ADNV
DÉVELOPPEMENT
DU NORD VAUDOIS

Rapport d'activités

Message du Président

A l'issue d'une année complète à la présidence de l'ADNV, je suis un président très satisfait. De nombreux chantiers ont été ouverts dès le printemps 2020, date à laquelle le comité exécutif de l'ADNV a décidé de repositionner l'association dans son écosystème après plus de 50 années d'existence. Un travail colossal de fond a été réalisé et se poursuit depuis en parallèle de nos activités quotidiennes.

En 2021, l'ADNV s'est dotée d'une nouvelle organisation interne articulée au sein d'un comité directeur nouvellement constitué et conduit par la directrice générale et quatre directrices d'unités. Nos sept offices du tourisme sont devenus des agences ADNV proposant à la fois les services touristiques et les services économiques dans cet esprit souhaité de proximité et de transversalité.

Le comité exécutif a pris un grand nombre de décisions structurantes dont un investissement significatif dans l'infrastructure informatique indispensable au bon fonctionnement, une politique salariale ou encore une actualisation du règlement du personnel.

Au niveau de la gouvernance, le comité exécutif a également validé la création de trois comités locaux destinés à octroyer du sponsoring. Cette mesure souhaitée par la directrice générale permet de renforcer l'implication des secteurs et des membres dans le fonctionnement de l'association. Il s'agit d'ores et déjà d'un succès, le nombre enregistré de candidatures à ces comités a été largement plus élevé que les 33 places à disposition.

Au second semestre, la composition du comité exécutif de l'ADNV a été modifiée suite aux élections communales et nous avons accueilli les Syndics d'Yverdon-les-Bains, d'Orbe et de Champagne, en remplacement de Madame Corinne Tallichet Blanc ainsi que de Messieurs Jean-Daniel Carrard et Henri Germond. Qu'ils soient ici remerciés chaleureusement pour leur engagement au sein de l'ADNV.

Monsieur le Syndic Cédric Roten a été nommé vice-président et le Syndic d'Yverdon, Monsieur Pierre Dessemontet a repris la présidence du comité de pilotage du projet SGZA.

Nos locaux ont aussi bénéficié d'une attention particulière. Notre siège sis à la Place de la Tannerie 1 à Yverdon a fait l'objet de travaux de rénovation, grâce à la parfaite collaboration avec la Maison du Nord Vaudois SA, propriétaire des locaux et notre nouvelle agence d'Orbe a été installée grâce aux excellentes synergies avec la Commune d'Orbe.

Avec la fin progressive des mesures sanitaires liées à la pandémie, nous avons pu réunir à deux reprises les collaborateurs à l'occasion de deux évènements récréatifs qui ont permis de renforcer la culture d'entreprise commune à nos différentes expertises.

Le programme de visites clients auprès des entreprises a également pu débuter, tout comme les présentations de l'ADNV par la directrice générale auprès des municipalités.

Ces trois dernières années ont été intenses et dans un contexte fortement impacté par la pandémie, l'ADNV a continué sa mission au service d'une région dont le potentiel ne peut qu'être exploité plus intensément encore.

Depuis 2019, ce sont plus de CHF 4.5 millions de francs que notre association a contribué à aller chercher auprès du Département de l'économie de l'Etat de Vaud. Nul doute que grâce aux évolutions mises en œuvre, ce montant ne fera qu'évoluer positivement au fil des prochaines années.

L'année 2022 a débuté par la validation de la stratégie 2022-2026 dont les éléments saillants seront présentés lors de l'assemblée générale du 22 juin. Suivront d'autres mesures de fond comme la poursuite des mesures de communication et de transparence financière.

Je remercie mes collègues du comité exécutif ainsi que toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs de l'ADNV pour leur travail et leur soutien.

Je me réjouis également de l'engagement de nos membres dans le cadre de la mission de l'ADNV et de sa nouvelle dynamique.

Au nom du comité exécutif, je leur adresse nos plus vifs remerciements.

Stéphane Costantini
Président de l'ADNV

Message de la Directrice générale

A nouveau une très belle et intense année pour l'ADNV ! Une année seulement après la validation de la nouvelle orientation souhaitée par le comité exécutif, où la transparence, la transversalité et la proximité avec ses membres sont les axes majeurs, l'association peut déjà annoncer que plus de 80% de cette mise en place est réalisée.

Si une partie importante de cette évolution se déroule en interne, elle est toutefois essentielle pour que l'ADNV déploie pleinement son potentiel dans les années à venir. En 2021, l'ADNV – sans cesser de poursuivre ses activités ordinaires – a mis en place une nouvelle organisation interne qui ne laisse désormais plus de place au cloisonnement de ses expertises et qui implique tous les métiers, les compétences et les échelons de ceux qui la composent. Les questions que nous nous sommes le plus posées cette année sont : est-ce notre rôle ? quel impact cette tâche a-t-elle sur notre région ? qui doit la réaliser ? comment devons-nous la réaliser ?

Après 53 ans d'existence, l'ADNV a largement fait ses preuves de son utilité et elle s'est nourrie de tous ceux qui y ont travaillé et de tous les membres qui, à un moment ou un autre, d'une façon ou d'une autre, ont contribué à ce qu'elle est aujourd'hui. En 2021, son plein potentiel est-il déployé et surtout correspond-il aux besoins de ses membres ?

Pour répondre à ces questions et envisager la poursuite d'un avenir radieux, il a été nécessaire de reconstituer le puzzle de l'ADNV. Questionner, règlementer, expliquer, préciser, définir, fixer des objectifs, motiver, impliquer, (...), voici quelques-unes des tâches qui ont été réalisées avec les efforts de chacun des collaborateurs de l'ADNV, du soutien du comité exécutif et des apports de nos membres désireux de contribuer à cette évolution.

Désormais, les équipes ADNV ont toutes la mission de valoriser le travail qu'elles font et ceci dans un cadre défini où chacun sait qu'il a un rôle à jouer dans nos succès. Les graines de la culture d'entreprise plantées avec la nouvelle identité graphique en 2020 déjà, ont germé. Les 40 collaborateurs de l'ADNV se connaissent désormais, échangent et travaillent ensemble, indépendamment de leurs lieux de travail ou de leurs expertises.

Le travail n'est pas terminé, car co-construire une « nouvelle ADNV » en mode start-up, tout en poursuivant notre rôle d'utilité régionale n'est pas simple tous les jours, car il interroge assurément et bouscule parfois des certitudes et des croyances. Les équipes ADNV peuvent être fières de ce qu'elles ont accompli en 2021 ! Les soutiens externes que nous avons reçus dans cette tâche de redynamisation de l'ADNV nous ont encouragés dans les moments les plus ardus.

A l'externe, c'est-à-dire avec nos membres et nos partenaires, un important travail a également été fait. Nous avons en particulier eu le bonheur que les candidatures aux comités locaux soient bien plus nombreuses que le nombre de places disponibles, témoignant ainsi de l'intérêt de nos membres à prendre part encore plus activement aux décisions et soulignant la confiance qu'ils nous portent.

Le programme de visites clients annoncé a été lancé à la fin de l'année, visant la réalisation ambitieuse de 200 contacts annuels. L'objectif étant de présenter notre rôle et nos compétences aux entreprises et partenaires, en particulier sur les possibilités de financement exogènes. Les premières expériences de 2022, laissent entrevoir que des ajustements internes devront encore être mis en œuvre pour favoriser davantage la transformation de ces visites en projets ou en subventions. Celles-ci interviendront d'ici 2023. Nous devrons encore faire preuve d'agilité dans l'adaptation de nos descriptifs de fonction.

Dans nos trois expertises, l'état d'esprit est l'amélioration continue, y compris lorsqu'il s'agit de tester pour voir si cela fonctionne à satisfaction et quel que soit le résultat, il n'y a pas d'échec mais une expérience qui permet de se renforcer.

Le lancement de nos réseaux sociaux est un succès, tout comme notre concept « Pèdze »* et en particulier notre carte de rabais pour touristes. Nos indicateurs d'activités et de performances ont été lancés et dès 2023 nous pourrons vous fournir les premiers éléments dans notre prochain rapport d'activités.

Certains membres ont demandé des exemples de ce à quoi ils peuvent prétendre à travers nos services. Ils ont raison, l'ADNV doit encore mieux se vendre, or ceci n'était pas ancré dans la culture ADNV avant 2019 et depuis cette date nous nous y employons, pas après pas. Les rencontres qui ont pu avoir lieu avec certaines Municipalités et plusieurs membres privés ont contribué à rendre notre rôle plus transparent, tout comme notre site internet et la brochure de présentation qu'il propose.

Au cours de 2021, la prudence financière a été de mise tout comme en 2020. D'une part afin de garantir le paiement intégral des salaires alors que la pandémie sévissait encore et que les RHT nous étaient refusés, mais d'autre part également afin d'établir la pertinence des charges récurrentes et investir l'argent confié par nos membres avec discernement. Un de nos rôles est d'accompagner en vue d'une autonomisation d'un projet, d'une manifestation, aussi, il a parfois fallu expliquer que les aides financières de l'ADNV étaient ponctuelles.

Il y a encore du travail – et notamment ces derniers 20% qui sont probablement les moins simples – afin d'atteindre le niveau d'efficience attendu de notre association compte tenu des ressources et compétences qu'elle a en son sein. La communication systématique avec les membres, fortement pénalisée durant les deux années de crise sanitaire, pourra être mise en place au travers de séances d'information itinérantes sur le territoire. La poursuite de la transparence financière, notamment dans le domaine touristique reste un des enjeux de la période 2022-2026, il est question pour nous de mesurer notre impact sur la croissance de ce secteur.

Enfin la stimulation des membres comme porteurs de projets est aussi un enjeu majeur, car l'ADNV ne peut rien faire seule mais seulement avec les partenaires qui veulent contribuer à développer la région.

Je ne peux être qu'enthousiaste car cette ADNV est – comme je le dis depuis ma prise de fonction – un diamant, un outil de travail, des ressources, des compétences incroyables pour une région singulière et pour laquelle on ne peut qu'avoir envie de travailler.

Merci à mes équipes d'aimer autant travailler au sein de cette ADNV, merci au comité exécutif de son soutien constant et motivant, merci à toutes les personnes qui soutiennent cette ADNV !

Nadia Mettraux
Directrice générale

**Concept « Pèdze », car il faut stimuler nos publics cibles à « pèdzer » dans le Nord vaudois et à y consommer !*

Tissu économique

En 2021, ce sont 44 entreprises qui ont reçu un **accompagnement de la part de l'ADNV**, en baisse de 13 unités par rapport à 2019 (année sans COVID). **27 entreprises sont installées dans la région**. Les types de soutien apportés à ces entreprises sont de la recherche de terrains ou locaux, l'organisation d'évènements, des conseils fiscaux, de la recherche de financement, des conseils en création d'entreprise, des conseils en médiation ou de la coordination de projet.

Parmi ces entreprises, 15 étaient potentiellement éligibles à des demandes LADE. L'accompagnement de ces 44 entreprises a représenté environ **100 jours de travail** pour l'ADNV.

Les entreprises accompagnées sont issues de classification NOGA* suivantes :
**Nomenclature générale des activités économiques*

- Agriculture, sylviculture, pêche
- Industrie manufacturière
- Construction
- Commerce, réparation d'automobiles et de motocycles
- Transports et entreposage
- Hébergement et restauration
- Information et communication
- Activités immobilières
- Activités spécialisées, scientifiques et techniques
- Enseignement
- Santé humaine et action sociale
- Arts, spectacles et activités récréatives
- Autres activités de services

L'ADNV a également lancé son programme de **visites clients entreprises** en fin d'année. Les objectifs de ces visites sont **d'intensifier nos contacts** avec les entreprises du Nord vaudois, **augmenter la visibilité** de la nouvelle ADNV et des services que nous pouvons offrir à nos membres ainsi que **d'informer les acteurs** économiques des **possibilités de subventions** existantes pour les soutenir dans le développement de leurs projets. A l'heure actuelle c'est une dizaine de collaborateurs qui réalise cette mission et qui acquiert progressivement les compétences métiers et sociales pour le faire.

La validation des **préavis LADE** (Loi sur l'appui au développement économique) est une des prérogatives du Comité exécutif qui autorise le dépôt auprès de l'Etat de Vaud.

Quatorze préavis sollicitant des **aides à fonds perdus** ont été transmis au Service de la promotion de l'économie et de l'innovation du Canton de Vaud (SPEI), pour un montant total de **CHF 2'385'435**. Neuf de ces préavis ont d'ores et déjà reçu un retour positif, bénéficiant d'un montant total de **CHF 1'612'335**.

Les préavis concernent les domaines suivants : plan de mobilité, frais de fonctionnement, culture, sport, aides au développement économique.

Un **préavis** sollicitant un **prêt** de CHF 100'000 a en outre été octroyé par le SPEI.

Pour mémoire, la première édition du **Forum économie Nord Vaudois** (FENV) a eu lieu en 2019 à Sainte-Croix. La deuxième édition a pu avoir lieu le 7 octobre à Yvonand et a accueilli un total de 175 personnes autour du **thème « De la crise à la reprise ».** Les participants ont pu assister aux interventions de 6 orateurs : le Pr. Didier Pittet (HUG), le Pr. Didier Trono (EPFL), Madame Françoise Favre (Service de l'Emploi), Monsieur André Berdoz (USAM), Monsieur Didier Muller (BCV) et Monsieur Jean-François Mattmann (Mattmann Optique).

La manifestation est également l'occasion de remettre chaque année le **prix « PEPS »** (EntrePrendre avec succès) qui récompense à hauteur de CHF 2'000 (sponsoring de la BCV), un projet novateur développé dans la région. En 2021, c'est l'entreprise « **Les balcons partagés » à Sainte-Croix qui a été récompensée.**

L'ADNV soutient financièrement et coordonne la manifestation au travers de nombreuses ressources mises à disposition, notamment un chef de projet qui met en œuvre les décisions d'un **comité d'organisation composé de différents partenaires et soutiens de la région.**

Le **sponsoring de l'ADNV** a été encore marqué par la crise puisque de nombreuses manifestations ou projets ont été annulés. De ce fait, notre soutien au titre de sponsoring s'est élevé à **CHF 36'673**, pour des montants allant de CHF 50 à CHF 7'000. Les **33 bénéficiaires** sont tous horizons professionnels (agriculture, divertissement, sport, robotique, culture, ...).

L'ADNV soutient historiquement **le programme d'appui aux apprentis (AppApp)** en collaboration avec le Groupement pour l'apprentissage (GPA). Nous avons achevé l'année scolaire 2020-2021 avec **24 groupes** ouverts et près de **100 apprentis** domiciliés dans le Nord vaudois. Les modules ouverts dans notre région se sont déroulés à Yverdon-les-Bains (23) et à Orbe (1). Au niveau du canton de Vaud, 151 groupes ont été ouverts et 657 apprentis ont bénéficié des appuis. Concernant les répétiteurs, 14 étaient domiciliés dans le Nord vaudois et 26 suivaient des cours à la HEIG-VD à Yverdon-les-Bains.

L'accompagnement d'entreprises face aux **problématiques de la crise** s'est considérablement réduit en 2021. Alors qu'en 2020 au plus fort de la pandémie, l'ADNV a réalisé plus de 400 contacts, nous avons constaté que les mécanismes de soutien étaient désormais assimilés et utilisés à bon escient. En 2021, ce sont **une petite centaine d'entreprises** qui ont ponctuellement pris contact avec nous, essentiellement pour confirmer l'exactitude d'une démarche.

Le **Développement professionnel** CGPI collabore avec 130 institutions d'accueil, sur tout le territoire vaudois, dont 40 Communes, 3 groupements hospitaliers (eHnv, HIB et HRC), diverses Fondations et Associations actives dans l'accompagnement de publics de tous âges (garderies, institutions socio-éducatives, EMS & CAT), réparties sur 200 sites et offrant un panel de 140 métiers différents.

Cette année encore la pandémie liée au COVID nous a contraint d'adapter notre suivi des participants en fermant pendant plusieurs mois nos ateliers de recherche d'emploi (ARE) en présentiel, et de poursuivre le suivi à distance de manière individuel. La reprise en présentiel et en groupe a pu se faire de manière progressive en groupe avec la mise en place de plan de protection sanitaire. La situation sanitaire a eu un impact direct sur la **commande qui a été atteinte à 70% pour cette année** (base moyenne de 110 places/années).

Le **nombre d'assignation totale pour l'année est de 642** dont 10% des participants à nos mesures PET ont retrouvés un emploi.

Tant nos institutions partenaires que les participants aux mesures d'insertion que nous organisons, se déclarent majoritairement satisfaits de nos services. Les ORP apprécient l'effort fait par le Développement Professionnel CGPI dans la recherche de **solutions parfois « sur mesure »** pour les participants qui, en temps normal, ne correspondent pas au profil prévu.

Suite à la mise en ligne de notre nouvelle base de données sur File Maker en 2020, les divers processus et échanges d'informations ont pu être amélioré et nous permet de réduire la charge administrative. Cette année encore des améliorations ont pu être apportées à notre base de données pour correspondre toujours plus à notre métier, ceci en collaboration avec Arc Emploi. Une amélioration continue est prévue en 2022.

Tissu touristique

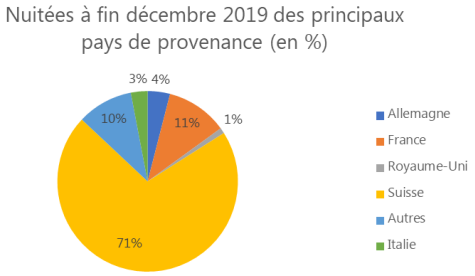
En 2021, un retour à la **quasi-normalité** a été constaté. Les établissements hôteliers situés dans le secteur de Sainte-Croix / Les Rasses ont bénéficié d'une excellente année. A noter également l'ouverture ou le changement d'exploitation de divers établissements (Hôtel de la Concorde à Vallorbe, Hôtel Vigata et Y-Hostel à Yverdon-les-Bains, La Maison Blanche à Pomy, Hôtel Bellevue à Onnens). L'évolution sanitaire aura probablement un impact sur l'année 2022.

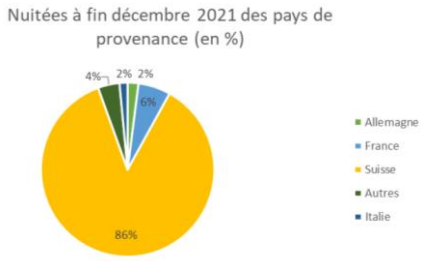
	2019	2020	2021	Évolution 2020 – 2021 en %
Nuitées hôtelières Nord vaudois	116'505	96'196	135'462	+41%
Nuitées camping (passages)	83'333	97'212	42'398*	-56.4%*
Nuitées hébergements de groupes / backpackers	39'935	14'936	18'299*	+22.5%*

A l'heure de l'établissement du rapport d'activités, l'ensemble des chiffres de nuitées pour les campings ne nous ont pas été transmis.* ***L'année 2021 aura été durement marquée par les inondations dues aux violentes crues du Lac de Neuchâtel, ce qui a rendu impossible les séjours dans les campings concernés.*

*** A l'heure de l'établissement du rapport d'activités, l'ensemble des chiffres de nuitées pour les hébergements de groupes ne nous ont pas été transmis. L'année 2021 aura été meilleure que 2020, les mesures sanitaires pour les voyages de groupe ayant été peu à peu allégée. Néanmoins, les chiffres restent en dessous d'une année standard sans crise sanitaire*

Comme observé en 2020, le Nord vaudois a été plébiscité par le **public essentiellement suisse** en 2021. En comparaison à une année hors Covid, on constate une **augmentation du marché suisse de +15%** (+2% comparé à 2020). Au niveau de la provenance des hôtes étrangers, les demandes ont fortement été impactées au vu des restrictions sanitaires qui limitaient les voyages. Les marchés français, allemand, et italien représentent au total une diminution de 8% comparé à 2019. Les graphiques ci-après présentent les provenances des visiteurs en 2019 et 2021 dans le Nord vaudois.





En 2021, les visiteurs ont repris le chemin des **sites touristiques** du Nord vaudois. Les chiffres laissent apparaitre une nette amélioration par rapport à 2020, mais sont **encore en retrait** par rapport à une année sans crise sanitaire.

Entrées dans les sites touristiques (y compris piscines du Centre Thermal)	2019	2020	2021	Évolution 2020 - 2021	Évolution en %
Entrées totales	507'746	343'190	349'986*	+6'796*	+2%*

**A l'heure de l'établissement du rapport d'activités, l'ensemble des chiffres pour certains principaux sites touristiques ne nous ont pas été transmis.*

Promotion

En 2021, le Nord vaudois aura profité d'une présence principalement dans les médias suisses, la crise du COVID étant toujours d'actualité. Le partenariat relations publiques conclu avec l'agence Gretz Communication AG, en collaboration avec la section Nord vaudois d'HotellerieSuisse, a abouti à une **quarantaine d'articles dans la presse écrite et digitale suisse alémanique, pour une valeur RP totale de CHF 827'654. L'ADNV investit chaque année CHF 15'000 dans cette mesure.**

L'ADNV a coordonné **18 visites de presse en accueillant 46 journalistes.** Ces visites de presse sont principalement organisées en collaboration avec Vaud Promotion (13) et J3L (2). Il y a également eu 3 visites de presse organisées en direct avec le journaliste. 5 autres visites de presse étaient prévues, mais ont dû malheureusement être annulées à cause du COVID-19 (2 visites devaient accueillir des journalistes étrangers en provenance de France et d'Allemagne). Les journalistes sont principalement de Suisse-allemande, France et Allemagne. Nous avons également eu des journalistes d'Italie. Toutes les visites de presse ont concerné plusieurs secteurs du Nord vaudois.

L'association a continué à intensifier les actions de **communication digitale** à travers ses réseaux sociaux nouvellement créés (mi-2020) avec par exemple des jeux-concours ou des publications permettant de mettre en avant ses activités ainsi que celles de ses partenaires. Ces publications attractives ont permis d'augmenter de manière réjouissante le nombre d'abonnés sur les différents réseaux. **Fin 2021, les comptes de l'ADNV recensaient 599 abonnés sur Facebook (+103%), 733 sur Instagram (+123%) et 353 sur LinkedIn (+62%).**

Parmi ces activités, il faut relever l'organisation du **premier concours du calendrier ADNV de l'Avent**, avec 25 lots ou packages à gagner (activités et séjours auprès de prestataires de la région). Cette action a enthousiasmé les visiteurs et participants au jeu, relevant notamment la **qualité des lots à gagner et le fait que ceux-ci leur permettent de découvrir et consommer dans la région.** À elle seule, cette action a permis **d'acquérir 393 nouveaux utilisateurs** de nos réseaux sociaux.

La publication ayant eu le plus de succès sans appui financier est l'annonce pour la recherche de guides tuk-tuk sur Facebook avec plus de 8'400 vues, 158 réactions (likes, partages, ...) et 382 clics sur le lien de l'annonce.

Le contenu sponsorisé pour l'évènement **Coop Rando** à Sainte-Croix/Les Rasses sur Facebook a quant à lui obtenu plus de 23'400 vues (dont près de 5'000 en organique), presque 600 clics sur la publication et généré près de 50 réactions (likes, partages, ...). Pour Instagram il s'agit de la publication pour annoncer le début de concours calendrier de l'Avent avec plus de 1'600 vues et 100 réactions.

Les réseaux sociaux de la **marque touristique « Yverdon-Les-Bains Région »** sont établis depuis quelques années déjà et comptent **8'597 abonnés sur Facebook et 3'089 sur Instagram** fin 2021. Les comptes « d'Yverdon-les-Bains Région » sont utilisés pour les publications habituelles sur l'annonce d'évènements, la mise en avant de certaines activités et des photos de paysages. La publication ayant rencontré le plus de succès en 2021 est l'annonce relayée de l'action de soutien aux restaurateurs mis en place par la ville d'Yverdon-les-Bains avec plus de 15'000 personnes touchées et 500 interactions ainsi que 1'430 clics sur le lien.

Le site web yverdonlesbainsregion.ch, a comptabilisé 287'952 sessions (+10%) pour **210'305 visiteurs** (+12%) et 603'681 pages vues (+5%). Le site fait actuellement l'objet d'un **projet interne afin de le rendre plus attractif** et pratique. La fin de ce projet est planifiée pour la fin de 2022.

2021 a également vu le **renforcement du concept « Pèdze »** destiné à stimuler les activités de loisirs tant pour les habitants de la région, que les visiteurs occasionnels ou les touristes. Désormais ce sont trois volets de ce concept qui cohabitent :

- La plateforme www.pedzepass.ch (lancée en 2020) qui permet à des partenaires d'activités, de loisirs et du commerce de **publier gratuitement leur publicité ou une offre spéciale**. En 2021, un montant de CHF 15'000 a été investi auprès de la LFM pour promouvoir par un spot audio original, le site, chaque fin de semaine de mi-juin jusqu'à la fin de l'été.
  Cet investissement s'est révélé efficient puisqu'à ce jour la recherche « activités dans le Nord vaudois » sur Google **recense le site www.pedzepass.ch devant celui de la marque touristique www.yverdonlesbainsregion.ch** !
  La plateforme a également fait l'objet de promotion dans le magazine été numéro 29 de loisirs.ch. Afin de mesure plus précisément l'impact de cette plateforme, **un projet d'évolution informatique est en cours pour une mise en œuvre envisagée en 2023.**
- Afin de **stimuler la consommation régionale des prestataires du Nord vaudois**, le nouveau concept **« Pèdze Gratte »** a vu le jour fin juin. L'édition tous ménages du 24 juin du quotidien La Région était accompagnée d'une **carte à gratter où 604 activités et cadeaux** (tour en montgolfière, carte journalière sur le lac, session de karting, entrée aux grottes de Vallorbe, glaces, séjours dans la région, ..., pour une **valeur de plus de CHF 20'000** étaient offertes en collaboration avec des partenaires de la région.
  Il faut relever que **tous les partenaires contactés ont accepté immédiatement cette promotion, allant parfois jusqu'à nous offrir les bons cadeaux.**

- Enfin, l'ADNV a lancé la **carte de rabais pour touristes « Pèdze Card ».** Sous forme d'un carnet remis gratuitement par les hôtes (hôtels, B&B et campings) à leurs clients, la carte proposait **12 activités ou achats à prix réduit (la plupart à 50%).**
  Les trois activités les plus consommées ont été : les glaces, le centre thermal, le karting.
  Distribuée à près de **27'000 exemplaires** sur la base des commandes des établissements de séjour et malgré l'impact de la pluie et des crues qui ont fortement impacté l'été, plus de **2'102 achats ont été réalisés grâce à cette carte**, ceci sans compter les achats complémentaires réalisés.
  La totalité des coûts de cette action ont été pris en charge par l'ADNV grâce aux économies réalisées sur le budget ordinaire de l'année précédente.

« En 2021, je (re)découvre le Nord vaudois ! », c'est avec cette accroche que l'ADNV a, pour la première fois, mis en place un **concept global de 58 visites guidées** sur le territoire du Nord vaudois, entre mai et décembre. Tout le programme a été organisé et mis en place avec des tarifs communs et une seule communication, ce qui ne s'était jamais fait sous cette forme et de manière coordonnée jusqu'à présent. Au total, 37 visites guidées différentes ont pu avoir lieu et 275 personnes y ont pris part.
Le **bilan financier de cette opération est toutefois encore négatif pour un investissement de CHF 11'600 et un revenu de CHF 9'272.** Nous visons l'équilibre financier en 2023 en apportant des améliorations du programme afin de renforcer l'attractivité.

En collaboration avec la société « Unique Gaming Partners » pour le développement d'une édition « Nord vaudoise » du célèbre jeu de société « Monopoly », l'ADNV, a coordonné à l'élaboration du jeu avec les partenaires de la région. Le **Monopoly Nord vaudois** a été commercialisé en novembre et il est possible de s'en procurer dans les agences ADNV.

En collaboration avec la Brasserie artisanale de Giez (b.a.g), l'ADNV a participé à **l'élaboration et la promotion d'une bière à destination des chalets d'alpage.** L'association a notamment financé la réalisation de l'étiquette (CHF 630) afin de diminuer le prix de vente. L'action est un **succès puisque 12 chalets ont proposé ce produit à leur clientèle et que 3'900 bouteilles ont été vendues.** L'action sera rééditée en 2022.

Collaborations promotionnelles

En collaboration avec Vaud Promotion, l'ADNV a :

Promu la **saison hivernale** au travers de notamment :

- Création du magazine « Vivre » hiver de Vaud Promotion
- Création d'un supplément hiver dans le Canton de Vaud avec encartage dans « L'Illustré » et « Schweizer Illustrierte »
- Campagne réseaux sociaux
- Spot TV

Promu la **saison estivale** sur le thème de l'eau, sous le slogan « Passez en mode Vaud » au travers de :

- Vaud à la Carte : Carte d'une valeur de CHF 100 offerte pour chaque réservation d'au moins 2 nuits dans les hôtels partenaires du Canton de Vaud entre le 1er juin et le 31 octobre 2021.
    - Photoshooting sur les plages de sable à Yvonand
    - Les photos ont été utilisées pour une massive campagne d'affichage en Suisse allemande (Berne, Zürich, Bâle, Lucerne et St-Gall).
- Création d'un magazine présentant l'offre estivale vaudoise, encarté dans le Sonntagszeitung.
- Podcast « Fréquence Vaudoise » à la Grande Cariçaie

Dans le cadre de la **promotion touristique et de la mobilité**, l'ADNV a financé l'inscription d'une offre combinée pour les 4 sites vallorbiers sur le site railawy.ch (CFF). Cette offre est promue auprès de toutes les écoles de Suisse par Railaway. Le montant investi pour cette offre est de CHF 2000. Le nombre de personnes ayant participé à cette action est de :

- 152 enfants
- 28 jeunes (16-25 ans)
- 3 adultes

En collaboration avec VaudLoisirs et lancée par l'Etat de Vaud et Mobilis, la campagne VaudLoisirs a été lancée à la fin juin. Son but : proposer des activités de loisirs accessibles en transports publics ou des événements spécifiques de promotion de la mobilité durable sur le site internet Vaudloisirs et les réseaux sociaux de la campagne. Coordonné par l'ADNV, une dizaine d'activités et d'offres dans le Nord vaudois ont été proposées sur cette plateforme. Au total, cette campagne a permis à près de 40'000 usagers de bénéficier de trajets à prix réduits grâce aux deux offres Mobilis proposées en 2021. Le site internet de la campagne a quant à lui totalisé près de 160'000 visites, avec plus de 500 activités publiées.

En collaboration avec Jura 3 Lacs, l'ADNV a :

- Promu la **nature et le slow tourisme**, au travers d'une brochure (19'000 exemplaires) diffusée par les CFF
- Promu la **saison hivernale** à travers le site internet et les réseaux sociaux de Jura 3 Lacs
- Promu la **filière truffière**, avec le tournage d'un sport vidéo sur l'activité « cours de cavage et cuisine de la truffe »
- Promu les **activités automnales** dans le journal « Terre & Nature » du 7 octobre (20'000 exemplaires, 100'000 lecteurs)

En collaboration avec Suisse Tourisme, l'ADNV a :

- Promu le « Girl Power », à l'occasion de la journée internationale de la femme
- Promu la période estivale au travers de la campagne « J'ai besoin de Suisse » pour laquelle un reportage photos a été réalisé dans les Gorges de l'Orbe et à la Brasserie La Concorde
- Promu les hébergements bénéficiant d'un panorama imprenable sur le ciel étoilé, au travers de l'Hôtel du Chasseron et ses deux chambres « pop-up » insolites, les tonneaux habitables.
- Promu la période de l'Avent au niveau Suisse grâce à laquelle le Nord vaudois a pu faire gagner le lot du tirage au sort du 2 décembre, au travers d'un package découverte de 2 nuits au Grand Hôtel des Bains, une visite guidée d'Yerdon à la lueur des lanternes et un cours de cavage et de cuisine de la truffe notamment.

Publications

En 2021, l'ADNV a sorti plusieurs imprimés à vocation touristique :

- Plan de balades Sainte-Croix / Les Rasses (nouveauté)
- Plan de balades Yvonand (nouveauté)
- Réimpression de la brochure Cyclotourisme
- Mise à jour du flyer des 4 sites touristiques de Vallorbe

Présences promotionnelles

Malgré la situation sanitaire, l'ADNV a pu participer à diverses présences promotionnelles avec un stand au cours de l'année 2021 :

- Fête de la Nature à Orbe, mai 2021
- Caves ouvertes vaudoises, septembre 2021
- Rallye RAID du Sud à Yverdon-les-Bains, septembre 2021
- Marché aux Truffes de Bonvillars, octobre 2021

Grands projets

Le 13 novembre 2020, l'ADNV avait convié la presse pour annoncer l'accueil de la franchise **Spartan Race**, leader mondial de course à obstacles, dans le Nord vaudois en juin 2021. Courant février 2021, les conditions sanitaires ont forcé le comité d'organisation à repousser l'évènement au 11 juin 2022. Néanmoins, un grand travail d'organisation locale aura été effectué par l'ADNV durant l'année 2021.

L'ADNV coordonne l'événement, en collaboration avec les Communes de Sainte-Croix, Bullet et Yverdon-les-Bains. Des nombreuses retombées économiques sont espérées, avec la participation d'environ 2'500 coureurs suisses et internationaux ainsi qu'environ 500 nuitées. La manifestation de "teasing", nommée "Spartan Workout Tour" est prévue à Yverdon-les-Bains le 14 mai 2022

Le programme de **signalétique touristique** régionale, initié par l'ADNV et développé à l'échelle du Nord vaudois dans les destinations pilotes de Grandson, Orbe, Romainmôtier, Sainte-Croix/Les Rasses, Vallorbe, Yverdon-les-Bains et Yvonand, s'est poursuivi en 2021. A l'heure d'écrire ces lignes, l'inauguration des premiers panneaux d'accueil le long des axes d'entrée principaux est en cours de finalisation.

Quelques éléments clés de ce projet :

Mesure n°1 - Renouvellement des panneaux d'accueil
7 groupes de travail coordonnés par l'ADNV, 27 communes concernés
Coût : CHF 400'000
Calendrier : pose des premiers panneaux dès le mois de juin 2022

Mesure n°2 - Adaptation du guidage routier
Adaptation de la signalisation routière aux résultats de la phase d'étude avec notamment 773 pôles retenus et 437 emplacements identifiés représentant le traitement de 996 panneaux à modifier ou aménager.
1 groupe de travail pour chacune des 18 communes concernées

Mesure n°3 - Elaboration d'un concept régional de signalisation piétonne
Réalisation d'un concept spécifique aux déplacement piétons, uniformisé à l'échelle du Nord vaudois. Le concept définira les règles et principes en lien avec notamment le mobilier (design, matériaux), le contenu et développement graphique, les emplacements et les travaux (production, aménagement).
1 groupe de travail régional piloté par l'ADNV, 19 communes concernées
Calendrier : démarrage du projet en 2022

Autant pour la phase d'étude que pour la mise en œuvre, l'ADNV et les communes impliquées bénéficient de l'accompagnement du bureau Signaxis Sàrl. L'ensemble du projet est devisé à environ **CHF 1,3 million**, dont 50% de co-financement cantonal obtenu par l'ADNV auprès du Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI) au titre de la LADE-LPR (Loi cantonale sur l'appui au développement économique - Loi fédérale sur la politique régionale).

L'avancement du projet **Masterplan – tourisme 4 saisons du Balcon du Jura** se poursuit depuis l'engagement d'un chef de projet au 1er décembre 2020.

La première action a été la **mise à jour des objectifs du projet dont les documents d'analyse préliminaire dataient de 2015**. A ce jour, plus de 40 partenaires touristiques ont été rencontrés et 5 axes de développement prioritaires confirmés : Organisation & synergies, Offre (infrastructures & manifestations), Mobilité, Mise en scène et Hébergement.

En août 2021, suite aux élections communales, un comité de pilotage du Masterplan a été mis en place, sa composition est la suivante :

- Cédric Roten, syndic de Sainte-Croix et président du COPIL
- Maude Gonthier, syndique de Bullet et vice-présidente du COPIL
- Yvan Pahud, municipale en charge du tourisme à Sainte-Croix
- Fanny Tinguely, municipale en charge du tourisme à Bullet
- Lisa Juniat, directrice de l'unité Agences de l'ADNV
- Mathias Vallat, responsable économico-touristique et adjoint de l'unité Agences de l'ADNV

Le COPIL s'est réuni à 3 reprises (27 août, 8 octobre, 7 décembre). Lors des séances, il s'assure que les **projets et mesures proposées par le chef de projet correspondent non seulement aux besoins du terrain**, mais aussi à la stratégie de développement définie par l'ADNV. Le rôle du COPIL est de présélectionner les projets et étapes essentielles, d'identifier les investissements nécessaires, d'analyser les capacités financières et organisationnelles. Il se charge également de la surveillance et de la coordination du déroulement des projets et des actions définis afin d'assurer la communication autour du projet.

Le 4 novembre 2021, une **séance d'information publique** s'est tenue à Sainte-Croix. Cette présentation avait pour but de présenter les objectifs du projet ainsi que le rôle des porteurs du projet (Communes) et celui de l'ADNV en tant qu'accompagnateur. La séance a été suivie par une centaine de participants qui ont pu faire part de leurs remarques, questions ou idées en lien avec le développement touristique du Balcon du Jura.

Finances

Les comptes 2021 (disponibles en annexe) ont été révisés fin mars par notre fiduciaire mandatée (Fiduciaire Fidaceb SA à Yverdon-les-Bains). Le Comité exécutif les a préavisés favorablement dans sa séance du 13 avril dernier. La commission de gestion en a fait de même lors de sa séance du 31 mai (voir le rapport de la commission en annexe).

Membres 2021

Au cours de l'année, nous avons enregistré **14 démissions et 19 adhésions.**

Les motifs de démissions sont : fermeture du magasin, renonciation de fonction, déménagement de l'entreprise hors du Nord vaudois, liquidation, réduction des coûts, dissolution de société, réorientation de l'activité, cessation d'activité et radiation.

Les adhésions proviennent des domaines du bâtiment, de la ferblanterie, agricole, de la mécanique, du pharmaceutique, de l'hospitalier, aide/conseils aux entreprises, transports routiers de personnes et marchandises, restauration, vente de produit de la région, livraisons avec véhicules électriques, de l'art et du spectacle.

Note de conclusion

Le rapport d'activités de l'ADNV mentionne les principales actions de l'association durant un exercice. Toutefois, il n'en révèle pas l'exhaustivité et la diversité, la multitude de tâches réalisées ne pouvant être contenues dans un nombre restreint de pages. Aussi, le comité directeur souhaite mentionner l'implication de l'association dans le projet de mise en œuvre du Système de gestion d'activités (SGZA), différents organes ou conseils d'administration d'institutions phares du Nord vaudois, la collaboration sur différents projets avec la HEIG-VD ou le CPNV tout comme avec la CODEV qui regroupe les autres organismes régionaux, l'association des directeurs des Offices du tourisme vaudois et plusieurs Départements de l'Etat de Vaud.

Annexes

- Comptes 2021
- Rapport de la commission de gestion