



ADNV

DÉVELOPPEMENT
DU NORD VAUDOIS

Rapport annuel 2024

Structure

1. Mot du Président
2. Mot de la Directrice générale
3. Administration, finances et personnel
4. Activités et projets
5. Tourisme
6. Entreprises
7. Insertion professionnelle





1. Mot du Président



2024 restera comme une année spéciale à bien des égards. A l'heure de rédiger ces lignes, il m'est agréable de parler des réussites d'une Association sereine qui facilite le développement économique d'une grande région, riche de bien des atouts.

Un des événements marquants de l'année est bien entendu la finalisation des travaux en lien avec la nouvelle organisation touristique régionale pour laquelle 68 communes sur 70 ont paraphé une convention de financement fondée sur un mécanisme uniformisé de calcul des contributions. Les accords de partenariat avec les entités privées sont en cours d'élaboration. Au sein du comité exécutif nous n'avons pas ménagé nos efforts pour rencontrer, expliquer et collaborer avec les autorités communales afin de fédérer les forces au niveau de toute une région.

L'autre grand succès notable est la stabilité de nos démarches dans la recherche de financements auprès du Canton de Vaud, au titre de la Loi sur l'appui au développement économique (LADE). Si cette année a été exceptionnelle, avec plus de 3 millions de francs de demandes déposées, c'est surtout la constance des 4 dernières années, à plus de 2 millions de francs par exercice, qui doit être soulignée.

2

De manière plus globale, toutes les compétences et activités de l'ADNV ont encore progressé cette année, proposant des nouveautés qui offrent des plus-values à l'écosystème économique et touristique du Nord vaudois.

Je peux citer pêle-mêle, la première campagne d'envergure de promotion du territoire en Suisse alémanique, un troisième succès d'affilée pour la Spartan Race que nous remettons désormais entre les mains de la Commune de Sainte-Croix, des visiteurs de nos sites internet et des suiveurs de nos réseaux sociaux toujours plus nombreux, un nouveau concept des « portes-ouvertes de l'ADNV » qui permettra d'aller à la rencontre des entreprises du district, un premier point d'informations touristiques activé à Grandson et les suivants qui sont en passe d'être organisés selon les souhaits des communes, une nouvelle carte vélo/VTT, nos trois comités locaux qui ont sponsorisé 75 projets pour plus de 100'000 francs ou encore l'augmentation des prestations au profit de l'insertion professionnelle !

L'ADNV, ce sont 29 collaboratrices et collaborateurs, qui réalisent près de 40'000 heures de travail durant l'année, ainsi que 7 membres d'un Comité exécutif; que toutes ces personnes soient ici remerciées pour leur efficacité et leur engagement en faveur de la région.

Enfin, aux 70 communes, aux 405 membres privés et aux différents partenaires et prestataires, j'adresse ma gratitude pour leur soutien et leur reconnaissance du travail effectué par l'ADNV.

Stéphane Costantini
Président





2. Mot de la Directrice générale



Depuis 56 ans l'ADNV a toujours gardé le même cap. Celui de la stimulation d'un territoire et de la cohésion régionale. A travers les décennies, les enjeux ont varié, les crises ont bouleversé les habitudes, la digitalisation a accéléré le rythme et mis sous pression les modèles d'affaires. A chaque époque, l'ADNV s'est adaptée, inéluctablement pour le bien commun.

Depuis ses origines et l'idée visionnaire de ses fondateurs, l'ADNV mise sur l'intelligence collective pour stimuler l'économie en déployant des actions génériques et non spécifiques. Si les intérêts et les besoins des acteurs régionaux divergent parfois, les actions de l'ADNV ont, elles, inlassablement, le même objectif, semer des graines pour qu'elles germent au bénéfice de la région.

Dans ce monde qui évolue constamment, notre Association est un acteur énergique qui crée et stimule des opportunités pour qu'ensuite les membres fassent un choix qui peut faciliter, modifier ou renforcer leur modèle économique, engendrer un nouveau marché, conquérir des clients, développer un produit, trouver de nouveaux partenaires et créer des emplois.

3

La stabilité de la performance de l'Association se retrouve tant dans les chiffres que dans les actions déployées ou que dans son état d'esprit. Travailler pour la région dans un contexte où tant de partenaires sont satisfaits des prestations fournies, confère à l'ADNV et à ceux qui y travaillent, une sérénité appréciable pour poursuivre la mission confiée.

Une autre constante existe depuis 56 ans. L'ADNV n'a jamais été pensée pour être omnisciente et c'est pourquoi les succès qui sont enregistrés sont systématiquement le fruit de collaborations saines où parfois les partenaires ont changé les contours de leurs projets ou de leurs attentes à la lumière des recommandations de l'ADNV ou à l'inverse où parfois l'ADNV est allée chercher d'autres solutions, convaincue par la pertinence des objectifs du partenaire.

L'ADNV ne peut pas agir sur la météo, ne dispose pas de malles pleines d'argent, n'a pas de boule magique de voyante, ne définit pas les règles d'éligibilité des dispositions légales, mais elle fait du bien et beaucoup de bien pour le Nord vaudois, depuis 56 ans.

Merci à tous les partenaires des réussites de l'ADNV.

Nadia Mettraux
Directrice générale





3. Administration, finances et personnel

Administration

En 2024, l'administration centrale de l'ADNV a répondu à 295 appels, envoyé plus de 1'300 emails via la boîte générale de l'association et expédié plus de 1'100 courriers. Parmi ces courriers, 391 ont été adressés à de nouvelles entreprises s'installant dans le Nord vaudois afin de faire connaître notre association et nos prestations.

Cette année, l'administration centrale a organisé 3 événements visant à rassembler les collaborateurs de l'ADNV. Elle a par ailleurs participé à l'organisation de 5 événements ou séances d'informations destinés à l'externe.

2024 a également marqué l'arrivée des infos-communes. Ayant pour but d'améliorer la communication directe entre l'ADNV et les communes, 2 courriers ont été envoyés au cours de l'année afin de présenter les chiffres clés de la période ainsi qu'une sélection des actions menées par nos équipes. Cette communication se verra encore renforcée en 2025, avec des informations encore plus régulières tant au niveau global de l'activité que pour les activités spécifiques du tourisme. Ces infos appelées « info bleu » et « info rouge » sont disponibles tous les deux mois sur notre site internet <https://adnv.ch/actualites/>.

L'administration s'est également chargée de la partie administrative des Comités locaux ADNV qui se sont réunis 4 fois dans l'année pour chaque comité (Orbe, Sainte-Croix et Yverdon-les-Bains).

Finances

Les comptes 2024 sont délivrés en annexe.

Personnel

En 2024, trois événements internes ont été organisés afin de réunir les collaborateurs : la Galette des Rois, le Barbecue des familles et le repas de fin d'année.

La première édition de notre Newsletter interne a été envoyées aux collaborateurs, elle contient des communications sur la vie du personnel, des informations importantes à ne pas manquer, des mises à jour concernant les changements RH, les jubilées, etc.

Le règlement du personnel a été mis à jour pour sa validation par le comité exécutif prévue début 2025.

Nous clôturons l'année avec un total de 26 collaborateurs, auxquels s'ajoute une personne en mandat, représentant un équivalent plein temps (EPT) de 21,8. L'ADNV compte environ 70 % de femmes et 30 % d'hommes, avec une moyenne d'âge de 40,3 ans et une ancienneté moyenne de 6,2 ans.

De plus, l'ADNV termine l'année avec le recrutement en cours de son ou sa futur-e apprenti-e employé-e de commerce pour la rentrée scolaire 2025. Cet engagement est en collaboration avec l'Association de la Région du Gros-de-Vaud (ARGdV) se trouvant à Echallens, qui accueillera l'apprenti-e la moitié du temps, ceci afin de garantir une formation diversifiée, stimulante et enrichissante.





Le nombre d'heures de travail réalisées au 31.12.2024 est de 32'492, dont 9'252 pour l'insertion professionnelle.

En 2024, nous n'enregistrons aucun jour d'absence pour cause d'accident.

Par ailleurs, notre ligne de personne de confiance, administrée anonymement par le Corporate Health Service de la Vaudoise Assurance et mise à disposition des collaborateurs pour des difficultés tant d'ordre personnel que professionnel, n'a pas été sollicitée durant l'année.

4. Activités et projets

Loi sur l'appui au développement économique (LADE)

La validation des **préavis LADE** est une des prérogatives de l'ADNV pour son territoire de compétence et du Comité exécutif qui autorise le dépôt auprès de l'Etat de Vaud.

Dix-sept préavis sollicitant des **subventions** 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 3'337'877** dont CHF 1'000'000 en prêt, le solde en aide à fonds perdus. La valeur totale des projets s'élève à CHF 24'275'100, le taux d'intervention est donc de 13.75%.

Les préavis concernent les domaines suivants : Etudes, frais de fonctionnement, culture, tourisme, aides au développement économique.

La liste des préavis déposés par l'ADNV est consultable sur

<https://www.vd.ch/themes/economie/developpement-regional/projets-cofinances/>.

Comités locaux ADNV

Au travers de ses 3 comités locaux, l'ADNV a subventionné 74 projets pour un montant total de CHF 101'000.

La liste des projets subventionnés est consultable sur

https://adnv.ch/app/uploads/2025/01/2024_Comites-locaux_Montants-octroyes.pdf

Sur 74 projets soutenus, 7 étaient destinés à l'économie et le reste au tourisme majoritairement pour des événements (57).

Spartan

Pour la troisième édition consécutive, la course d'obstacle SPARTAN s'est tenue à Ste-Croix au mois de juin. À l'instar des années précédentes, la compétition a connu un grand succès, confirmé par une fréquentation en hausse de 15%. Cet événement continue également à s'imposer à l'international avec plus de 500 participants étrangers, venant de 18 pays différents.

La période d'accompagnement de l'ADNV qui s'est déroulée sur trois années s'achève sur ce joli succès. Désormais rodée, la manifestation sera reprise dès 2025 par les communes de Sainte-Croix et Bullet, l'ADNV restant partenaire de cet événement régional, notamment en termes de promotion.





Dans le cadre de la promotion de la Spartan Sainte-Croix 2024, l'ADNV a publié 16 posts sur ses réseaux sociaux, générant environ 729 interactions (likes et partages) sur Facebook et LinkedIn, et 26 000 vues sur Instagram. Les 19 stories Instagram liées à l'événement ont totalisé 6 112 vues.

Deux publications de l'influenceuse Whitney Toyloy ont également contribué à la visibilité, avec 1 041 likes, 150 commentaires, et 37 611 vues.

En complément, la page dédiée à l'événement sur le site internet de l'ADNV a enregistré 1,7k vues.

Concernant la communication pour l'événement nous avons publié 9 posts sur nos réseaux sociaux ADNV, générant un total de 3840 vues.

Grandson-Morat 2026

La commémoration des batailles de Grandson et Morat lors des Guerres de Bourgogne aura lieu en 2026. Une association intercantonale, composée des communes de Grandson et Morat, de l'ADNV et de Morat Tourisme a été constituée en 2022.

Cette année, le groupe de travail s'est rencontré régulièrement afin de continuer les préparatifs. Les partenariats avec les différentes manifestations locales ont été finalisés, permettant la création d'un calendrier commun. Les recherches de financement arrivent également à terme. Des demandes de soutien ont été transmises aux autorités politiques et à certaines structures privées afin de garantir le fonctionnement de l'association et une programmation de qualité en 2026. Finalement, un mandat externe a été approuvé par le comité pour garantir une communication efficace des célébrations. Une équipe composée des équipes de Morat Tourisme et de l'ADNV en sera responsable.

Secrets du Nord vaudois

En 2024, l'ADNV a lancé « Secrets du Nord vaudois », une initiative innovante visant à valoriser le patrimoine local grâce à des médailles connectées. Placées dans des lieux stratégiques, ces médailles permettent aux visiteurs et habitants d'accéder à des récits historiques via un simple scan de code QR. Une expérience immersive et interactive pour (re)découvrir le patrimoine régional au travers de récits captivants, anecdotes inédites et secrets bien gardés.

Après une phase pilote réussie, avec l'inauguration des parcours de Vuiteboeuf et Cuarny, le projet poursuit son déploiement en 2025, renforçant l'attractivité régionale et le lien entre la population et son patrimoine.

Signalétique

Le programme de signalisation touristique régionale suit son cours. Initié et coordonné par l'ADNV, ce projet de longue haleine concerne les principaux chefs-lieux touristiques du Nord vaudois. Deux mesures devraient arriver à terme d'ici fin 2025 : « adaptation du guidage routier aux résultats de l'étude » et « développement d'un concept régional de signalisation piétonne ».



En 2024, on peut souligner les réalisations suivantes :

- Finalisation du guidage routier dans les communes de Bullet, Grandson, Molondin et Orbe, portant le nombre de communes ayant terminé cette mesure à huit. Lancement des travaux dans quatre nouvelles communes.
- Installation de sept nouveaux panneaux d'accueil aux principales entrées de la ville d'Orbe.
- Définition d'un concept régional de signalisation piétonne avec les communes pilotes. Le concept doit maintenant être décliné sur des prototypes qui seront installés courant 2025.

Scènes flottantes

L'association Scènes Flottantes - Trois-Lacs, née en 2023 et dont l'ADNV occupe la vice-présidence, a pour but de stimuler la création d'événements à la surface et autour de nos lacs, créant ainsi une nouvelle dynamique culturelle et touristique dans la région des Trois-Lacs. Ce projet réunit actuellement 8 institutions et bénéficie du soutien de 4 cantons.

En 2024, l'association a inscrit une équipe au programme de test d'idées à fort potentiel "Inkubator", permettant d'entamer une réflexion pour identifier le projet phare autour duquel articuler la suite de la démarche. L'idée en cours de conceptualisation porte sur la « magie de l'hiver » avec une plateforme flottante, qui se situerait au milieu du plan d'eau et qui serait atteignable uniquement par bateau. A l'issue du programme, en 2025, l'association prendra une décision définitive quant à la poursuite du projet.

Caravaning dans le PJV

Faisant suite à la livraison de l'étude sur la pratique du caravaning sur le territoire du Parc Jura vaudois (PJV), un groupe de travail a été constitué pour évaluer les possibilités de mise en œuvre. Il est composé de représentants des autorités communales et cantonales, des associations régionales et du PJV. En 2024, ce groupe a débuté la rédaction d'une charte destinée à uniformiser les pratiques sur le territoire du PJV. À terme, elle devrait permettre une politique tarifaire, une signalétique et un équipement homogènes.

La promotion des différents emplacements sera également centralisée sur une page dédiée du site web du PJV. En outre, un système de revue semestriel de la plateforme Park4Night a déjà été mis en application afin de supprimer les emplacements ne respectant pas la réglementation.

ADEOC

Au sein de l'Association de développement économique du pôle Orbe-Chavornay, l'ADNV délègue deux collaborateurs au sein du comité et des groupes techniques. Durant cette année, l'ADEOC a mis en œuvre de nouveaux statuts et lancé sa communauté, dans le cadre des réformes destinée à remplir la mission d'organe de gestion de ce site d'activités stratégique défini par l'Etat de Vaud.

Y-Parc SA

Au sein du Conseil d'administration de la SA, l'ADNV délègue un collaborateur qui contribue à la définition de la stratégie et au suivi des activités opérationnelles du site d'activité stratégique.

Association Les Terroirs de la Région de Grandson

Au sein du Comité, l'ADNV délègue un collaborateur qui contribue notamment aux réflexions et actions de la Maison des Terroirs, veille à l'équilibre financier et garantit la parfaite coordination avec l'Office du tourisme régional.





Plan directeur des zones d'activités stratégiques (PDZA)

Malgré un retour attendu en septembre 2024, nous avons réceptionné un premier retour des différents services du Canton le 14 février et poursuivons désormais le travail de finalisation en collaboration avec les communes.

Forum Economie Nord vaudois (FENV)

Le FENV 2024 a à nouveau été une réussite sur le plan organisationnel et sur le plan événementiel. L'ADNV s'implique avec ampleur à cette manifestation régionale, mobilisant un nombre important de ressources pour près de CHF 30'000 d'heures de travail par an, allant de la mise à disposition d'un chef de projet, d'une coordinatrice ainsi que des équipes du marketing et des finances.

La mise en place d'un nouveau système de réservation en ligne a fortement diminué la charge administrative que représentait la vente de billets pour le FENV.

La satisfaction était élevée de la part des participants selon les retours que nous avons eu tout au long de la journée et suite à l'événement.

Un total de 131 abonnés a pu être gagné sur la page LinkedIn du FENV durant cette année d'activité. Le prix PEPS a été un succès avec 11 candidatures reçues contre 1 à 3 les années précédentes. Ce succès est le fruit d'une communication accrue de l'ADNV notamment grâce à une vidéo de promotion du marketing ADNv et un démarchage actif de la part du chef de projet ADNv.

Groupe de réflexion touristique du Nord vaudois (GRTNV)

Plusieurs pistes de développement identifiées dans le cadre du GRTNV, un « think tank » créé par l'ADNV en 2023, ont abouti sur des réalisations concrètes en 2024 et ce, pour chacune des thématiques abordées (Synergies, Qualité, Patrimoine, Terroir).

Le projet Secrets du Nord vaudois, la Séance annuelle du tourisme (SATNV), les développements autour de la truffe en sont quelques exemples. En 2024, le GRTNV s'est réuni pour une séance de partage d'information, a participé à un atelier de réflexion stratégique sur la thématique du cyclotourisme et a pu donner ses inputs pour la SATNV. Après cette première phase de travail prolifique il sera temps de faire évoluer le concept pour renforcer encore des concrétisations.

Séance info œnotourisme

Au mois de mai, l'ADNV a organisé une séance d'information portant sur l'œnotourisme à destination des acteurs du monde viticole Nord vaudois. Cet événement répond à la demande croissante de la clientèle touristique pour des activités en lien avec le vin et les produits du terroir. Il a permis de découvrir les possibilités de développement s'offrant aux exploitations de la région et a également été l'occasion de mettre en lumière le réseau cantonal, Vaud œnotourisme, ainsi que le réseau national de promotion, Swiss Wine Tour.

Arc Jurassien : Commission Tourisme

L'ADNV représente le canton de Vaud au sein de la commission Tourisme d'ArcJurassien.ch. Cette structure de coopération politique et de développement régional, qui réunit les cantons de Berne, du Jura, de Neuchâtel et de Vaud, a pour objectif principal de renforcer la coopération au sein de l'Arc jurassien suisse et franco-suisse et d'en promouvoir les intérêts.



ADNV

DÉVELOPPEMENT
DU NORD VAUDOIS

La commission s'est réunie à trois reprises en 2024. Essentiellement pour la présentation du plan de mise en œuvre (PMO) 2024-2027 et des projets à y intégrer ainsi que pour le bouclage des projets de la période précédente.

Masterplan Balcon du Jura

En 2024, le Comité de pilotage formé des autorités de Sainte-Croix et Bulle ainsi que de l'ADNV, s'est réuni à 4 reprises durant l'année avec pour mission principale de suivre les projets inscrits au programme.

En 2024, le Masterplan Balcon du Jura a poursuivi son développement, avec des avancées significatives dans les projets stratégiques de tourisme 4 saisons. Parmi les réalisations marquantes figurent l'inauguration d'un nouveau parcours VTT et la préparation d'un plan en quatre phases pour le développement des infrastructures. Les projets de la piscine des Replans et du Skills Centre aux Rasses ont progressé malgré quelques obstacles, avec des constructions prévues pour 2025 pour le skills centre et 2026 pour la piscine.

Des initiatives interrégionales ont été renforcées, notamment avec des échanges stratégiques avec St-Cergue et le Jura vaudois. Des travaux ont également été réalisés sur les points de vue panoramiques et la balade industrielle, cette dernière devant être inaugurée en juin 2025. Par ailleurs, des réflexions ont porté sur l'exploitation estivale des remontées mécaniques et les besoins hôteliers de la région, ouvrant la voie à de nouvelles opportunités pour l'année 2025.

Les priorités pour 2025 incluent la finalisation des projets en cours, le lancement des phases initiales du développement VTT, et la consolidation des collaborations régionales pour un tourisme durable et attractif.

9

Projet filière truffière

Le projet de développement de la filière truffière du Nord Vaudois, initié en 2022 et soutenu par l'Association Première Région Truffière de Suisse (APRTS), s'inscrit dans une dynamique de valorisation durable et économique de la trufficulture. Ce projet ambitieux a pour vocation de renforcer la position du Nord vaudois comme première région truffière de Suisse, à travers la mise en place d'un ensemble d'actions promotionnelles, la sensibilisation du public et des acteurs économiques, ainsi que le développement de nouveaux produits et services touristiques.

Au cours de cette première année d'activité (2023-2024), plusieurs outils de communication ont été développés, des événements spécifiques autour de la truffe ont été organisés, et les partenariats avec des acteurs régionaux et nationaux ont été renforcés. Les perspectives 2025 incluent l'élargissement de l'offre touristique et la fidélisation des visiteurs.

Christmas Pèdze

Dans le cadre de notre démarche pour stimuler l'économie régionale, nous avons mis en place l'action Christmas Pèdze, qui s'est déroulée le mercredi 18 décembre 2024. Cette initiative, en partenariat avec TRAVYS, visait à promouvoir les prestataires locaux dans le Nord vaudois.

L'opération s'est concrétisée par la distribution de 500 cadeaux surprise à bord des bus et trains TRAVYS de la région. Ces cadeaux contenaient des bons à utiliser chez divers prestataires locaux, permettant ainsi d'inciter les habitants à consommer dans leur région.



DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE



DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE



DÉVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL CGPI



Pour ajouter une touche festive à cette action, des personnages de Noël (un Père Noël ADNV, une Mère Noël ADNV et un renne ADNV) ont circulé dans les transports pour distribuer des bons supplémentaires.

Afin de promouvoir cette action, nous avons diffusé, du 28 novembre 2024 au 18 décembre 2025, une vidéo promotionnelle dans les bus TRAVYS ainsi que sur les bornes d'information voyageurs. Cette diffusion a touché environ 440'000 personnes pendant cette période.

De plus, sur nos réseaux sociaux, la vidéo promotionnelle a enregistré plus de 2'000 visionnages, et le jour J, nos stories ont généré un total de 2'270 visionnages.

L'action Christmas Pèdze a permis de remplir plusieurs objectifs clés :

- Stimuler l'économie de la région en encourageant les habitants à consommer localement.
- Promouvoir les prestataires du Nord vaudois en mettant en avant leurs produits et services grâce à la distribution de bons.

Site internet institutionnel www.adnv.ch

Au cours de l'année écoulée, notre site internet a enregistré un total de 16 000 visites, marquant ainsi une hausse notable de 11.6%.

Réseaux sociaux

En 2024, nous avons observé une évolution positive de notre présence sur les réseaux sociaux institutionnels, avec des résultats positifs sur Instagram, Facebook et LinkedIn.

Instagram

Notre compte Instagram a vu son nombre d'abonnés augmenter de 25.1 %, dépassant ainsi les 2'000 abonnés. En termes de visibilité, nos 70 publications ont généré 123'000 vues, soit une hausse de 54.6 % par rapport à l'année précédente.

Facebook

Sur Facebook, notre page a atteint 1 200 abonnés, soit une augmentation de 7.2%. Nos publications ont généré 33'000 vues.

LinkedIn

Sur LinkedIn, nous comptons désormais 1'100 abonnés, soit une augmentation de 29.5 %. Le nombre de vues a également augmenté, atteignant 47'000 vues, soit une hausse de 61.7 %.

De manière générale, le renforcement des activités des réseaux sociaux a engendré une connaissance accrue des activités déployées par l'ADNV qui s'est concrétisée par davantage de sollicitations concernant nos prestations d'accompagnement pour les entreprises notamment.

Newsletter ADNV

Au cours de l'année 2024, nous avons diffusé deux newsletters informant notre audience des actualités et événements relatifs à l'ADNV. Les performances de ces newsletters ont été mesurées à travers deux indicateurs clés : le taux d'ouverture et le taux de clic.





ADNV

DÉVELOPPEMENT
DU NORD VAUDOIS

- Taux d'ouverture : Le taux moyen d'ouverture de nos newsletters s'est élevé à 46%. Ce résultat est significatif, car il démontre l'intérêt de la part de nos abonnés pour les informations partagées.
- Taux de clic : Le taux de clic moyen de nos newsletters est de 12,55% ce qui témoigne également d'un bon engagement. Ce chiffre reflète l'action de nos lecteurs qui ont ouvert les newsletters et également interagi avec les liens présents.

Calendrier de l'Avent

Le désormais traditionnel Calendrier de l'Avent organisé sur les réseaux sociaux ADNV en décembre 2024 a une nouvelle fois rencontré un franc succès, à l'instar des années précédentes. Cette action a pour objectif principal de stimuler l'économie de notre région en encourageant la consommation dans le Nord vaudois tout en mettant en lumière les prestataires locaux. Les résultats obtenus sont particulièrement positifs : nous avons enregistré 8'194 participations au cours des 25 jours de l'action et constaté une augmentation de notre nombre d'abonnés de 25%, ce qui témoigne de l'impact positif de l'action pour attirer une nouvelle audience tout en renforçant l'engagement de notre communauté existante.

Introduction de GIT

Depuis novembre 2023, l'ERP GIT a été introduit afin de pouvoir répondre au mieux au besoin de l'Unité Finances. Nous avons acquis un ERP pour professionnaliser les tâches financières qui sont régulièrement questionnées par nos mandataires et également pour contribuer aux enjeux du Plan Climat cantonal visant à réduire les émissions CO2 notamment via la suppression du papier. En effet, depuis le début de l'année toutes les factures entrantes sont scannées si elles arrivent version papier afin d'être validées électroniquement. Le but étant de recevoir, d'ici fin 2025, des factures uniquement en version électronique.

11

Ce programme a été mis en place rétroactivement au 1er janvier 2024 et a été fonctionnel dès mi-février 2024. Sa configuration a demandé plus de 75 heures de configuration en collaboration avec le fournisseur de service et au moins 60 heures de formation intensive à l'équipe de l'Unité Finances afin de pouvoir travailler sur le programme.

5. Tourisme

Office régional du tourisme

L'Office du tourisme régional a traité un total de 4'908 demandes durant l'année 2024. Le nombre de sollicitations est en baisse constante depuis plusieurs années (moins 20% depuis 2021). En détail cela représente :

- 69% de visites au guichet
- 31% de demandes téléphoniques

Note à propos des statistiques : les statistiques étaient prises manuellement en 2024. Dès 2025, les statistiques seront prises via un nouveau système « OT Tools » permettant de produire des statistiques plus précises.



DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE



DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE



DÉVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL CGPI



La répartition géographique des sollicitations est la suivante :

5.54%	Grandson
6.83%	Orbe
3.05%	Romainmôtier
9.47%	Sainte-Croix
10.04%	Vallorbe
60.24%	Yverdon-les-Bains
4.83%	Yvonand

Les provenances des sollicitations :

Suisse : 73%

France : 13%

Autres (Royaume-Uni, Belgique, Espagne, Italie, ...) : 14%

En plus des activités ordinaires de renseignements donnés par l'Office régional du tourisme, on peut souligner les nouveautés suivantes :

- Système de vente : Mise en place de l'application « Square » pour faciliter la gestion de la vente à l'office et ainsi simplifier les processus de travail ;
- Intégration des salles de réunion de la région dans le Venue Finder MICE J3L ;
- Lancement du canal whatsapp : nouveau canal de réponses aux demandes des touristes avec Whatsapp et création d'un groupe avec les guides pour faciliter la recherche d'un guide dans le cadre d'une demande de visite guidée ;
- Gestion des réservations pour le Fort Pré Giroud ;
- Formulaire Jotform pour l'annonce d'événements : mise en place d'un formulaire pour les demandes d'annonce d'événement afin de faciliter le processus d'intégration dans notre agenda ;
- Fiche hebdomadaire : développement d'une nouvelle version et augmentation de la diffusion à plusieurs prestataires dans la région.

12

Promotion du territoire

En Suisse

- Encart publicitaire sur le tourisme à Yverdon-les-Bains, dans le plan de région édité par BMS. Tirage : 43'000 exemplaires.
- Annonce promotionnelle dans le Guide des buvettes (Terre & Nature) et transmission des chalets situés sur le territoire du Nord vaudois.
- Diapositive publicitaire diffusée au Cinéma Royal, à Sainte-Croix.
- Publireportage Terre & Nature : 10 activités pour découvrir le Nord vaudois. 1 page, 20'000 exemplaires, près de 100'000 lecteurs en Suisse romande.
- Publireportage Transhelvetica, autour de la truffe et des activités d'automne. 18'000 exemplaires ont été imprimés, le magazine compte 79'300 lecteurs et est édité 6 fois par an.





- **Messenger boiteux** : chaque année, les dates des manifestations phares connues pour l'an suivant sont transmis au guide du Messenger boiteux. En 2024, près d'une dizaine de manifestations dans le Nord vaudois sont parus dans la publication.

En collaboration avec Vaud Promotion

- En collaboration avec Eurotrek, accueil de 12 agents de voyage actifs dans le milieu du vélo, provenant de divers pays d'Europe, Asie et Etats-Unis.
- Participation aux campagnes de printemps, été et automne de Vaud Promotion : transmission d'inputs spécifiques, d'activités et manifestations de notre destination.

En collaboration avec Jura & Trois-Lacs

- **Guide des métairies** : en coordination avec les chalets d'alpage, les prestataires sont consultés pour la mise à jour du document. Les informations sont transmises à Tourisme neuchâtelois qui assure la collaboration pour l'ensemble des destinations.
- **Campagne CFF** :
 - **Booklet Jura & Trois-Lacs** : promotion d'activités accessibles en transports publics dans les destinations de Jura & Trois-Lacs. Le livret est édité en deux langues (8'500 en français, 12'500 en allemand. La diffusion se fait dans les centres Voyageurs CFF et les offices du tourisme régionaux. Nous partageons 16 pages avec la Vallée de Joux. Les sites touristiques mis en avant sont les suivants : Centre Pro Natura de Champ-Pittet, Maison d'Ailleurs, Dent de Vaulion, Juraparc, Musée du fer et du chemin de fer, Grottes de Vallorbe, Balade entre plages et réserves naturelles (entre Yverdon-les-Bains et Yvonand)
 - Divers articles rédactionnels sont également parus dans plusieurs médias, notamment :
 - **Nau.ch** : article sur les parcs animaliers, dont le Juraparc
 - **Blick.ch** : article sur les randonnées dans les vignes, dont le vignoble de Bonvillars
- Publications sur les réseaux sociaux de J3L – activités et événements mensuels.
- Mentions dans la newsletter B2C : notamment les événements phares chaque mois, comme la Mara ou Nova Jazz par exemple.
- Actions dédiées à Yverdon-les-Bains uniquement :
 - Accueil des influenceurs The Travelling Swiss durant un week-end
 - Newsletter Terre & Nature dédiée aux activités à faire à Yverdon-les-Bains, envoyée le 24 octobre 2024. La newsletter a été envoyée à 20'718, l'ouverture se monte à 10'709 et 607 clics ont été réalisés sur les différentes rubriques. Les prestataires mentionnés sont : Château et Musée d'Yverdon et région, Maison d'Ailleurs et son escape room K.R.A.K.E.N, Jumpark et Jquiz, Salle de grimpe La Pile, Marché aux Truffes de Bonvillars, Marché de Noël d'Yverdon-les-Bains.
 - Accueil de l'influenceuse « The Happily tired Mama » au Marché de Noël d'Yverdon-les-Bains, le 11 décembre 2024. Le réel réalisé a cumulé près de 11'000 vues, avec 4'764 comptes touchés. 12 stories ont été publiées, avec un résultat total de 22'658 vues, 29 clics sur différents liens.





Loisirs.ch

Grâce aux inputs transmis deux fois dans l'année, plusieurs activités et événements sont parus dans les guides imprimés de Loisirs.ch. Certains prestataires touristiques ont leurs propres partenariats avec Loisirs.ch.

Guide n°35 – été 2024 :

- Rubrique expositions : « Une autre vie ? » à la Maison d'Ailleurs, « Escargots » au Centre Pro Natura de Champ-Pittet
- Restaurants les pieds dans l'eau : Restaurant Le Colvert à Yvonand
- Activités aquatiques (notamment pour le wingfoil) : Y-Plage à Yverdon-les-Bains et Base nautique Les Vikings à Yvonand
- Minigolfs : Minigolf du Grand Hôtel des Rasses
- Activités en cas de pluie : Urba Kids à Orbe
- Agenda de l'été : 1000 ans de Vuiteboeuf

Guide n°36 – hiver 2024/2025 :

- Rubrique expositions : « Virtuoses. Le savoir-faire dans la paume. » au MuMAPS
- Festivals de l'hiver : Nova Jazz à Yverdon-les-Bains
- Nouveaux hébergements : Les Planets Hôtel & SPA aux Rasses
- Quiz rooms : JQuiz à Yverdon-les-Bains
- Chasse au trésor : Chasse au trésor et fondue au chocolat à Sainte-Croix
- Agenda de l'hiver : Carnaval de Sainte-Croix, la MARA, Brandons d'Yverdon-les-Bains

Demande photos

Au total, nous avons répondu à 21 sollicitations de la part de médias/institutions pour des photos et des informations sur la région. La mise à disposition d'images spécifiques permet de rendre visible la région à moindre coût à travers des articles ou d'autres supports (flyers, plaquettes, etc.).

14

Liste des demandeurs :

1. Oenoguides
2. Coop
3. Schweizerfamilie
4. Paroisse de Burgdorf
5. Traveller - Sidney Morning
6. SuisseMobile
7. L'illustré
8. Migros Magazine (3 demandes différentes)
9. Magazine Bon à Savoir - Ma Santé
10. Local cities guide
11. Sites vallorbiens
12. Das Magazin (Vaud Promotion)
13. Oenorallye 2025
14. Sonntagszeitung (Vaud Promotion)
15. Travys
16. Guide de l'aventure en Suisse - randonnées hivernales
17. 50plus
18. Le Matin - Tribune de Genève
19. Vivo





Visites de presse

- Influenceur marcorama, 68'000 followers, article publié dans le journal néerlandais Columbus
- Journaliste Yannick Hallet, article dans l'édition weekend de Sudpresse/Sudinfo, média belge. L'article paraîtra au printemps 2025.
- Influenceur The Travelling Swiss, 55'000 followers sur IG, réel et plusieurs stories sur Yverdon-les-Bains, le contenu a été publié en collaboration. Visite de presse soutenue par Jura & Trois-Lacs.
- Journaliste Marius Leutenegger, supplément Das Magazin dédié au Canton de Vaud, en collaboration avec Vaud Promotion. La distribution de ce publiereportage s'est faite de la manière suivante :
 - Encartage dans les journaux Tages Anzeiger, Berner Zeitung, Der Bund et Basler Zeitung - 200'000 exemplaires, 500'000 lecteurs
 - Encartage dans Le Matin Dimanche, 80'000 lecteurs
- Journaliste Nicolas George, Guide du Routard 2025 - Arc jurassien. Cette visite de presse avait pour but la mise à jour du guide et l'ajout de nouvelles adresses.

En Suisse alémanique

En collaboration avec la section hôtelière locale, nous avons poursuivi notre mandat RP en Suisse alémanique avec Gretz Communication. Ce partenariat s'avère concluant avec une belle visibilité pour le Nord vaudois en 2024 : 29 mentions de la région dans 18 médias différents (autant du print que du digital), une valeur RP de CHF 545'458.71, un tirage de plus de 2'316'016 exemplaires.

15

En complément, Gretz a aussi eu une demande des producteurs de l'émission TV landuf, landab. Diffusée sur Sat 1 et YouTube 4 fois (21 et 25.08 / 08 et 12.11) - 39'500 téléspectateurs, l'émission a été partagée entre le Nord vaudois et la Vallée de Joux, avec un focus sur les Grottes de Vallorbe et le village de Premier.

Diffusion d'un clip promotionnel de 20 secondes dans les transports publics et offices de poste dans les villes de Lucerne, Zoug, Schwytz, St-Gall, Bâle, Soleure, Aarau, Schaffhouse et Zurich.

En France

Diverses visibilités par le biais de Suisse Tourisme France, en collaboration avec Vaud Promotion :

- Campagne Marie-Claire : indicateurs à recevoir de VP
- Passage sur Sud Radio de Suisse Tourisme, mention de l'ouverture du Musée de la Mécanique d'Art et du Patrimoine du Sainte-Croix
- Emission « Météo à la carte » diffusée sur France 3, le 21.06 - en moyenne 1 million de spectateurs par jour. Présentation de Monsieur Logan Jeanmonod et son exploitation à Grandevent. La Vache, emblème de la Suisse.





En Italie

Vaud Promotion était présent lors du Swiss Winter Village, 7 au 17 novembre 2024, à Milan. L'événement était coordonné par Suisse Tourisme Italie. Plusieurs actions étaient mises en place, dont un cahier de coloriage hivernal présentant les 13 destinations du Canton de Vaud. Les illustrations choisies pour le Nord vaudois étaient le Château et le Temple d'Yverdon-les-Bains, ainsi que la truffe. Près de 50'000 visiteurs se sont rendus à l'événement.

En Allemagne

- Diffusion de l'émission Landuf, Landab sur SAT - Grottes de Vallorbe et village de Premier
 - Emission: landuf, landab | Swiss-Boards, Grotten und Geigenbau im Waadtländer Jura
- Renseignements pour un éventuel tournage en 2025 de Bavaria Entertainment pour l'émission Wunderschön.

En Espagne

Le projet Espagne poursuit son développement. En mars 2024, nous avons eu l'opportunité de participer à un workshop organisé par Suisse Tourisme, qui s'est déroulé dans trois grandes villes espagnoles : Madrid, Bilbao et Barcelone. Cet événement a été une occasion stratégique pour rencontrer divers acteurs du secteur touristique espagnol et renforcer nos liens avec ce marché clé. Lors de ce workshop, nous avons eu l'opportunité de rencontrer 39 agences de voyage, auxquelles nous avons pu présenter notre région et ses atouts touristiques, notamment grâce à une vidéo promotionnelle créée pour l'occasion. Ces échanges ont été très productifs et ont ouvert la voie à différentes perspectives de collaboration.

Actuellement, nous poursuivons les discussions avec l'une de ces agences de voyage afin de codévelopper un produit touristique spécifique. Cette collaboration en cours témoigne de l'intérêt croissant pour notre région.

Autres activités promotionnelles

4 expériences ont été proposées en 2024, pour 62 participants.

1. Entre esquisses et dégustation : une balade gourmande insolite au cœur du vignoble
2. Découverte des secrets de fabrication du fromage d'alpage à La Poyettaz
3. Mets la main à la pâte et pars manger ta fondue dans la nature
4. Vendanges et apéro dans les vignes à Bonvillars

Au niveau financier, la vente des expériences a généré un chiffre d'affaires pour les prestataires de CHF 1'767. A relever l'excellent niveau de satisfaction des prestataires et des clients ayant participé à l'enquête satisfaction.

En collaboration avec Jura & Trois-Lacs, l'expérience Découverte des secrets de fabrication du fromage d'alpage à La Poyettaz a été promue sur la page Facebook de Loisirs.ch. Les impressions de cette publication se monte à plus de 35'000. En outre, le post a généré 453 réactions, 20 commentaires et 60 clics sur la page de l'activité.





Parcours locaux

Le projet « Parcours locaux » est en cours de développement afin de créer des parcours touristiques dans le Nord vaudois, invitant les visiteurs à découvrir la région à travers les yeux de personnalités locales.

Les cibles de ce projet sont à la fois les touristes et les habitants de la région. En valorisant ces personnalités, l'objectif est de renforcer le sentiment d'appartenance des habitants tout en proposant aux visiteurs une nouvelle expérience.

Mesures territoriales

- Rédaction d'un cahier des charges de projet pour entreprendre une démarche de marketing territorial.
- En vue de ce projet, différentes actions ont été proposées pour 2025 avec un plan d'action composé de 10 actions différentes.

Newsletter

En 2024, les newsletter tourisme ont été relancées, avec 5 envois effectués entre juin et décembre à notre base de données comptant 637 personnes. Le taux d'ouverture moyen est de 79%.

Site internet

Initié en 2023, le développement d'un nouveau site internet yverdonlesbainsregion.ch a pu être lancé au printemps 2024. L'évolution des systèmes d'information touristique nécessitait un changement d'interface, pour nous permettre de mieux valoriser les contenus de notre région (prestataires touristiques, itinéraires de randonnée pédestre/à vélo/hivernale, manifestations).

Ce projet de refonte a également permis différents ajouts à notre ancien site, notamment une nouvelle rubrique d'articles rédactionnels, qui ont pour but d'inspirer les visiteurs sur diverses thématiques.

Huit articles ont été rédigés sur les thèmes suivants : Les chalets d'alpage, La Spartan Race, Les expériences dans le Nord vaudois, Les activités et événements de l'été, Le MuMAPS, L'oenotourisme, Le top 3 des randos de l'automne, Les marchés de Noël dans le Nord vaudois, Les cafés et tea-rooms.

D'un point de vue fréquentation, les données du site sont les suivantes dont environ 85% en provenance de Suisse :

Site internet	www.yverdonlesbainsregion.ch	Livecam roundshot	Total
Utilisateurs actifs	182 975	22 540	205 515,00

Activité sur réseaux sociaux touristique

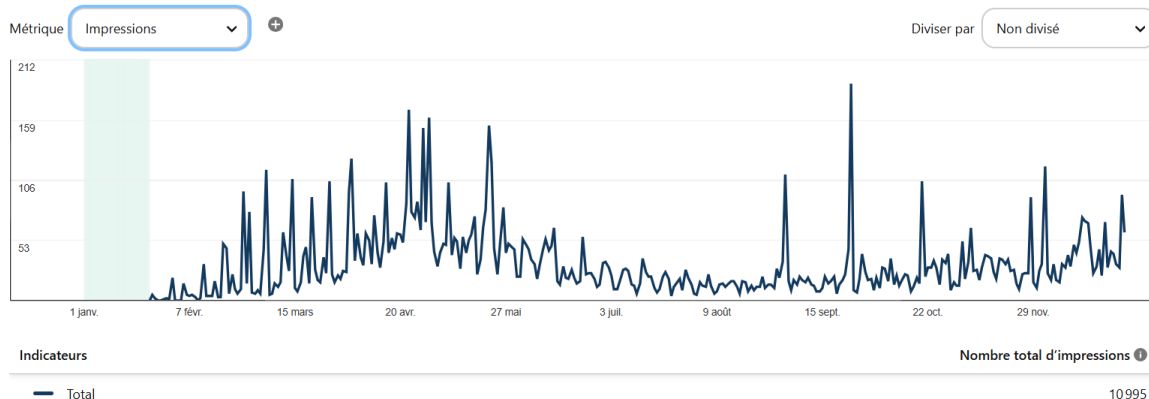
Pinterest

En 2024, nous avons créé le compte Pinterest Yverdon-les-Bains Région, sur lequel ont été publiées 87 épingles durant l'année. De plus, les publications Instagram sont également importées automatiquement sur cette plateforme depuis la mi-octobre, ce qui fait monter le nombre d'épingles publiées sur Pinterest à plus de 100 sur l'année 2024.



Au total, ces épingles ont été affichées 11'000 fois, pour un total de 6'450 vues par des utilisateurs, ce qui a permis de générer 250 engagements, soit les clics et enregistrements sur nos publications.

Performances dans le temps



Performances globales

Mise à jour en temps réel des indicateurs, sauf pour l'audience.

Impressions	Engagements	Clics sortants	Enregistrements	Audience totale	Audience engagée
11 k	250	18	11	6,45 k	148

Un aspect intéressant de l'utilisation de cette plateforme réside dans le fait qu'elle permet de toucher les utilisateurs en fonction des intérêts et thématiques. A la différence des autres réseaux, la provenance des utilisateurs qui voient et interagissent avec le contenu est plus variée.

De plus, d'un point de vue démographique, cela permet de toucher des cibles plus jeunes contrairement aux réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram, où les utilisateurs sont naturellement plus âgés.

WhatsApp

Nous avons également créé un compte WhatsApp Business à partir duquel les visiteurs peuvent demander des informations par message directement, ce qui simplifie l'envoi de liens, photos et renseignements personnalisés. Au 1er janvier 2025, la chaîne d'information WhatsApp a été lancée.

Facebook

Sur Facebook, profil sur lequel nous comptons le plus grand nombre d'abonnés, voici notre activité en quelques chiffres :

- Au total, 117 publications ont été publiées sur le compte Facebook Yverdon-les-Bains Région, ce qui a permis de générer 1'861 likes. En moyenne, les publications ont permis de toucher 1'464 personnes.
- Au 01.01.24, nous comptabilisons 8'752 « like » à notre page Facebook. Au 31.12.24, 8'796 mentions sont recensées. Fin 2024, cela représente une communauté de 9'564 abonnés à notre page, soit 1,14% d'augmentation. Il convient de préciser la perte de vitesse de cette plateforme, notamment causée par l'essor de nouveaux réseaux privilégiés par les nouvelles générations.





Instagram

Instagram est la plateforme sur laquelle nous avons la plus grande croissance du nombre d'abonnés.

- Au total, 65 posts/réels ont été publiés sur le compte Instagram, ce qui a engendré 7'807 likes et 377 enregistrements. En moyenne, les publications ont permis de toucher 1'987 personnes.
- De plus, différentes stories thématiques ont été publiées, 19 au total. Par différents visuels, ces stories ont mis en avant les activités, actualités et suggestions auprès de notre audience.
- Au 01.01.24, 3'884 utilisateurs étaient abonnés à notre Instagram. Au 31.12.24, 4'778 abonnés sont recensés. Cette croissance est jugée très bonne, elle correspond à 23% de croissance de l'audience.

Tournages et shootings photos

Afin de promouvoir la région à travers différentes plateformes (site internet, réseaux sociaux, etc.) et de répondre aux sollicitations des médias, la base de données de nos photos et vidéos est en constante mise à jour. Pour répondre aux besoins globaux comme spécifiques, notre équipe s'est rendue à travers tout le territoire pour réaliser des prises de vue :

- Près de 40 sessions avec plus de 50 lieux, POI et activités photographiés et/ou filmés.
- La totalité des images est éditée à l'interne (tri, retouche, export) ou monté pour les vidéos.

En complément, une décharge pour les figurants a été mise au point afin de s'assurer de leur autorisation à paraître sur les canaux de promotion auxquels sont destinés les images.

De plus, certaines images issues de ces tournages sont ponctuellement rendues disponibles sur la médiathèque de Vaud Promotion, afin de rendre la région visible lors des campagnes et publications faites à l'échelle cantonale.

19

Imprimés

En 2024, les imprimés suivants ont été mis à jour lors de réimpressions :

- Bloc de balades d'Yverdon-les-Bains, 40 blocs imprimés
- Bloc de balades de Romainmôtier, 20 blocs imprimés
- Bloc des horaires de navigation LNM, 15 blocs imprimés
- Bloc du Tour des Alpines (Sainte-Croix / Les Rasses), 22 blocs imprimés

Les supports suivants ont été réédités ou édités pour la première fois :

- Plan des activités hivernales du Balcon du Jura, 4'000 unités
- Bloc de balades d'Orbe, 40 blocs imprimés
- Bloc de balades de Vallorbe, 40 blocs imprimés
- Bloc de balades de Grandson, 30 blocs imprimés
- Plan régional vélo/VTT, 13'000 unités imprimées. Cette carte a été distribuée lors de la Cycle Week à Zurich et à la BEA à Berne, grâce à notre collaboration avec Gretz Communication.





Le travail d'édition des blocs nécessite plusieurs phases de travail. Le contenu est d'abord listé par nos équipes avant d'être transmis à un géomètre pour la création d'un fond de carte. Une fois ce fond de carte réalisé, il est transmis dans un bureau de graphisme qui va le retravailler afin de le rendre plus lisible et esthétique. Finalement, un dernier bureau de graphisme s'occupe de la mise en page et de l'uniformisation avec nos autres supports.

La nouvelle brochure régionale du tourisme a été finalisée en vue d'un lancement en 2025, en français et en allemand. L'impression de ce document se fera lors du premier trimestre 2025, afin de le rendre disponible pour les vacances de Pâques.

Enfin, différents supports imprimés tels que des flyers ou des affiches ont été réalisés à l'interne directement par notre équipe marketing (promotion d'événements, expériences, etc.), autant pour notre office du tourisme, que pour certaines représentations.

La grande majorité de nos imprimés peut se retrouver sur notre site internet et sont consultables en ligne. Grâce à l'outil choisi, nous avons également des données statistiques à relever. Au total, sur les 37 documents téléchargés sur cette plateforme, en 2024, il y a eu :

- 42'873 vues
- 30'228 lecteurs
- + de 52 heures de consultation
- 297 téléchargements

Pèdzepass.ch

La plateforme www.pedzepass.ch, créée en 2020 afin de stimuler la consommation locale en période pandémique, œuvre toujours pour l'économie locale au profit tant des touristes que des consommateurs locaux. Chaque année ce sont une cinquantaine d'offres et de promotions qui sont disponibles et qui émanent des commerçants régionaux qui souhaitent publier gratuitement une offre.

Pèdzecard

12'000 Pèdze Card (carte de rabais pour touristes) ont été distribuées à tous les hébergeurs qui les ont demandées suite à notre sollicitation. Les retombées économiques de cette carte sont estimées à environ CHF 150'000 pour 2024. Nouveauté en 2024, des cartes journalières pour les transports publics ont été proposées à notre Office régional du tourisme, au prix test de CHF 5 par carte. Les porteurs de la Pèdze Card en ont acheté 210. Les finances de l'ADNV permettront de renouveler cette action en 2025.

6. Entreprises

En 2024, 84 entreprises de la région ont bénéficié d'un accompagnement par l'ADNV en termes de recherche de financements, de conseils pour la création d'entreprise, de consultations, ou encore de la recherche de locaux ou de terrains.

Nous avons notamment accompagné l'un de nos membres dans le lancement de son entreprise en lui concevant une identité visuelle, un site internet, des cartes de visite professionnelles, ainsi qu'en lui prodiguant des conseils stratégiques en communication. Dans le cadre de cet accompagnement,





nous avons également mis en place un système de suivi de ses rendez-vous, afin d'optimiser la gestion de son activité et d'assurer un suivi efficace avec ses clients.

Un programme de renforcement de l'activité entreprise est en cours, notamment en

- Lançant en inaugurant les « Portes ouvertes de l'ADNV » durant lesquels nos membres pourront visiter des entreprises de la région. Ce format court qui prendra place entre 11h et 13h30 allie à la fois la connaissance des entreprises membre et le réseautage entre membres ;
- Organisant des séances d'information sur les accompagnements financiers et métiers que fournissent l'ADNV ;

Au cours de l'année, l'administration centrale a traité 21 démissions et 59 adhésions.

Les adhésions proviennent de domaines variés, tels que le bâtiment, l'industrie, le service aux entreprises, le consulting, les assurances, l'immobilier, l'artisanat, les ressources humaines ou encore l'événementiel et diverses associations.

En ce qui concerne les démissions, 6 sont dues à des cessations d'activité, 10 sont des démissions contractuelles, et 5 sont des « autres démissions », dues au déménagement des entreprises hors du territoire ou au non-paiement de cotisations par exemple.

L'ADNV compte au 31 décembre 2024, 405 entreprises membres, pour un EPT de 8'290. Les membres sont en grande majorité répartis sur le territoire Nord vaudois, mais 21 d'entre eux se situent hors de la région.

7. Insertion professionnelle

Le développement professionnel CGPI travaille sur mandat annuel de l'Etat de Vaud, par sa direction générale de l'emploi et du marché du travail (DGEM), en déployant une activité d'accompagnement en insertion professionnelle sur l'ensemble du canton.

Le CGPI développe des mesures de Programmes d'Emploi Temporaires (PET) et des Programmes d'Insertion (PI) à disposition des Offices Régionales de Placement (ORP) pour des demandeurs d'emploi ou des personnes issues de l'aide sociale. Pour couvrir l'ensemble du canton et être au plus proche des 11 ORP, le CGPI est localisé à Yverdon-les-Bains, Payerne, Renens et Aigle.

Ces mesures PET et PI consistent à mettre en place un stage non rémunéré de 6 mois (PET) ou 12 mois (PI) maximum, dans des entreprises à but non lucratif pour accroître l'employabilité des bénéficiaires de ces mesures. Les participants travaillent sous la responsabilité d'un encadrant dans l'entreprise. Le CGPI accompagne ces participants durant toute la durée du stage et détermine ensemble, en tripartite avec l'encadrant, des objectifs à mettre en place durant sa présence dans l'institution d'accueil.

Le CGPI crée et modifie des postes régulièrement en prenant en compte la situation du marché de l'emploi et les tendances du chômage par domaine d'activité. Le CGPI collabore avec plus de 200 institutions d'accueil, dont 40 Communes, 3 groupements hospitaliers, diverses fondations et associations actives dans des domaines diversifiés, réparties sur plus de 320 sites et offrant un panel de 140 métiers différents.





ADNV

DÉVELOPPEMENT
DU NORD VAUDOIS

La direction générale de l'emploi et du marché du travail a réduit sa commande de 30% en 2022 puis de 10% en 2023 compte tenu des taux de chômage historiquement bas depuis la reprise économique post Covid.

Après une année de changement structurel en 2023, cette année 2024 nous a permis de consolider nos acquis et d'avoir dorénavant une maîtrise complète de tous nos processus, ce qui s'est traduit par des résultats plus en adéquation avec notre potentiel réel.

La direction générale de l'emploi et du marché du travail (DGEM) a effectué une commande de 19'009 jours de stage soit 73 participants à l'année pour 2024.

