



alimentarium
une fondation Nestlé



Rapport Annuel
2016

Contenu

1. Revue 2016

1.1	Message de la Directrice	3
1.2	Un centre de compétences public	4
1.3	<i>Alimentarium 2016</i> , itinéraire d'un projet réussi	5

2. Activités et chiffres

2.1	L'inauguration du Musée	8
2.2	La plateforme digitale	9
	Le portail web	9
	Alimentarium Academy	11
	Les réseaux sociaux	12
2.3	La plateforme physique	13
	L'exposition permanente	13
	La Collection	15
	L'Espace <i>JuniorAcademy</i>	16
	<i>FoodExperience</i>	17
	Événements culturels et collaboratifs	17
2.4	Presse & commentaires	19
2.5	Ressources humaines	22
2.6	Résultats d'exploitation	23

3. Corporate Governance

3.1	Conseil de Fondation	24
3.2	Steering group du projet <i>Alimentarium 2016</i>	24
3.3	Direction Alimentarium	25

Concept / Design

Lukas Wanner Communication Design, Zurich, Suisse

Photo Couverture

© 2016 Francesco Tonelli

1.1 Message de la Directrice

2016 – L'année rayonnante de la réouverture

Le 24 août 2015, le Musée a fermé ses portes à tous les fidèles visiteurs et amis pour dévoiler 9 mois plus tard son nouveau concept : un centre de compétences public avec des plateformes physique et digitale interconnectées, réunissant le Musée physique situé à Vevey, sa nouvelle exposition et l'ensemble de son offre digitale. Le 2 juin, les invités d'honneur du 150^e anniversaire de Nestlé étaient les premiers à découvrir le magnifique résultat des transformations, suivis le 3 juin par les entreprises impliquées dans le projet et les partenaires de l'Alimentarium. Organisées le week-end du 4 et 5 juin, les journées portes ouvertes ont attiré un nombre record de 4302 visiteurs ! Les commentaires positifs et l'accueil chaleureux reçus de la part de toutes les catégories de visiteurs sont réjouissants et motivants.

La réalisation du projet *Alimentarium 2016* s'étalant sur plusieurs années, une étape importante a donc été franchie. La rénovation du Musée, inauguré à Vevey en 1985, n'est qu'une partie de l'objectif que vise l'Alimentarium, à savoir la transformation fondamentale de l'institution en un centre de compétences dans les domaines de l'alimentation et de la nutrition, au rayonnement international. Tel est le noyau central de la marque Alimentarium. En 2013, sous la direction d'Andres Furger, le coup d'envoi du projet *Alimentarium 2016* avait été donné, suivi en 2014 par la mise en ligne du nouveau site internet contenant le Magazine et les fiches eSavoir. En 2015, Alimentarium Academy, notre écosystème d'apprentissage unique en son genre avec des MOOCs, des jeux et un quiz, a fait son entrée au sein des familles et des écoles. Enfin, depuis 2016, la nouvelle exposition permanente relie le musée physique et le musée digital. Ce projet de refonte se poursuivra jusqu'à début 2018, marquant l'achèvement de la première phase d'extension de la plateforme Alimentarium Academy et de la rénovation du bâtiment, avec la finalisation du confort thermique du Musée.

Grâce à la mise en ligne de la plateforme digitale en 2016, tous les contenus du Musée peuvent être consultés via le site internet et sont ainsi disponibles en «format de poche», dans le monde entier. L'Alimentarium vous accompagne ainsi partout et à tout moment de la journée. À l'heure actuelle, plus de 17'000 visiteurs virtuels mensuels profitent de cette possibilité. En

outre, le nombre d'utilisateurs d'Alimentarium Academy a plus que doublé depuis 2015 pour atteindre presque 2000 personnes par mois. La diffusion des offres digitales présente encore un grand potentiel d'optimisation, qui sera une priorité pour l'Alimentarium.

Malgré ces contenus digitalisés, la visite du Musée à Vevey n'en devient pas superflue, bien au contraire ! Le parcours proposé offre une expérience incomparable et une découverte ludique de tous les aspects de l'alimentation et de la nutrition. Des installations immersives sont source d'une grande fascination et touchent le côté émotionnel. La qualité de la visite se trouve renforcée car la nouvelle scénographie éveille tous les intérêts et tous les sens. Le *Jardin* ainsi que le rez-de-chaussée du Musée, incluant le *Restaurant* et le *Café* réaménagés, invitent à la détente et stimulent la réflexion.

Un défi particulier, nécessitant toute la créativité de l'équipe de l'Alimentarium, consistait à mettre en lien les nombreuses offres digitales et physiques de l'institution, tout en les accordant avec sa nouvelle mission. C'est dans ce but que nous avons intégré de nouvelles prestations, comme par exemple des séminaires de *team building*, et réajusté les offres qui avaient fait leurs preuves dans le passé.

Ce concept novateur a trouvé un écho très favorable auprès de notre public. Les premiers sept mois d'ouverture de l'année 2016 ont amené presque autant de visiteurs que l'année 2014 entière, à savoir la dernière année d'ouverture complète de l'ancien Alimentarium. Nous sommes donc très satisfaits d'avoir atteint et dépassé l'objectif fixé concernant le nombre de visiteurs. La vente d'entrées au Musée, le Shop ainsi que les nouvelles offres ont contribué de manière significative à ce succès. Ces résultats réjouissants sont un encouragement pour toute l'équipe, composée à 60 % d'anciens et 40 % de nouveaux collaborateurs. C'est donc avec confiance que nous allons de l'avant !

Ursula Zeller

1.2 Un centre de compétences public

2016 a marqué un véritable tournant dans la vie de l'Alimentarium. Il s'inscrit désormais dans la démarche des plus grandes institutions du monde en démocratisant l'accès à l'ensemble de son savoir à travers une plateforme digitale unique au monde, proposant des contenus de qualité et des références d'experts, à destination aussi bien des enfants, des professionnels que du grand public.

Se définissant aujourd'hui comme un centre de compétences public autour des questions liées à l'alimentation et la nutrition, l'Alimentarium poursuit sur sa voie de pionnier en proposant une expérience inédite grâce à des plateformes digitale et physique interconnectées. Avec *Alimentarium 2016*, il ouvre les portes de l'alimentation et de la nutrition à chacun selon ses intérêts, ses préférences, son envie d'apprendre ou d'expérimenter, depuis les quatre coins du monde.

« L'évolution de l'Alimentarium vers un centre public de compétences et d'apprentissage avec une interconnexion entre les plateformes digitale et physique va contribuer au leadership de Nestlé dans les domaines de la nutrition, de la santé et du bien-être ».

Peter Brabeck-Letmathe,
inauguration Alimentarium, 2 juin 2016



1.3 *Alimentarium* 2016 – Itinéraire d'un projet réussi

Au commencement du projet *Alimentarium* 2016, une ambition : réinventer le concept muséal pour se mettre en phase avec les préoccupations et les usages de son temps. Pour se donner les moyens de cette réussite, rendue possible grâce à une donation dans le cadre des 150 ans de Nestlé, la Fondation *Alimentarium* a redéfini sa stratégie en quatre grands axes articulés autour d'une vision commune : devenir une référence mondiale sur l'alimentation et la nutrition, de portée globale et interactive avec des contenus continuellement accessibles. Ces quatre piliers fondateurs ont guidé toutes les réflexions, les démarches, la réorganisation interne, la mise en place de la scénographie ou encore la présentation de tous les contenus digitalisés.

Axe 1. Reach more / Étendre Atteindre un public plus vaste et un rayonnement international

L'*Alimentarium* met son expertise à la disposition de tous, avec une offre qui s'adresse aussi bien aux novices qu'à un public plus averti. À travers une approche interconnectée/globale, le visiteur – qu'il soit sur place ou à l'autre bout du monde – vit une expérience unique et évolutive : en tout temps, il peut s'informer, compléter et approfondir ses connaissances.

54'327

visiteurs physiques en 2016, soit une augmentation de 40.57 % par rapport à 2014 sur la même période d'activité.

250'280

visiteurs digitaux sont venus sur le site alimentarium.org en 2016, soit une augmentation de 64.9 % par rapport à 2014.

52 %

La richesse du contenu de l'*Alimentarium* est immense. À titre de comparaison, il équivaut à 52 % de la Bible.

Axe 2. Reach deeper / Approfondir Approfondir les sujets, être pertinent pour répondre aux attentes du public

Proposer des contenus de qualité rédigés par des experts et mettre ses ressources à la disposition de tous, par une approche interconnectée : telle est la seconde démarche de l'*Alimentarium*. L'acquisition des connaissances se fait par différents canaux : la priorité est de captiver le visiteur (physique ou digital) avec des sujets pertinents, transmis de façon adaptée à ses besoins.

411

Dans la nouvelle exposition, 231 objets sont exposés dont 219 proviennent de notre Collection. Sur le portail web, 411 objets parmi les 600 objets digitalisés sont visibles en 360°. De ce fait, 6 % de la Collection du Musée est accessible au public, en tout temps.

360

250 fiches Savoir, 110 article du Magazine, des cours en ligne, un quiz avec plus de 100 questions, 57 vidéos d'experts différents et 12 *serious games*, dont 7 sont disponibles sur internet, permettent d'approfondir les sujets de l'alimentation et de la nutrition.

2 h 13

L'exposition compte 961 images et 71 vidéos, soit 149 vidéos dans les 3 langues. Il faut compter 2h13 pour visionner l'ensemble des vidéos, soit le temps d'aller de Lausanne à Zürich en train.

Axe 3. Uniquely together / Ensemble

Rassembler une communauté autour de notre contenu interconnecté

En favorisant activement le dialogue, l'échange et le mode collaboratif autour de ses contenus uniques et validés par le réseau d'experts et par les conservateurs, l'Alimentarium vise à convertir son audience en une communauté.

4900

Entre décembre 2015 et décembre 2016, la communauté de l'Alimentarium sur Facebook a augmenté de 183 %. Au 31 décembre 2016, ce sont 4900 personnes qui sont fans de la page sur le 1^{er} réseau social au monde.

+ 25.5 %

Le taux d'engagement a augmenté de plus de 25 % entre mai et décembre 2016. Au total, 3'558 personnes ont engagé une action envers l'Alimentarium sur les réseaux sociaux.

492

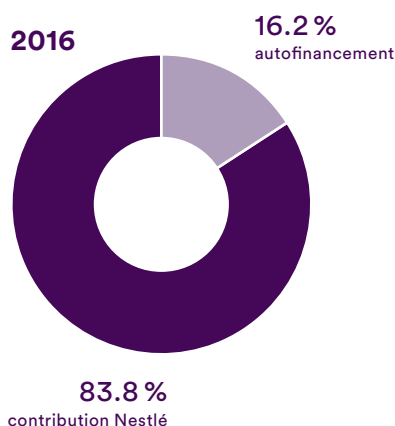
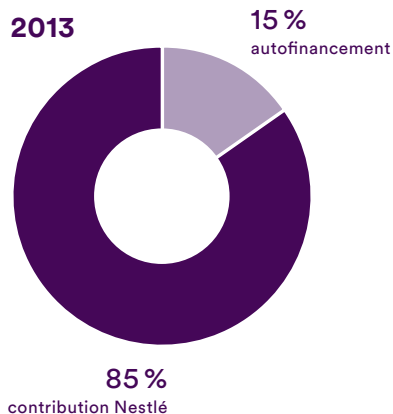
À lui seul, le mois de décembre compte 492 clics de Facebook vers le site web : cela correspond à une augmentation de 151 % depuis mai 2016.

Axe 4. Smartly / Intelligemment

Optimiser les ressources

L'Alimentarium se concentre sur ses compétences clés, rationalise les coûts et s'assure de la pertinence durable de ses offres.

Taux d'autofinancement



Comme ces quelques exemples le montrent, l'éclosion est faite ! Le **Public Knowledge Centre** ou *Centre de Compétences* public en alimentation et nutrition à l'attention du public est créé, une institution culturelle véritablement internationale est née. Le projet *Alimentarium 2016* était imaginé en 2013, étudié, développé et implémenté en étapes successives. Aujourd'hui, il écrit un nouveau chapitre de son histoire.



© William Gammuto

L'Alimentarium dissémine des graines de connaissance par tous les moyens, comme ici lors de l'inauguration le 2 juin des graines de lentilles s'envolent avec les ballons.

2. Activités et chiffres

2.1 L'inauguration du Musée

Le 2 juin 2016 a été marqué d'une journée de célébration dans le cadre des 150 ans de Nestlé. Outre l'inauguration officielle de l'Alimentarium entièrement rénové, cette journée marquait également la cérémonie d'ouverture de nest, le Musée consacré à l'histoire de la marque Nestlé, ainsi que le vernissage de l'exposition sur la Collection d'Art de Nestlé au Musée Jenisch.

À cette occasion, 250 invités ont foulé les marches de ces 3 institutions culturelles veveysanes. Parmi eux, les représentants des autorités fédérales, cantonales et communales, les partenaires du monde économique, culturel et média, ainsi que les membres du Conseil d'administration et de la Direction de Nestlé. Une journée de festivités placée sous le signe de la réussite et du succès de la première entreprise mondiale dans les domaines de la nutrition, de la santé et du bien-être.

Le 3 juin était organisée la journée des partenaires de l'Alimentarium : toutes les personnes ayant contribué au projet de rénovation ont été conviées, ainsi que les membres du Conseil de Fondation, des personnalités politiques locales et des amis du Musée. Au programme, discours de bienvenue et de remerciements de la Directrice, Ursula Zeller, découverte de la nouvelle exposition permanente et échanges autour de petits mets maison.

Les 4 et 5 juin, le Musée ouvrait officiellement ses portes au public. Les visiteurs ont pu découvrir le rez-de-chaussée entièrement réaménagé, les espaces *FoodAcademy* et *JuniorAcademy*, ainsi que la nouvelle scénographie. Les chefs-animateurs proposaient différents menus mais aussi des petites dégustations : du nuggets maison en passant par un beurre fait maison avec les herbes du jardin, les enfants ont pu laisser libre cours à leur imagination en créant des dessins aux yogourts et colorant alimentaires. En plus de ces expérimentations pratiques, l'écrivain pour enfants à succès Christine Pompeï est venue dédicacer son ouvrage « Les enquêtes de Maelys » avec pour trame de fond, l'Alimentarium et les musées.



2.2 La plateforme digitale

Le portail web

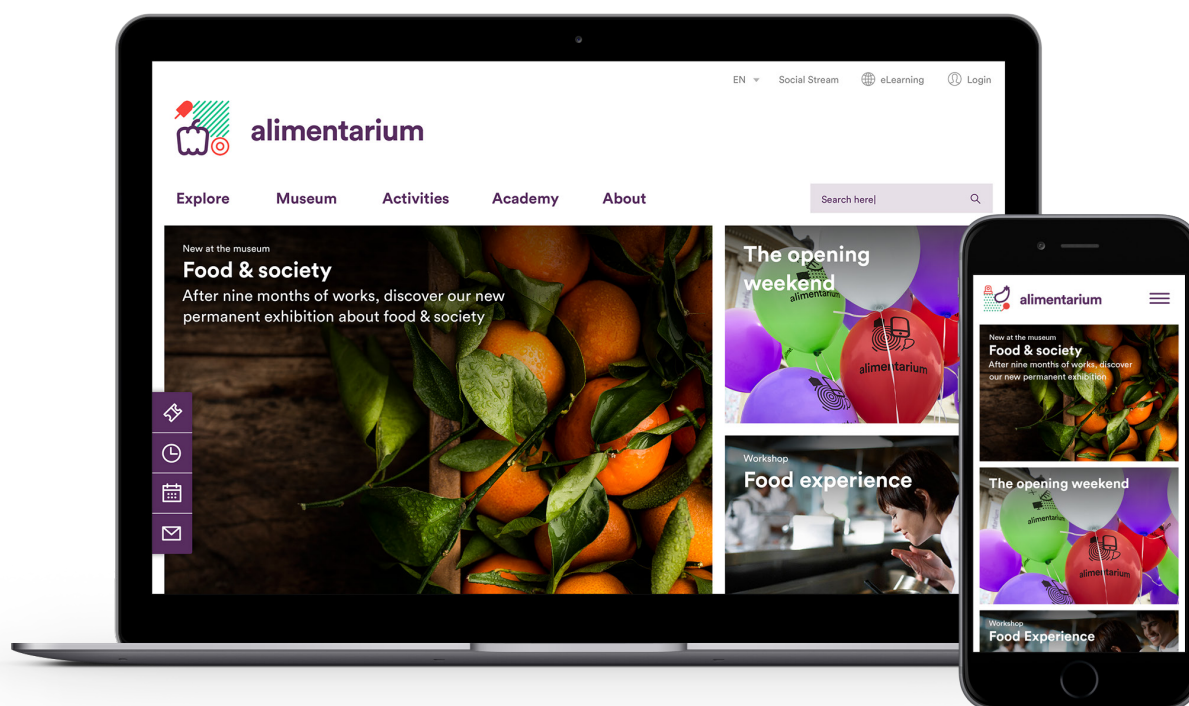
En 2016, l'Alimentarium a poursuivi sa mue digitale. Après avoir mis sur pied en 2015 une plateforme d'apprentissage en ligne composée d'un MOOC, de 3 jeux pédagogiques et d'une application quiz, l'Alimentarium a totalement repensé son site internet. Dans la perspective d'augmenter le rayonnement international et d'atteindre un public plus vaste, donner accès à l'ensemble de son savoir était, pour l'Alimentarium, une priorité. Pour cela, la création d'un portail web unique avec tous les contenus s'est avérée nécessaire. Ainsi, les deux anciens sites alimentarium.ch (site muséal) et ealimentarium.ch (exploration de contenus online) ont été fusionnés pour proposer une nouvelle plateforme digitale unique : www.alimentarium.org.

Recherche d'informations pratiques, réservation d'un atelier culinaire, approfondissement d'un thème vu dans l'exposition ou lecture d'un article, chacun y trouve son compte. Tour d'horizon des différentes sections.

Musée : le site met notamment en avant la nouvelle exposition du Musée, les visites guidées, les espaces de restauration (*Café & Restaurant*), le *Shop* ou les informations utiles. C'est la présentation de l'Alimentarium en tant que Musée physique, situé à Vevey.

Activités : une plateforme de billetterie en ligne a été mise en place afin de permettre au client de réserver l'atelier de son choix. Toutes les activités et leur disponibilité sont mises à jour en temps réel. Un agenda permet de filtrer la recherche par cible ou par date.

Fiches Savoir : conçue comme un prolongement de l'expérience muséale physique, cette section présente une vaste bibliothèque de contenus en ligne permettant d'enrichir et d'approfondir ses connaissances, créant ainsi une véritable visite digitale en complément de la visite physique du bâtiment. Grâce à une catégorisation minutieuse des contenus, l'internaute peut rechercher facilement des fiches ou articles à l'aide



de filtres et mots-clés. **En outre**, le site internet est relié aux bornes muséales grâce à un flux mettant à jour automatiquement les bornes de l'exposition.

Magazine : un nouveau concept de publication a été mis en place en parallèle de la refonte du portail web en juin 2016. Cette nouvelle mouture permet d'explorer toutes les facettes du Magazine grâce à des articles structurés par dossiers et rubriques, facilitant un accès rapide à l'information. L'internaute peut maintenant trouver des sujets selon ses centres d'intérêt en un coup d'œil. Autre nouveauté, un espace dédié aux actualités scientifiques et académiques, relayant l'agenda de conférences, colloques, publications et grands événements internationaux dans le domaine de l'alimentation et de la nutrition. Un approfondissement du thème annuel est également proposé sous forme d'un dossier thématique complet. Pour marquer cette année exceptionnelle, deux dossiers ont été publiés : « *Du nouveau à l'Alimentarium !* » proposant un parcours à travers les étapes clés du nouveau Musée, et un choix d'articles articulés autour du thème annuel 2016 *Aliments sans frontières*. Au total, une vingtaines d'articles ont été mis en ligne de juin à décembre 2016.

Collection : Après la numérisation de 300 objets de nos collections en 2013, une nouvelle campagne photographique s'est déroulée en janvier 2016. Afin de garder une ligne visuelle uniforme, le même photographe, Pierre Matthey, a été mandaté pour les prises de vue de 300 nouveaux objets. Ces derniers comprennent les expôts visibles dans la nouvelle exposition permanente, et ont été mis en lien avec les autres plateformes de l'écosystème du Musée, notamment les fiches eSavoir et le Magazine via le portail internet. À l'heure actuelle, 411 objets sont publiés sur le portail alimentarium.org, en comparaison à 255 à la fin de 2015.

Avec cette refonte, c'est plus de

250'000

visites qui ont été effectuées en 2016, dont

24'000

au mois de juin (lors de la mise en ligne du nouveau site ainsi que de l'ouverture du Musée), et près de

850'000

pages vues.

Alimentarium Academy

Lancée en avril 2015 déjà, la plateforme éducative *Alimentarium Academy* met à disposition du plus grand nombre les multiples ressources du Musée. Disponible en plusieurs langues, il est composé de 5 outils pédagogiques (3 jeux, des cours en ligne pour les enseignants et une application avec des quiz pour les parents) explorant chacun une facette de l'alimentation de manière complémentaire.

2016 fut l'année de la promotion pour cet écosystème d'apprentissage inédit : développement de partenariats, travail de terrain dans les écoles et les directions de l'enseignement, organisation d'événements, benchmark et déploiement des plans médias stratégiques en Suisse, France, Autriche, Canada et Royaume-Uni, tous les moyens ont été mis en œuvre pour développer la notoriété de l'*Academy*.

Développement de partenariats

- Partenariat Fit4future : présentation d'*Alimentarium Academy* dans les formations continues des enseignants, en Suisse romande et Suisse alémanique. – Ateliers de cuisine à l'*Alimentarium* organisés avec des classes inscrites au programme.
- HEP Fribourg : collaboration avec Eric Sanchez, professeur de pédagogie numérique. Partage de compétences et évaluation des contenus d'*Alimentarium Academy*. En cours.
- HEP Vaud pour publier un ouvrage en éducation nutritionnelle, destiné au grand public. Collaboration avec l'*Alimentarium Academy* qui se positionne en tant qu'expert. En cours.

Travail de terrain

- Rencontre avec toutes les directions de l'enseignement obligatoire : contact avec toutes les DGEO des cantons romands, en direct sur place ou par téléphone pour présenter *Alimentarium Academy*. La plupart des cantons a publié une présentation de l'*Academy* avec le lien direct sur les plateformes de ressources pédagogiques de chaque canton. Les autres ont informé directement par email leurs enseignants de notre offre de ressource pédagogique.
- Pour le canton de Vaud, les contacts directs des écoles ont été obtenus de la Direction de l'enseignement: mails envoyés à 500 écoles. Présentation d'*Academy* dans des formations continues d'enseignants et des écoles locales.

- Mailing envoyé aux écoles de Suisse romande et Suisse alémanique, avec un marque-pages créé spécialement sur un papier-graines à planter pour obtenir une plante avec pour slogan « Cultivez votre savoir ».

Evénements

- Participation aux portes ouvertes de la HES-SO Sion : stand sur le thème « alternative aux produits laitiers ». Présence durant 2 jours avec présentation *Academy* + dégustation / atelier. Distribution de flyers et prises de contact.
- *Nestlé Healthy Kids* – Webinar avec les *Champions* de tous les marchés. 3 pays ont manifesté leur intérêt pour l'instant : la Roumanie, la Turquie & le Brésil. La collaboration est en cours.
- L'*Alimentarium* était invité à Paris pour se présenter lors d'une rencontre du Réseau des Cités de la gastronomie (le repas gastronomique des Français, patrimoine UNESCO).

Benchmark & plans médias

- RP : contacts avec des plateformes en ligne qui recommandent les apps pour enfants ainsi qu'avec des bloggeurs influents auprès des enseignants et des parents. Publication d'articles dans des revues pédagogiques. Constitution d'un fichier d'adresse pour maintenir le contact et relances sur 2017.
- Benchmark de plateformes éducatives en ligne en Suisse, France, Autriche et Canada. Insertion d'annonces dans des magazines online et offline influents pour les enseignants. Participation à des newsletters pour le public cible écoles.
- Benchmark de plateformes éducatives online et *launch* d'*Academy* au Royaume-Uni.

Toutes les actions réalisées en 2016 dans le cadre de la promotion pour *Alimentarium Academy* ont permis de préparer le terrain pour son développement à l'international. La fréquentation de la plateforme est en augmentation : de 33'386 pages vues en 2015, nous sommes passés à 73'673 soit une augmentation de

120 %

Cela ne peut que continuer : la notoriété est faite, commence alors la phase d'ancrage.

Les réseaux sociaux

La mise en place d'une stratégie digitale en lien avec le positionnement redéfini de l'Alimentarium était également une priorité pour 2016. Dans la perspective d'étendre son rayonnement à l'international et de développer une communauté autour de ses contenus, l'institution se devait d'affirmer sa présence sur les réseaux sociaux. La stratégie Social Media s'est articulée autour de deux axes fondamentaux :

- Construire un positionnement cohérent sur l'ensemble des réseaux sociaux, en véhiculant un message global à travers un univers fort afin de maximiser l'impact de la prise de parole en ligne.
- Développer des stratégies distinctes en fonction des cibles et objectifs de chaque canal, en adaptant le discours en fonction du réseau social sur lequel l'Alimentarium s'exprime de manière à s'adresser habilement à chacune des cibles.

Le déploiement de ces actions s'est fait sur 3 réseaux sociaux majeurs : Facebook, Twitter et Instagram. Pour chacun, une ligne éditoriale et des plannings mensuels ont été élaborés. La portée des messages de l'Alimentarium a été immédiate et le succès au rendez-vous. En permanente optimisation, la stratégie digitale peut ainsi s'appuyer sur des chiffres encourageants pour 2017.

En décembre 2016, la page de l'Alimentarium compte 4900 fans, soit une augmentation de

183 %

par rapport à décembre 2015.

2.3 La plateforme physique

L'exposition permanente

2016 a été l'année de l'inauguration de la nouvelle exposition permanente, intitulée *Manger – L'essence de vie*. Alliant découverte, expérimentation et approfondissement des connaissances, elle place le visiteur au centre du discours en impliquant son corps, son environnement et son entourage. La visite s'articule autour de trois axes de contenus, mis en scène dans trois secteurs de l'exposition :

Secteur Aliment = Moi et l'extérieur

Secteur Société = Moi et les autres

Secteur Corps = Moi et l'intérieur

Chacun d'eux est agrémenté de projections, de bornes interactives et d'installations vidéo qui promettent une expérience inoubliable. Par l'expérimentation sensorielle et virtuelle, la recherche active d'informations, l'apprentissage guidé et ludique, le visiteur est amené à prendre conscience de la complexité de l'alimentation dans le monde et à travers les âges. Au terme de sa visite, il peut mieux saisir toutes les implications d'un geste devenu si banal : manger.

Élément central de cette scénographie immersive : chaque secteur présente un grand jeu interactif.



© Alimentarium, photo Nicolas Jutzi

L'Aliment

D'où viennent les aliments, comment sont-ils produits ? Comment peut-on les transporter ou en disposer pendant l'hiver ? Quels sont les modes de cuisson, de découpage ou d'élaboration pour en faire des recettes délectables ? Dans ce premier secteur, le visiteur explore le monde des aliments pour répondre à une question essentielle : « qu'est-ce que je mange ? ».



© Alimentarium, photo Nicolas Jutzi

La Société

Favorisant le partage des connaissances et des expériences, ce secteur privilégie l'échange en commençant par poser la question du « comment je mange ? ». Les trois grandes thématiques qui rythment la visite montrent que manger n'est pas seulement un besoin vital, mais que cet acte revêt une fonction sociale essentielle. L'alimentation humaine est ici approchée comme marqueur social et culturel, une exploration qui nous donne des indices pour apprendre à se comprendre et à comprendre l'autre.



© Alimentarium, photo : Nicolas Jurzi

Le Corps

Dernier volet de l'exposition, le secteur Corps invite le visiteur à se poser trois questions fondamentales : « Comment je perçois ce que je mange ? Pourquoi je mange ? Quel impact ont mes choix sur ma santé ? ».

Le visiteur plonge tout d'abord dans les méandres du cerveau, parsemés de neurones géants, pour découvrir comment fonctionnent nos cinq sens. Puis, pour quelques minutes, le visiteur suit le parcours d'une pomme dans un tube digestif géant. Broyé, malaxé, décomposé par des enzymes, il découvre le rôle essentiel que remplissent les aliments que nous consommons dans la construction, le fonctionnement et la protection de notre corps.

Pour finir, c'est en s'amusant que les visiteurs, jeunes ou moins jeunes, complètent leur visite. Conçue comme lieu de contact entre la plateforme éducative virtuelle et l'espace muséal, la *GameRoom* est un espace de jeu multi-joueurs en réalité augmentée.

La Collection

Montage de l'exposition permanente

En mai, tous les objets de l'exposition permanente ont été soigneusement mis en place par les conservateurs-restaurateurs qualifiés, M. Guillaume Rapp et Mme Aline Michel, sous notre supervision et à notre entière satisfaction ainsi que de celle des musées prêteurs, tel que le Musée d'Ethnographie de Genève.

Acquisitions

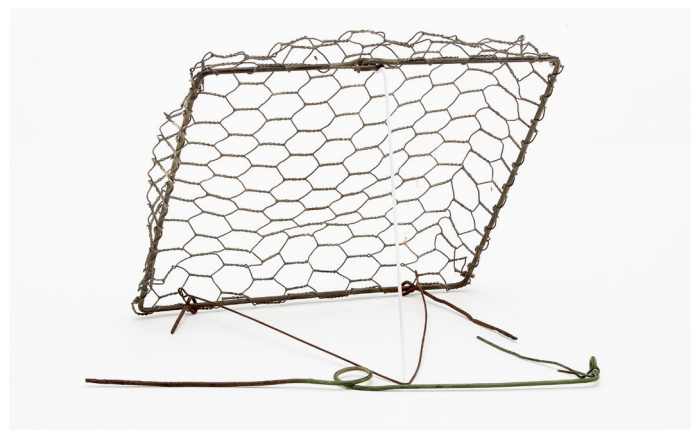
Quelques donations courant 2016 ont enrichi notre collection, dont environ 300 menus de restauration de provenance internationale rassemblés par un privé au fil des ans et des voyages. Cette collection particulière vient combler une lacune dans notre collection muséale. L'un des expôts dans la scénographie actuelle du secteur *Aliment* est la matole à ortolan (piège utilisé pour capturer cet oiseau des Landes françaises hautement recherché pour ses qualités gustatives). Cet objet nous a été aimablement donné par la *Ligue Protectrice des Oiseaux*, l'antenne française de *Birdlife International*. En conserver un exemplaire dans notre collection muséale fait d'autant plus sens que ce piège, désormais interdit par la loi en France, témoigne d'une pratique de chasse et de capture en voie de disparition.

Prêts externes

Courant 2016, plusieurs demandes de prêt externe nous sont parvenues, dont deux du Parlement Européen. Deux objets de notre collection (Fourchette, Italie, v. 1550 ; Boîte *Guigoz*, Suisse, v. 1960) iront rejoindre les vitrines des premières expositions permanente et temporaire de la Maison de l'Histoire européenne, nouveau musée qui ouvrira ses portes à Bruxelles le 6 mai 2017.



© Alimentarium, Pierre Matthey



© Alimentarium, Pierre Matthey

Nettoyage des collections

En été 2016, Valentine Brodard, diplômée en conservation-prévention de la Haute école Arc de Neuchâtel, a succédé à Valérie Chevalier pour le nettoyage de nos collections aux mêmes conditions. Le poste est toujours pourvu à 20 % et la priorité «ponctuelle» sera donnée aux expôts futurs du thème annuel 2017 et des prêts sortants.

L'Espace JuniorAcademy

Comme le reste du Musée, l'espace *JuniorAcademy* a fait peau neuve pour apporter une expérience unique aux enfants. En changeant son nom en *JuniorAcademy*, cet espace a pour mission de sensibiliser et responsabiliser l'enfant à l'alimentation, tout en lui fournissant les bases de la nutrition par une approche interactive et ludique, basée sur la découverte et l'expérimentation. Il a plusieurs objectifs :

- Ne pas se substituer à l'école, mais être un complément à l'enseignement scolaire
- Renforcer l'offre pédagogique pour répondre à la mission éducative de l'Alimentarium, tout en s'adaptant aux nouvelles technologies
- Emmener l'enfant, peu à peu, à un véritable savoir-manger par l'expérimentation
- Partager et échanger avec eux notre expertise en nutrition et nos compétences
- Agir positivement et durablement sur les habitudes alimentaires des enfants

Ce lieu unique d'apprentissage à destination des enfants entre 6 et 12 ans s'articule en deux expériences différentes et complémentaires. D'un côté, la découverte de nouvelles saveurs grâce à l'expertise de nos chefs-animateurs et de l'autre, des jeux éducatifs pour mieux comprendre l'alimentation et la nutrition.

En cuisine

La cuisine reste à taille d'enfant, mais a été remise au goût du jour avec des couleurs plus vivantes. Plusieurs formules ont été repensées et les recettes adaptées en mettant plus l'accent sur la nutrition. Durant l'atelier, plusieurs objectifs sont transmis par les chefs-animateurs :

- Sensibiliser aux produits de saison
- Sensibiliser à l'écologie : énergie grise
- Démontrer des techniques et des tours de main liés à la cuisine
- Sensibiliser aux 5 sens
- Avoir du plaisir

L'espace jeux

Ce lieu, sans surveillance, est un espace ludique et interactif qui est un complément aux différents sujets abordés en cuisine. On y retrouve 28 jeux différents, articulés autour de thématiques précises telles que les 5 sens, les aliments de saison, l'équilibre alimentaire, la conservation des aliments, le système digestif ou encore l'origine des aliments.

À leur inscription, chaque participant reçoit le mode d'emploi de cet espace, afin de mieux y comprendre les buts pédagogiques de chaque jeu. Ce dernier est également mis à la disposition de tous, à l'entrée de l'espace *JuniorAcademy*.



FoodExperience

Indissociable du thème de l'alimentation, l'expérimentation pratique fait partie intégrante de l'ADN du Musée. Pour sa réouverture, l'Alimentarium a renouvelé son offre d'ateliers culinaires, désormais appelée *FoodExperience*, chapeautée depuis 2016 par Philippe Ligrone, figure incontournable de la gastronomie suisse.

Des nouveaux concepts ont été proposés, testés, approuvés ou optimisés. Les ateliers culinaires rencontrent toujours un grand succès, mais certains doivent être revus. L'atelier tout public *Saveur & Savoir* n'a pas retrouvé ses marques comme imaginé. Ceci s'explique certainement avec l'explosion des offres d'ateliers culinaires qui sont un véritable *trend* d'une part, et aux attentes du public qui ont changé d'autre part. Avec la volonté de se renouveler sans cesse, de satisfaire ses visiteurs et de se démarquer d'un marché en plein essor, l'Alimentarium s'apprête à innover à nouveau en 2017.



© Alimentarium, photo Nicolas Jurzi

Événements culturels et collaboratifs

Durant l'année 2016, l'Alimentarium a organisé plusieurs événements et portes ouvertes. Outre les traditionnelles manifestations culturelles de la région, ce sont également des événements issus de nouvelles collaborations qui ont pris leur quartier dans le Musée.

Manifestation portes ouvertes

- Journées européennes du patrimoine : les 10 et 11 septembre, sous le thème « *Oasis des villes, oasis des champs* », l'Alimentarium a organisé des animations dans son célèbre *Jardin*. Visites guidées et dégustations ont fait la part belle aux fleurs, herbes et légumes du moment.

1877

visiteurs, sur les deux jours, ont pu participer à cet événement et découvrir l'exposition permanente, ainsi que des animations sur les 5 sens.

- En famille aux musées : les 5 et 6 novembre, l'Alimentarium a proposé un atelier aux couleurs du canton de Vaud. Les participants pouvaient confectionner un taillé aux greubons et déguster les différents types de raisinées. Dans le musée, des animations sur l'éveil au goût étaient offertes aux enfants. La cuisine a aussi joué le jeu en proposant des « *Vaudoiseries* » au menu. Sur le week-end,

295

personnes se sont inscrites aux ateliers.

Manifestations culturelles :

- Festival des Artistes de Rue : le week-end des 20 et 21 août, devant l'Alimentarium, deux animations du cirque Coquino égayaient petits et grands. Sur la *Terrasse*, petits mets et grillades maison étaient proposées aux visiteurs. Un succès !
- Festival Images de Vevey (10 septembre au 2 octobre) : cette année, l'Alimentarium a présenté, une exposition de photographies à l'intérieur de ses murs. Deux artistes allemands de grande renommée, Thomas Kaufhold et Michael Lapuks, ont investi tous les espaces du musée avec une exposition

appelée «Food-Notes». Leur démarche artistique différente parle d'un même sujet : l'alimentation.

- La Semaine du Goût (15– 22 septembre) : afin de célébrer ce grand événement qui prône le goût et le plaisir de manger, l'Alimentarium a concocté un atelier spécial sur le «recyclage alimentaire», le 22 septembre. Avec un de nos chefs cuisiniers, les participants ont pu comprendre le concept «zéro déchet» en cuisine et faire un délicieux repas.

Evénements avec des partenaires :

- Soirée vietnamienne – 12 octobre : afin de fêter 45 ans de bonnes relations diplomatiques entre la Suisse et le Vietnam, l'Ambassade du Vietnam à Berne et l'Alimentarium ont décidé de s'unir pour organiser une soirée, afin de faire découvrir les saveurs culinaires du Vietnam. Un grand chef vietnamien est venu montrer comment faire des rouleaux de printemps à l'Impérial. L'événement s'est clôturé par une dégustation des mets les plus typiques.
- International Chef's Day : événement international organisé pour des écoliers par *Nestlé Professional*, dans le cadre du programme *Nestlé Healthy Kids*, en simultané dans le monde entier. En Suisse, il a eu lieu à l'Alimentarium. Sur le thème «Art on a Plate», les enfants ont laissé libre cours à leur imagination en réalisant des visages ou des paysages avec des fruits et légumes. Exploration culinaire dans le cadre du programme *Nestlé Healthy Kids*.

60

enfants et 20 adultes ont pris part à cet événement.



- United for Healthier Kids : dans le cadre du lancement de l'initiative U4HK, sous la houlette de cuisiniers renommés et secondés par leurs parents, les enfants ont préparé de succulents plats dans nos cuisines. Au menu de ce cours d'une petite heure : les astuces des professionnels pour une alimentation saine et savoureuse. Parmi eux, de grands noms tels que Stéphane Décotterd du restaurant Le Pont de Brent à Brent, Dario Ranza de la Villa Principe Leopoldo à Lugano, Filipe Fonseca Pinheiro de l'Hotel de Ville à Crissier, Didier Sidot du restaurant Au Goût du Jour à Lausanne, Philippe Ligrón, Chef de la *FoodExperience* de l'Alimentarium à Vevey ou encore Emmanuel Lorieux de *Nestlé Professional*. Les familles ont pu profiter de visiter la nouvelles exposition du Musée et de partager un repas ensemble.

72

participants (moitié adultes et moitié enfants).



© APG Image, Maxime Gaudard (1)
© Alimentarium, photo Emmanuel Turchany (2)



2.4 Presse & Commentaires

L'axe stratégique des relations presse pour 2016 s'articulait autour de la réouverture du Musée. Trois opérations étaient planifiées avec, pour toile de fond, le tournant majeur de l'Alimentarium en terme de positionnement. Et comme nouveauté en 2016: le développement d'une stratégie spécifique à la Suisse alémanique.

1. Le nouvel Alimentarium ouvre ses portes !

Communiqué de presse envoyé le 1 mars en Suisse romande et alémanique, dans le cadre de l'annonce des festivités autour des 150 ans de Nestlé. Toute l'opération a été pilotée par le département Corporate Communication de Nestlé.

2. Philippe Ligron rejoint l'Alimentarium

Communiqué de presse envoyé le 20 avril en Suisse romande. Personnage bien connu du paysage médiatique romand, nous avons profité de son arrivée à la tête de la *FoodExperience* de l'Alimentarium pour annoncer également les festivités de réouverture du Musée.

21

retombées presse avec un effet à long terme puisque les interviews se sont étalées jusqu'à fin juin.

3. Réouverture de l'Alimentarium

Organisation d'une visite de presse le 30 mai afin de présenter en avant-première l'exposition aux journalistes qui suivent l'Alimentarium depuis des années. Communiqué et dossier de presse envoyé le jour même. Plus de

40

journalistes ont répondu présents, environ

120

retombées en Suisse romande (dont la RTS, Le Matin et Le Matin Dimanche, l'Hebdo, 24heures,...) et environ

70

retombées en Suisse alémanique (dont NZZ, Schweizer Illustrierte, Die Welt en Allemagne,...).

Ces retombées sont excellentes, tant du point de vue quantitatif (presque tous les médias suisses d'importance ont parlé de cette réouverture) que qualitatif (la quasi-totalité se sont montrés très positifs à l'égard du nouveau Musée et en particulier de la nouvelle exposition permanente).

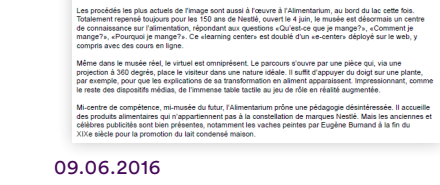
Le 2 juin, visite presse et VIP organisée dans le cadre des 150 ans de Nestlé, incluant l'inauguration de nest et le vernissage d'une exposition sur Nestlé au Musée Jenisch, gérée par le département Corporate Communication de Nestlé. Presse internationale et personnalités étaient au rendez-vous pour un événement d'une telle envergure.

Bilan relations presse 2016

468

articles sont parus sur/ou mentionnant l'Alimentarium en 2016, contre 155 en 2015 et 224 en 2014. En terme de valeur équivalente annonce, ces retombées se montent à

CHF 902'400.-.

[illegible]

Commentaires des visiteurs

La nouvelle exposition permanente a reçu des commentaires positifs, tant de la part des adultes que des familles. Les tables tactiles, les activités interactives, le tube digestif ou encore la *GameRoom* ont trouvé leur public. L'aménagement du rez-de-chaussée a été particulièrement bien accueilli ainsi que la *Terrasse*, située dans le Jardin.

Nous avons bien sûr rencontrée des avis plus mitigés et moins positifs, la plupart axés sur la digitalisation de l'exposition. Chaque demande, interrogation ou déception a été traitée individuellement avec une proposition adaptée à chacun. Les feedbacks récurrents ont été pris en compte et ont permis à l'Alimentarium de s'adapter et de s'ajuster au fur et à mesure des retours de ses visiteurs. Par exemple, des sprays désinfectants pour les mains ont été installés sur chaque étage, des chaises sont proposées dans l'exposition et les animations de démonstration et dégustation ont augmenté en fréquence.

«Très bien avec enfants, pour comprendre l'importance d'une alimentation équilibrée et les enjeux pour nourrir la planète.»

McVulcain, Google +, septembre 2016



«Exposition très moderne et interactive. Les enfants ont adoré. Le restaurant propose un excellent menu du jour bien présenté. L'architecture est vraiment belle et on s'y sent bien.»

Matthieu V., Google+, février 2017



«**Surpris avec du bien et du moins bien**
Belle situation au bord du lac. Terrasse agréable. Il est vrai que nous y sommes allés avec 2 enfants par temps couvert et légèrement pluvieux. Au début pas trop de monde ce qui nous a permis de presque tout tester. S'il y avait eu plus de monde l'ennui serait venu très vite. Pour ceux qui n'aiment pas les écrans, ne pas y aller. La prochaine fois, nous testerons les différents ateliers de cuisines qui sont proposés dès que le restaurant ferme.»

Patrick C., TripAdvisor, septembre 2016



«Très bonne visite pédagogique

Les travaux de transformation ont transcendé ce musée dédié à l'alimentation. Les thèmes sur ce sujet sont complets et bien vulgarisés. Explications multilingues et didactiques sous forme de tableau tactiles. Les jeunes enfants ne trouveront peut-être pas leur salut, mais à partir de 7-8 ans, la visite devient intéressante. La cafétéria propose des menus chauds et différentes petites restaurations dans un cadre assez classieux et avec une vue pas des moindres. In fine, une visite à conseiller.»

Caryl-Philippe J., TripAdvisor, février 2017



«Organise sporadiquement des journées à thèmes, des portes ouvertes. Une sortie qui n'a pas son pareil dans la région. A voir et à faire en famille, en groupe ou même seul (car on ne s'y sent jamais seul).»

Magda G., Google +, octobre 2016



2.5 Ressources humaines

L'année 2016 a été investie de challenges et d'opportunités bien spécifiques.

Organisation, Compétences et Traduction

De janvier à mai, tous les efforts du personnel ont été orientés sur la digitalisation des documents, l'élaboration de contenus pour la scénographie ainsi que les nouvelles offres de nos ateliers.

Cette période de non activité commerciale nous a permis de mettre sur pied certaines formations indispensables pour l'ensemble de nos collaborateurs :

Nutrition : organisation de différents cours dont un « avancé » pour les personnes en lien direct avec les clients et susceptibles d'être interpellées sur le sujet (animateurs, cuisiniers, médiateurs volants et guides).

Vente : afin de renforcer le rôle d'ambassadeur en toute circonstance !

Anglais : toujours dans un souci de communiquer avec le visiteur, les collaborateurs ont pu bénéficier de cours d'anglais.

Acquérir l'état d'esprit nécessaire à une institution versée dans le digital ne se fait pas du jour au lendemain. C'est notamment grâce à l'acronyme COPE (Create Once Publish Everywhere) et à un coaching régulier que les collaborateurs prennent la mesure des ramifications de nos contenus, de leurs impacts sur l'organisation et de la réactivité indispensable au monde digital et web.

Dernier challenge et non des moindres, la traduction en 3 langues de chaque document publié ! Le fait de tout produire simultanément en français, anglais et allemand nous a obligé à mettre sur pied de vrais processus de travail et à anticiper les besoins.

Stratégie de recrutement

La période de fermeture a également été une période riche en campagnes de recrutement car nous avons renouvelé 40 % du personnel par rapport à 2014, et ce notamment dans les secteurs de l'accueil, de la cuisine et de la médiation.

Pour les secteurs opérationnels, notre stratégie de recrutement fut de privilégier les embauches de jeunes étudiants – issus d'écoles hôtelières ou de tourisme – pour venir renforcer les équipes fixes assurant ainsi un apport de compétences et nous permettant plus de souplesse tout en maintenant un lien fort avec d'autres entreprises formatrices.

2.6 Résultats d'exploitation

D'une manière générale, les 7 mois d'ouverture du Musée, soit de juin à décembre 2016, furent exceptionnels !

Le public a réellement répondu présent avec :

37 %

de visiteurs en plus que pour les 8 mois d'exploitation 2015 (janvier à août)

41 %

de recettes globales par rapport à 2015

Changement dans la politique des prix et des horaires du Musée :

Dès la réouverture, le Musée est ouvert tous les jours fériés (y compris les lundis) et n'est fermé que le 25 décembre et le 1^{er} janvier.

Dès 6 ans, les enfants paient leur entrée et les familles bénéficient d'un tarif avantageux. Le prix des visites guidées a également été adapté aux prix du marché et les collaborateurs du groupe Nestlé se voient offert un tarif réduit de 50 % pour leur entrée au musée.

Augmentation de la dépense moyenne du visiteur

2014	CHF 13.30
2015	CHF 14.64
2016	CHF 15.09

Evolution des résultats annuels

	2014	2015	2016
Chiffres d'affaires	833'714	579'965	819'102
Nombre d'entrées	61'377	39'625	54'327

2015 : ouvert de janvier à août

2016 : ouvert de juin à décembre

3. Corporate Governance

3.1 Conseil de Fondation

Membres du Conseil de fondation

Rudolf Ramsauer, Président

Ancien Directeur
de la communication Nestlé SA

Paul Twerenbold, Vice-président

Ancien Conseiller
d'Etat du canton de Zoug

Yves Philippe Bloch

Secrétaire général Nestlé SA

Roland Charrière

Directeur suppl. Office fédéral
de la santé publique

Felix Escher

Professeur émérite ETH de Zurich

Andres Furger

Ancien directeur des Musées nationaux
suisses /
Directeur de l'Alimentarium (2011–2014)

Elina Leimgruber

(jusqu'à juin 2016)
Municipale de la Commune de Vevey

Philippe Leuba

Conseiller d'Etat du Canton de Vaud

Philippe Oertlé

Porte-parole de Nestlé Suisse

Barbara Orland

Professeur d'histoire des sciences
et des techniques, Université de Bâle

Etienne Rivier

(à partir d'octobre 2016)
Municipal de la Commune de Vevey

Heribert Watzke

Ancien vice-directeur adjoint
R&D Nestlé

3.2 Steering Group du projet *Alimentarium 2016*

Dans le but de faciliter et d'accélérer
certaines décisions liées au projet
Alimentarium 2016, le Conseil
de fondation a créé un groupe de
pilotage «Steering Group».

Membres du Steering Group

Rudolf Ramsauer

Ancien Directeur
de la communication Nestlé SA

Paul Twerenbold

Ancien Conseiller
d'Etat du canton de Zoug

Heribert Watzke

Ancien vice-directeur adjoint
R&D Nestlé

Andres Furger

Ancien directeur des Musées nationaux
suisses /
Directeur de l'Alimentarium (2011–2014)

Ursula Zeller

Directrice de l'Alimentarium

Natasha Charlton White

Chef du projet
Alimentarium 2016

Gérard Baumann

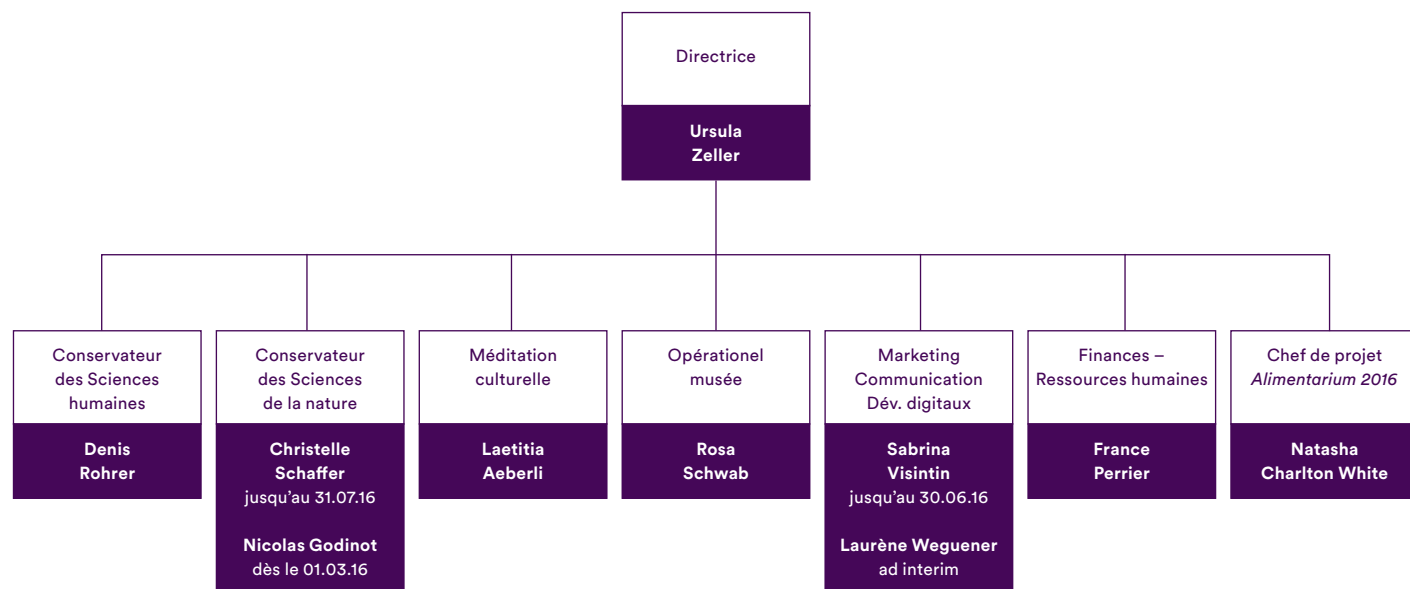
(jusqu'à juin 2016)
Management and maintenance
of buildings (Nestec SA)

Catherine Saurais

(jusqu'à juin 2016)
Directrice de nest

3. Corporate Governance

3.3 Direction Alimentarium



Changement de titre pour Natasha Charlton White
dès le 01.07.2016 qui devient Business Development Manager

