch / Radio Lac Online	
28.01.25	vd.ch / Canton de Vaud	L'État de Vaud poursuit son action en faveur de la rénovation énergétique des bâtiments
16.12.24	Espaces contemporains / Construction & Bâtiment	HABITAT-JARDIN INSPIRE LES PROPRIETAIRES
09.12.24	Tracés	VITRINE
(+) 09.12.2024	Tracés	

28 mentions dans les médias, contre 28 mentions en 2025, selon l'Argus.

Plan média

Décembre	Janvier	Février	Mars
• Presse spécialisée • Construction & Bâtiment • Espaces Contemporains	• Encart Magazine Habitat-Jardin dans Propriété • Newsletters Habitat-Jardin • Relations presse	• Affichage • Partenariat Terre et Nature • BCV • CVI • Présence et campagnes digitales	• Radio • TV • Affichage • Présence et campagnes digitales • Partenaires web

4 mois de campagne de communication

- Plan média multicanal (print, digital, affichage, radio, TV).
- 36'000 abonnés aux newsletters Habitat-Jardin.
- Partenariats médias et institutionnels.
- Campagnes Meta et Google durant plusieurs semaines.
- Présence continue avant et pendant le salon.

Annonces dans la presse écrite

Terre et Nature (partenaire média)	26.févr
Terre et Nature (partenaire média)	05.mars
Terre et Nature h.s. Maison & Jardin	11.mars
24heures	11.mars
Construction & Rénovation	27.nov
Construction & Bâtiment	16.déc
Espaces Contemporains	23.févr
Maisons et Ambiances	26.févr
Propriété	06.févr
espazium revue	06.févr
Le Cafetier	17.févr

Publicités à la radio

LFM (partenaire média)	Sem. 11
Rouge FM	Sem. 11
RTS La Première (sponsoring heure)	Sem. 10
RTS La Première (sponsoring météo)	Sem. 11
Couleur 3 (sponsoring matinale)	Sem. 10 - 11

Publicités à la télévision

Carac 1, 2, 3, 4 et 5	Sem. 11
La Télé (sponsoring émission Entrepreneurs)	Sem. 7-11

Campagne d'affichage

F12 Espace public et Centres commerciaux

Sem. 10 et 11

Communication digitale

Réseaux sociaux	Sem. 1-11
Newsletters Habitat-Jardin (36'000 abonnés)	Sem. 2, 4, 6, 8, 10 et 12
Campagnes Meta + Google	Sem. 3-11
Diverses bannières site web partenaires	Sem. 10-11
Newsletter BCV (50'000 abonnés)	Sem. 7
Newsletter CVI (13'000 membres)	Sem. 8

Conclusion

Pendant près de quatre mois, Habitat-Jardin déploie une communication progressive afin de toucher les propriétaires romands au moment où ils préparent leurs projets. Cette présence régulière renforce la visibilité des exposants avant, pendant et après le salon.

Affiche 2026

HABITAT JARDIN



Investir aujourd'hui pour habiter mieux demain

12-15 mars 2026
Beaulieu Lausanne



www.habitat-jardin.events

Pourquoi exposer à Habitat-Jardin ?

- 89 % de propriétaires.
- 85 % de visiteurs avec un projet.
- CHF 204'000 de ventes attendues en moyenne.
- 78 % d'exposants satisfaits.
- 70 % souhaitent revenir.
- 44 conférences.
- 2 forums.
- 4 pôles conseils.

Habitat-Jardin

Le rendez-vous des propriétaires en quête de solutions concrètes pour leurs projets.