

INFO-TOURISME 2026 N°1

Les chiffres clés :



30'463

Le nombre de participants à nos concours en 2025



295'000

Le nombre total d'imprimés dans lequel le Nord vaudois apparaît de novembre à décembre.



1,2 millions

Le nombre de spectateurs de l'émission GEO dans lequel un reportage sur le Nord vaudois sera diffusé.



+13'250%

La progression des abonnés en 2025 sur notre page Instagram dédiée au marché Espagnol



30'880

Le nombre de vues réalisées sur les publications réseaux sociaux en lien avec la truffe



1,6%

La progression des nuitées hôtelières de la région à fin novembre par rapport à 2024

Editio de rentrée

Chers destinataires de notre info rouge dédiée aux activités touristiques régionales,

Une soirée annuelle du tourisme régionale riche ! 🍷

Tous ceux d'entre vous qui ont partagé avec nous la désormais traditionnelle soirée annuelle du tourisme régionale le 19 novembre dernier ont pu prendre connaissance de la qualité, du volume et de la diversité du travail réalisé par nos équipes pour renforcer et développer l'attractivité et le dynamisme de notre région.

Votre présence nombreuse, vos applaudissements pour la vidéo retraçant nos activités de promotion (visible sur <https://adnv.ch/soiree-annuelle-du-tourisme-du-nord-vaudois-2025/>), vos mots de félicitations – en particulier ceux de Diego pour le Château de Grandson –, font chaud au cœur de tous les collaborateurs de l'ADNV qui œuvrent au quotidien pour que le Nord vaudois se présente à chaque saison comme une destination riche et inspirante.

Tous les indicateurs au vert, sauf un. 📉

Tous les indicateurs du tourisme sont au vert. La hausse des nuitées, l'allongement de la durée de séjour, les vues sur nos réseaux sociaux, le nombre d'articles dans la presse, le nombre de marchés étrangers sur lesquels nous sommes visibles, le nombre et la diversité des visites de presse mais aussi le nombre de projets subventionnés en partie soit par nos comités locaux soit par le Département de l'économie de l'Etat de Vaud.

Un seul indicateur est en chute libre et pour la 10^{ème} année consécutive, le nombre de visiteurs à notre Office du tourisme régional d'Yverdon-les-Bains. Conséquence inéluctable de la digitalisation, les touristes n'ont été que 831 ces 12 derniers mois à passer les portes de l'Office. Face à ce constat sans appel – vous avez pu l'entendre lors de soirée du tourisme – nous ne réouvrons pas cet endroit à l'issue de la fermeture hivernale. Une décision bien entendu partagée par la ville centre.

Une présence et des actions élargies ! 🚀

En 2026, nous serons encore plus présents dans notre mission de promotion et d'information sur le territoire Nord vaudois et sur les marchés étrangers, avec entre autres :

- **4 nouveaux points d'information** avec conseil et documentation s'ajoutent aux 10 existants. Ils complètent les **60 autres points où de la documentation est disponible**
- **2 salons du tourisme à l'étranger**
- **Davantage d'articles en Suisse alémanique** avec notre partenaire média Gretz
- **Plus de médailles « Secrets du Nord vaudois »** dans de nouveaux villages
- **2 projets transfrontaliers** en collaboration notamment avec Métabief, Sainte-Croix et le Val-de-Travers
- **L'exploration** d'un nouveau marché touristique étranger

Au nom de tout l'équipe ADNV, je vous adresse nos remerciements pour votre soutien et votre engagement en faveur du développement du Nord vaudois.


Nadia Mettraux
Directrice générale
nadia.mettraux@adnv.ch

INFO-TOURISME 2026 N°1


Presse écrite & médias digitaux : une visibilité soutenue

Plusieurs articles et mentions ont mis en lumière le Nord vaudois entre novembre 2025 et janvier 2026 :

Reisemagazin


Dans le cadre du partenariat avec Gretz, une page complète a valorisé les activités et lieux liés à la truffe dans le Nord vaudois .

Une visibilité supplémentaire a été obtenue avec 1 page et 1/3 de page, mentionnant la Cave des Viticulteurs de Bonvillars, le Château de Valeyres et la Grande Cariçaie.

 Tirage : 35'000 exemplaires

EventEmotion

Mention des activités de teambuilding avec BikesLab dans un article dédié à l'événementiel.

 Tirage : 25'000 exemplaires

Plattformj.ch

Mention de la Grande Cariçaie dans un article présentant des lieux propices à l'observation de la faune.

 377'250 utilisateurs / mois

Ferientrends


Page complète consacrée aux activités hivernales du Balcon du Jura : ski de fond, raquettes et mécanique d'art.

 Tirage : 210'000 exemplaires

Idéal Tricot Juniors


Article suite à la diffusion du dossier de presse Hiver de Vaud Promotion, mettant en avant les 50 ans de la Maison d'Ailleurs.

 Tirage : 25'000 exemplaires | 125'000 lecteurs


 Une présence régulière et diversifiée dans les médias suisses et français, renforçant la notoriété du Nord vaudois sur plusieurs marchés clés.

Reportage international en préparation – GEO (Italie)

Une visite de presse est en cours d'organisation les 18–19 janvier, en collaboration avec Vaud Promotion et Suisse Tourisme Italie, pour un reportage de l'émission GEO diffusée sur Rai 3 et RSI


 Audience moyenne : 1,2 million de téléspectateurs.

Le reportage sera consacré à la mécanique d'art et à l'horlogerie en Suisse.

Dans le Nord vaudois, le journaliste a notamment visité le MuMAPS, l'atelier de François Junod ainsi que l'entreprise Gueissaz Music Box .


“

MERCI POUR VOTRE ATTENTION ! 

 RENDEZ-VOUS EN AVRIL POUR LA PROCHAINE ÉDITION DE NOTRE INFO-TOURISME, AVEC ENCORE PLUS DE NOUVEAUTÉS ET DE PROJETS À DÉCOUVRIR !


”


Truffe vaudoise


Sur la période novembre–décembre 2025, la communication digitale autour de la Truffe vaudoise a généré une forte visibilité territoriale grâce à 47 publications et stories sur Facebook et Instagram .


Résultats clés :

- 30'880 vues
- 20'800 personnes touchées
- 2'500 réactions, principalement en Suisse romande

Les temps forts — Marché de Noël d'Yverdon-les-Bains, Apéritif truffé (Journée mondiale du Chasselas) et visites de truffières à Suchy et Bonvillars — ont enregistré des pics de performance, avec jusqu'à 7'000 personnes touchées par publication et plusieurs offres complètes avant date .

Les contenus mêlant terroir, gastronomie et expériences immersives ont particulièrement bien performé. Les collaborations avec des partenaires médias et créateurs de contenu, dont GaultMillau, ont renforcé l'impact des messages .

Les stories, plus ciblées, ont assuré une présence continue et qualitative, soutenant la visibilité des marchés de Noël, des restaurants partenaires et des produits locaux, tout en incitant à la visite sur le territoire .

 Une dynamique digitale solide, positionnant le Nord vaudois comme une destination gourmande et expérientielle, y compris hors haute saison.

Masterplan Balcon du Jura : un bilan solide et une continuité assurée


En novembre 2025, le mandat du chef de projet du Masterplan Balcon du Jura est arrivé à son terme.

Durant cinq ans, il a accompagné la transition vers une destination quatre saisons, grâce à une gouvernance claire et une planification structurée.

Bilan en chiffres :

- 29 projets suivis
- 20 projets en cours ou réalisés
- Plus de CHF 30 millions d'investissements, dont près de 50 % issus de soutiens cantonaux et fédéraux

La continuité du Masterplan est pleinement assurée par le transfert des dossiers au responsable touristique local et le maintien du comité de pilotage.

L'ADNV poursuivra par ailleurs son engagement en faveur du développement du Balcon du Jura et de son positionnement durable .

ADNV (TOURISME)

ADNV (INSTITUTIONNEL)



PLUS D'INFORMATIONS SUR NOS ACTIVITÉS? PAR ICI: