

EXPOSITION TEMPORAIRE 2022-2023

FOOD

FOOD

FOOD

Rapport annuel 2022
Alimentarium

FOOD

2049

2049

Contenu

1. Revue 2022	
a) Message du Directeur	3
b) Une nouvelle direction	4
c) Vers l'Alimentarium 2025	5
2. Activités et chiffres	
A. L'expérience Alimentarium	6
a) Exposition temporaire <i>FOOD2049</i>	6
b) Médiation & Evénements	7
c) Restauration & Shop	12
d) Projets numériques	13
e) Engagement numérique	14
f) Communication & Marketing	15
B. Ressources Humaines	17
C. Résultats d'exploitation	18
3. Corporate Governance	
a) Conseil de fondation	19
b) Comité du conseil de fondation	20
c) Direction Alimentarium	21
4. Statistiques et chiffres-clés	22

1. Revue 2022

a) Message du Directeur

En 2022, l'Alimentarium a bénéficié d'une bonne fréquentation, avec 47'874 visiteurs et visiteuses, marquant un retour progressif à la normale après les années marquées par le Covid et son impact sur les pratiques culturelles. On retiendra parmi les highlights qui ont marqué l'année, l'exposition temporaire *FOOD2049* et sa magnifique soirée de vernissage. Cette exposition, conçue par Nicolas Godinot et Jelena Ristic, invitait à réfléchir et à prendre position sur le futur de notre alimentation par le biais notamment du « rétrofuturisme », à savoir une remontée dans le temps pour comprendre comment on envisageait le futur il y a plusieurs générations. Cet exercice a aussi donné lieu à la conception d'un « escape game », *AL2049*, réalisé en collaboration avec le Laboratoire d'innovation pédagogique de l'université de Genève et l'agence veveysane de développement numérique Digital Kingdom. Un autre événement marquant a été le concourge, ou ludique concours aux courges, réalisé à l'automne par notre nouvelle responsable de la médiation, Mercedes Gulin Koch, et grâce à la généreuse contribution de notre jardinier, Émile!

Succédant à Ursula Zeller à la direction du musée au mois d'avril, j'ai pu consacrer neuf mois à un travail intense d'analyse et réflexion conjointes avec les équipes des différents secteurs de l'Alimentarium. La mise en œuvre de la stratégie numérique

a été évaluée et recadrée. La logique de la programmation événementielle et de l'offre en médiation culturelle et scientifique a été entièrement revue. L'arrêt du service de restauration sur le temps de midi pour redonner à la cuisine sa fonction initiale d'espace pour les démonstrations et les ateliers culinaires a été une décision importante. La boutique a libéré l'espace qu'elle prenait dans le Café pour revenir s'installer dans le hall d'accueil, en même temps que se menait une réflexion sur la durabilité des produits à la vente. L'arrivée d'une nouvelle conservatrice, l'anthropologue Marie Desmartis, a été l'occasion de lancer un chantier des collections et de redéfinir notre politique d'acquisition. Finalement, après avoir consulté l'ensemble du personnel et nos principaux partenaires, nous avons rédigé, avec les cadres de l'Alimentarium, une feuille de route qui explique les objectifs que nous nous fixons pour les années qui nous mèneront aux 40 ans de l'Alimentarium, en 2025! Il s'agit de renouveler entièrement notre offre au public, de proposer une expérience unique et mémorable à forte valeur éducative, sur place et en ligne. À cette fin, nous allons réinvestir l'un après l'autre chaque espace du bâtiment et du jardin de l'Alimentarium pour en faire des lieux hors du commun, mais également plus accessibles, inclusifs et durables. Vous en trouverez un aperçu dans les pages suivantes.

Boris Wastiau
Directeur de l'Alimentarium

b) Une nouvelle direction...

Comme toute organisation, l'Alimentarium revoit régulièrement sa stratégie, sa direction et son fonctionnement opérationnel. Dès le mois de mars 2022, une analyse interne précise et détaillée des finances, des performances et des prestations de l'Alimentarium a été effectuée, portant sur les 11 dernières années. À la suite de cette analyse, il a été décidé que le musée devait se recentrer sur des activités liées à sa vocation première et alignées avec sa mission fondamentale : inviter chacun et chacune du monde entier à réfléchir, à apprendre et à échanger autour de l'alimentation et de la nutrition. Dans cette perspective, l'Alimentarium a décidé de réaménager certains de ses espaces et de repenser ses activités, dans un souci de durabilité et d'inclusivité.

La cuisine, située au rez-de-chaussée, a repris sa fonction première d'espace de démonstrations. Dès le mois de décembre, l'activité du restaurant self-service telle qu'elle existait depuis 2016 a cessé, afin de proposer des expériences culinaires originales et engageantes faisant partie intégrante de la visite du musée. La gamme d'ateliers culinaires existante sera étoffée en 2023 pour proposer un choix plus large et mieux adapté à la demande. Des dégustations y seront régulièrement proposées ainsi que de nombreux événements, aussi bien publics que privés. L'espace du Café quant à lui s'est agrandi et continue de proposer une petite restauration aux heures d'ouverture du Musée.

Dès 2023 également, une partie du deuxième étage du musée, qui avait renoué avec les expositions temporaires en 2020, se muera en un lieu de vie et de rencontres, dans lequel le public pourra échanger et partager avec différents spécialistes de l'alimentation et de la nutrition. Un agenda d'activités sera élaboré et animera ces différents espaces. Ainsi, l'exposition temporaire FOOD2049, inaugurée en 2022, est la dernière de l'Alimentarium sous cette forme !

Cette refonte progressive des espaces s'inscrit dans un programme à moyen terme : la volonté est désormais d'offrir une expérience unique, engageante, accessible et vivante pour tous les publics de l'Alimentarium. C'est le programme Alimentarium 2025.

c) ...vers Alimentarium 2025

Initié en 2022, et conçu dans la continuité de l'orientation stratégie 2021+, le programme Alimentarium 2025 se décline en différents projets spécifiques, interdépendants et coordonnés. Ces projets stratégiques, présentés ci-après, façonneront la future expérience des visiteur-euse-s de l'Alimentarium, sur site et en ligne, et seront coordonnés par l'ensemble des collaborateur-ric-e-s de l'institution. Plusieurs axes stratégiques définissent le programme Alimentarium 2025. Ils servent de cadre et de guide pour chacun des projets, qui doivent ainsi répondre à l'ensemble des critères suivants :

- L'Alimentarium est un lieu de THQSE –très haute qualité sociale, sociétale, sanitaire et environnementale.
- La diversité des formes de transmission et les échanges équitables y sont valorisés.
- La diversité des points de vue et les perspectives translocales y sont cultivées.
- Une approche inclusive des publics et l'accessibilité universelle y sont garanties.
- L'innovation technologique, notamment numérique, et les partenariats scientifiques y sont développés et promus.

Projets stratégiques

- I. Redéployer un parcours de découverte, d'échange et d'apprentissage répondant aux questionnements des publics cibles.
- II. Poser les fondations d'une architecture numérique 4.0 innovante et durable.
- III. Composer une expérience mémorable de l'alimentation touchant aux cinq sens, grâce à une programmation événementielle permanente.
- IV. Imaginer et fonder la communauté Alimentarium dans une approche locale et translocale.
- V. Accroître l'accessibilité du jardin et du bâtiment pour des activités plus sûres et plus inclusives.
- VI. Positionner l'Alimentarium en tant que lieu unique avec une identité forte et une réputation internationale.

Le programme Alimentarium 2025 a été officiellement initialisé lors de la séance du Conseil de Fondation de juin 2022, puis validé lors de la séance d'octobre 2022. Il sera présenté par les responsables des projets pour validation lors de la séance du Conseil de Fondation de mars 2023.

L'ensemble de ces projets seront mis en œuvre de manière agile. Tout en conservant les objectifs stratégiques initiaux du programme et en demeurant conformes aux stratégies et aux missions établies de l'Alimentarium, ils s'adaptent et formulent des objectifs spécifiques à court terme et moyen terme, en fonction des opportunités de partenariats, de l'évolution du contexte et des ressources.

2. Activités et chiffres

A. L'expérience Alimentarium

a. L'exposition temporaire *FOOD2049*

Après avoir interrogé nos dégoûts alimentaires et s'être penché sur le véganisme, l'Alimentarium a invité ses visiteur·euse·s en 2022 à regarder dans le rétroviseur pour découvrir comment la science-fiction et les œuvres d'anticipation ont imaginé l'avenir alimentaire de l'humanité.

Intitulée *FOOD2049*, cette exposition temporaire a plongé dans notre culture populaire pour explorer ces imaginaires et les mettre en résonance avec les tendances, innovations et projections scientifiques actuelles qui pronostiquent ce que pourrait être l'alimentation des générations à venir. Entre un monde dystopique où l'aliment unique cache une vérité glaçante et un pays de cocagne high-tech où la faim est un fléau du passé, l'exposition a décortiqué ces visions du futur et a examiné certaines de leurs réactualisations contemporaines.



Dans un cadre transformé pour l'occasion en un espace rétrofuturiste, *FOOD2049* s'est déployé à travers quatre axes thématiques. Le Scienticafé, quand manger devient enfin un plaisir grâce à une alimentation semi-liquide et des machines qui nous libèrent de l'effort fastidieux de porter la nourriture à la bouche. Cybercocagne où l'apprentissage machine et l'intelligence artificielle font miroiter un avenir alimentaire entièrement robotisé. L'Aliment unique, tour à tour brandi comme symbole libérateur ou repoussoir absolu. Et enfin les Nouvelles terres, épilogue du parcours qui a présenté les solutions, fictives ou réelles, élaborées pour garantir la sécurité alimentaire de l'humanité face au changement climatique, à une population toujours croissante et aux pandémies.



Une part belle a été donnée aux objets de la collection du musée (couverts, appareils ménagers, produits et emballages) mais aussi à l'iconographie, notamment celle issues du fond de la Maison d'Ailleurs d'Yverdon ainsi qu'aux outils de médiation multimédia, comme la réalisation de vidéos de témoignages, des extraits de films, de publicités et d'émissions télé, des infographies interactives, un quizz... et même un jeu 'rétro', tout aussi absurde que l'aliment unique!

Enfin, l'exposition a offert l'occasion pour l'Alimentarium de sortir de ses murs le temps d'une soirée, grâce à une collaboration avec la Cinémathèque Suisse et le Ciné-Festival. Le 3 novembre, le film *Soylent Green* de Richard Fletcher a été projeté à Lausanne, dans sa version restaurée et numérisée. Ce film, abordé également dans l'exposition *FOOD2049*, est l'un des rares films d'anticipation où la question de l'alimentation est centrale. Il met en scène le défi de nourrir les habitants d'une planète surpeuplée au climat imprévisible et dont l'exploitation intensive est responsable de l'épuisement des ressources. Une oeuvre de 1973 dont l'action se passe 49 ans plus tard, en... 2022!

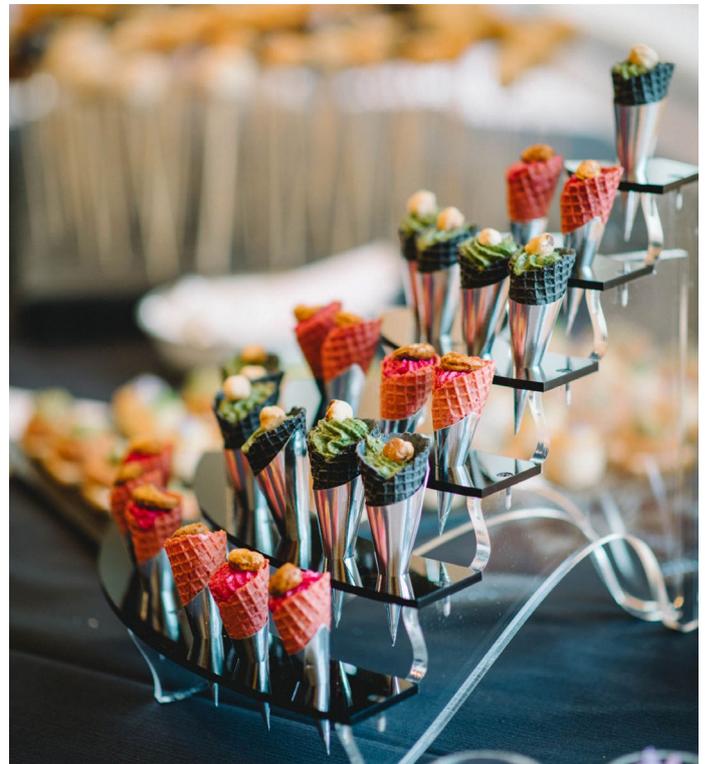
Collection

Notre collection continue d'intéresser les autres musées en Suisse et c'est ainsi qu'en 2022, nous avons collaboré avec le Musée de la Nature du Valais (Sion) avec le prêt de 6 objets pour l'exposition « Artificiel » (Sion, du 15.10.2022 au 15.05.2023). Et également avec le Forum Schweizer Geschichte Schwyz du Musée National Suisse avec un prêt de 4 objets pour l'exposition « Grönland 1912 » (Schwyz, du 12.11.2022 au 12.03.2023).

b. Médiation & événements

Exposition temporaire FOOD2049

Plongés au cœur d'une scénographie rétrofuturiste, les visiteuses et visiteurs de l'Alimentarium ont découvert l'univers de l'exposition *FOOD2049* lors d'un vernissage haut en couleurs, le jeudi 19 mai. Storytelling, musique d'ambiance et petits-fours aux allures futuristes ont ravi près de 300 invité-e-s lors de son inauguration, le tout ponctué d'animations et des présentations des conservateur-ric-e-s de l'exposition temporaire.



Pendant toute la durée de l'exposition, sur demande, des visites dédiées, aussi décalées qu'éclairantes, ont proposé des clés de réflexion sur les enjeux de l'alimentation de demain, prenant appui sur la culture populaire et l'iconographie de science-fiction déployée dans l'exposition.

L'Espace de découverte s'est quant à lui mué en laboratoire d'expérimentations culinaires lors d'animations théâtralisées proposées aux visiteur-euse-s tous les samedis et dimanches après-midi. S'inspirant de la cuisine moléculaire, les animatrices et animateurs y transforment un aliment unique sous ses formes les plus inattendues pour le faire ensuite déguster au public.

Manifestations et activités pour les enfants et les familles



- **PâKOMUZé, du 15 avril au 1^{er} mai 2022**

De nombreux ateliers ont réuni petit-e-s et grand-e-s autour du thème « Parlons choco! ». Si les fêtes de Pâques appellent à la gourmandise, c'est dans une démarche de sensibilisation aux questions de durabilité que les 187 participant-e-s ont été accompagné-e-s par nos animatrices et animateurs à réaliser confiseries et menus chocolatés.

- **Fête des Mères, 8 mai 2022**

Nous avons organisé des « Petits déjeuners gourmands ». Le programme était : des plateaux "petits déjeuners" proposés dans notre Café, une activité le matin « Fais ton pancake » proposée aux enfants avec la découverte en famille de notre espace *JuniorAcademy*, et l'après-midi des ateliers festifs, avec la thématique « Dites-le avec des fleurs » : réalisation d'un pot de fleurs comestible. Dans notre *FoodAcademy*, l'atelier « Recettes de Saison » était un spécial Fête de Mères.

- **La Nuit des Musées, 21 mai 2022**

Rendez-vous incontournable des musées de la Riviera, près de 1700 personnes ont participé à l'édition 2022 de la Nuit des Musées à l'Alimentarium. Lors de cette soirée, des ateliers « Superfood de l'espace », visites flash et animations invitaient à la découverte de l'exposition temporaire ; et pour la touche festive, DJ set et mocktails intergalactiques plongeaient les noctambules dans une joyeuse ambiance de film de science-fiction.

- **Le Pique-nique de l'Alimentarium, 20 et 21 août 2022**

Opération paniers gourmands menée dans le cadre du Festival des Artistes de Rue, cette activité hors murs proposait, tel un petit musée à emporter, de savoureux mets préparés par nos cuisinier-ère-s. Des produits locaux de saison, présentés dans un kit pique-nique durable pour un repas en plein air, invitaient, pour le dessert, à une visite du musée. Près de 200 paniers ont été vendus à cette occasion.

- **Le Défilé de courges, du 18 octobre au 3 décembre 2022**

Plus de cinquante sortes de cucurbitacées ont été exposées dans le *Jardin* de l'Alimentarium. Légumes phares de l'automne, les courges ont ravi les visiteuses et visiteurs ainsi que les internautes qui ont participé à un « concourge » sur les réseaux sociaux. Cette exposition comestible a été parachevée par une soupe offerte à tous-tes les promeneur-euse-s, ainsi que par une visite commentée du *Jardin*. Les gagnant-e-s du concours ont ensuite adopté la courge de leur choix.

- **En Famille aux musées, 5 et 6 novembre 2022**

Les familles de la Riviera ont été nombreuses à embarquer pour une odyssée culinaire sur la planète Alimentarium. Plus de 850 visiteur-euse-s ont parcouru l'exposition *FOOD2049*, à la recherche de la forme que prendra la nourriture de demain. Les innovations d'hier étant devenues les classiques d'aujourd'hui, les guides du musée ont jalonné la visite de commentaires sur des objets incontournables de l'exposition, du cube de bouillon Maggi aux apéricubes pour les astronautes de la mission spatiale Apollo 11. En cuisine, véritable casse-tête gourmand, des Rubikscubes en chocolat ont été confectionnés par une soixantaine de familles.

- **Le Programme festif des Fêtes,
du 27 décembre 2022 au 8 janvier 2023**

Durant les vacances de Noël, plus de 700 personnes ont pu assister à une animation autour de la galette des rois. Nos pâtissières et pâtissiers ont transmis leur savoir-faire tout en racontant les origines et significations de cette tradition. Cette démonstration culinaire ponctuée d'un moment convivial de dégustation était proposée à tous-tes les visiteur-euse-s du musée.



Activités à la JuniorAcademy et à la FoodAcademy



- **Publics «Scolaires»** : l'activité « hors murs » intitulée « Éveil au goût » a été reconduite pour la 6^e année consécutive auprès des petites classes (2P) des écoles de la Tour-de-Peilz : 13 classes enfantines y participent avec 35 sessions, dont 28 en classe et 7 dans les cuisines de la JuniorAcademy.

Les « Matinées à la JuniorAcademy » ainsi que les « Après-midi à la JuniorAcademy », par contre, ont connu en 2022 une baisse de fréquentation qui peut s'expliquer par la réduction des moyens alloués aux enseignant-e-s pour les activités parascolaires. Un projet de partenariat avec les écoles de la région vise à reconduire ces activités en nombre en 2023. On remarque en revanche une forte hausse de fréquentation pour les ateliers culinaires proposés à la FoodAcademy aux classes des degrés 8S-11S (dès 12 ans) ainsi qu'aux degrés post-obligatoires. Cette demande sera adressée par de nouvelles prestations en 2023.

- **Publics « Juniors »** : tout au long de l'année, le jeune public a mis les mains à la pâte pour sceller les grands moments de l'année : Pâques, Halloween, la Fête des Mères, Noël. Ces « Ateliers festifs » ont connu le même succès que l'année précédente, avec 127 participant-e-s. Pendant les vacances également, les enfants ont eu la possibilité de réaliser des menus et des goûters gourmands et équilibrés à la JuniorAcademy. Cette proposition rencontre toujours plus de succès. Les « Anniversaires », un « must » de la palette d'activités proposée à notre jeune public, ne désemplissent pas, avec plus de 1234 participant-e-s en 2022.

- **Publics « Familles »** : pour répondre à la demande croissante des familles et favoriser des activités intergénérationnelles, l'atelier « FoodCroc' » a été lancé en septembre 2022, invitant les familles ainsi que tous-tes les visiteur-euse-s du musée à une activité participative tous les dimanches et tous les jours des vacances scolaires.

- **Publics « Adultes »** : toujours au rendez-vous, les curieux-ses de gastronomie continuent à réaliser tous les samedis des « Recettes de saison » sous la houlette de nos chefs.

- **Publics « Seniors »** : nos « Lunch & Visit », combinant repas au Restaurant et visite guidée de l'exposition temporaire, ont remporté un franc succès, avec 72 participant-e-s, soit presque le double de l'année précédente, grâce à un partenariat conclu avec le magazine Générations.

Partenariats culturels

- **Marché Pro Specie Rara, 1^{er} mai 2022**

Le marché aux plantons s'est tenu devant le musée, invitant la population à pratiquer le jardinage et à cultiver la biodiversité, prenant exemple sur le potager du musée.



- **Festival Images, du 3 au 25 septembre 2022**

À l'occasion de la biennale « Vevey Images », le Jardin de l'Alimentarium a accueilli l'exposition de l'artiste russo-américaine Anastasia Samoylova. La série de photographies « Breakfasts » met en scène le plus important repas de la journée. L'artiste y dispose nourriture et livres d'images, en rendant hommage à ses mentors.

- **La Semaine du Goût, 17 septembre 2022**

Dans le cadre de la Semaine du Goût, une brigade de cuisine « junior » a été mise sur pied, coachée par les animateur-rice-s de la FoodAcademy : élaboration d'un menu complet, dressage, service à table, le « Resto des P'tits Chefs » a permis à plus de 15 participant-e-s de s'initier à la gestion d'un restaurant.

Comme chaque année, des événements organisés avec des partenaires externes sont venus agrémenter la vie du musée !
Petit tour d'horizon :

- **Les Rues Gourmandes, mai 2022**

Organisé par le Lions Club, cet événement a proposé un parcours géant dans la ville de Vevey avec un arrêt dans notre jardin potager, où se sont déroulées des démonstrations et des dégustations en continu. Environ 300 personnes ont répondu présentes.

- **École des Nations de Genève, mai 2022**

Un programme «sur mesure» a été concocté spécialement pour cette école: ateliers, jeux pédagogiques, lunch, activités et animations diverses à l'intérieur et dans notre jardin potager ont rythmé la journée des élèves. Une cinquantaine d'enfants ont eu la chance de participer à cette journée unique !

- **PopScience Lyon, mai 2022**

Notre conservateur, Nicolas Godinot, est intervenu dans le cadre d'un événement organisé par le dispositif Pop'Sciences Jeunes, au cours duquel des élèves de seconde du Lycée professionnel Magenta (Villeurbanne) ont participé à la construction d'un débat sur la thématique de l'alimentation.

- **Uni Distance Suisse, septembre 2022**

Organisation de conférences, d'animations et de visites guidées avec lunch, pour environ 80 personnes

- **MuseumXTD: Insuffler la pensée numérique dans les petits et moyens musées, octobre 2022**

L'Alimentarium a participé à cette table ronde avec pour thème «Studios et agences, partenaires de la transition numérique des musées»

- **Concours «Papilles en fête», Alzheimer Vaud, novembre 2022**

Pour la 3^e année consécutive, ce concours de cuisine ouvert à tous les EMS concernés par la maladie d'Alzheimer a été organisé à l'Alimentarium. Chaque EMS présente une entrée, un plat principal et un dessert « revisités » mais surtout « restructurés ». L'idée est de proposer un menu qui peut être mangé et savouré avec les doigts, par les pensionnaires de ces institutions.

- **Cours ICOM « Le multimédia au musée: 'Making it work!' », 14.11.2022**

Notre conservateur Nicolas Godinot a développé et donné un cours d'une journée aux membres de l'ICOM sur les tenants et aboutissants de l'utilisation des outils numériques dans le monde muséal.

- **Don du sang**

Tout au long de l'année, l'Alimentarium soutient la collecte de sang et met à disposition ses espaces pour la collecte de dons. En 2022, ce sont 4 journées qui ont été organisées pour soutenir cette œuvre sanitaire importante.

Location de salle

L'année 2022 a débuté avec quelques mesures COVID encore actives jusqu'au mois de février: cela a eu comme conséquence une reprise lente de nos locations d'espaces pour des activités de groupe. Petit à petit, tout au long de l'année, la vie événementielle a repris et nos espaces se sont à nouveau animés! Nous avons ainsi remarqué un intérêt grandissant pour la location de notre *FoodAcademy*, située au rez-de-chaussée: différents événements culinaires se sont produits, notamment pour une ambassade ou diverses entités Nestlé (Nestlé Health Science en mai ou Nespresso). De plus, une partie de la *Verrière* peut être privatisée, ce qui augmente l'attractivité de cet espace unique. En été, c'est toujours notre *Terrasse* qui est privilégiée, que ce soit pour des apéritifs de mariage ou l'organisation d'une soirée d'entreprise avec, par exemple, une paella géante!

c. Restauration & Shop

Restauration

Dès le mois de décembre, l'activité du restaurant self-service telle qu'elle existait depuis 2016 a cessé : en effet, l'Alimentarium doit se recentrer sur les activités liées à son cœur de métier, alignées sur sa mission et sur ses objectifs. La baisse de fréquentation des institutions culturelles ces dernières années, couplée à l'inflation, notamment du coût des aliments, ont aggravé les déficits. Dans ce contexte, c'est le restaurant qui générerait les pertes les plus importantes, sans qu'il semble possible de les juguler. Or la restauration de midi pour le tout public n'est pas une mission fondamentale de l'Alimentarium. L'espace de la cuisine reprend ainsi sa fonction première d'espace de démonstrations, afin de proposer des expériences culinaires originales et engageantes faisant partie intégrante de la visite du musée.

Le *Café* quant à lui poursuit ses activités : son espace a été agrandi et il offre toujours à ses visiteur·euse·s la possibilité de s'asseoir, de se détendre et de profiter de son Lounge accueillant. Il continue également de proposer des boissons et de la petite restauration tout au long de la journée, aux heures d'ouverture du Musée.

Shop

En 2022, le *Shop* a poursuivi la vente en ligne avec une sélection d'une cinquantaine de produits phares qui était également en vente dans le *Shop* « traditionnel ». En raison d'un nombre insuffisant de ventes et d'un manque de place pour le stockage, il a été décidé de suspendre ses activités en ligne à la fin du mois de septembre. L'accent a ainsi été mis sur la mise en avant des produits encore en stock, afin de pouvoir renouveler notre gamme de produits dans un souci d'éco-responsabilité.

En fin d'année et dans le cadre du réaménagement de nos espaces, une partie du *Shop* a été déplacée de l'espace *Café*, pour retourner devant l'*Accueil* du Musée comme cela avait été le cas avant les travaux du Musée en 2016, permettant ainsi au *Café* d'étendre ses tables et autres fauteuils Lounge.

d. Projets numériques

The Tree of Edibles

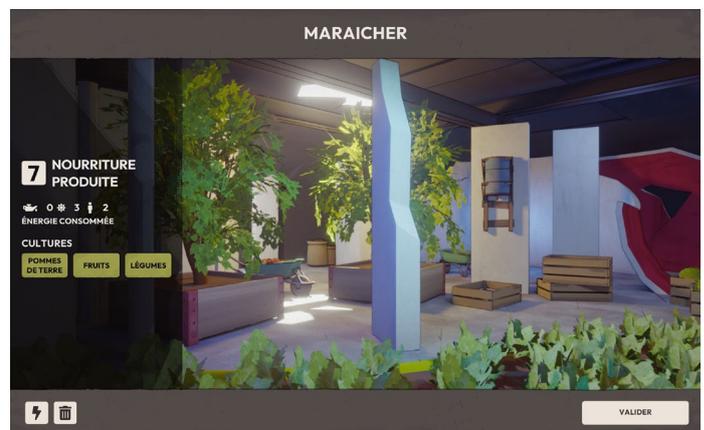
Avec le projet The Tree of Edibles, nous avons l'ambition de co-développer un produit digital pour faire participer les utilisatrices et utilisateurs à une exploration interactive des relations entre la nourriture et les organismes vivants, dans une structure incorporant science citoyenne et expertise scientifique en biologie, en anthropologie et dans d'autres domaines d'expertise. Ce projet reposera sur la construction et la gestion d'une base de données, mise à disposition à des fins de recherche pour la communauté scientifique.

Dans la pratique, ce projet vise à proposer une interface simple et facile d'utilisation permettant aux personnes de visualiser l'ensemble des organismes vivants, animaux ou végétaux, contribuant à notre alimentation. L'application comprendra notamment un explorateur d'espèces vivantes consommées par l'humain (vue phylogénétique), ainsi qu'un explorateur de réseau de productions d'aliments permettant de visualiser l'ensemble des organismes impliqués dans l'élaboration d'une recette culinaire. Un système de filtres permettra d'observer l'impact de divers régimes alimentaires sur l'exploitation des espèces. Cette application implique la participation d'usager-ère-s à la création d'une vaste base de données de produits alimentaires et de recettes. Ces données d'usager-ère-s usager-ère-s individuel-le-s seront articulées à des données scientifiques portant sur les organismes vivants et sur des processus de production d'aliments complexes. Afin d'engager une audience et des collaborateur-ric-e-s spécialisé-e-s (chercheuses et développeurs), l'application fournira en outre un endpoint SPARQL permettant d'accéder à sa base de données. Ce projet, initié en 2021, sera poursuivi tout au long de l'année 2023.

Escape Game

AL2049, c'est le nom du jeu développé par l'Alimentarium en 2022, en collaboration avec des chercheur-euse-s du laboratoire d'innovation pédagogique de l'université de Genève. Prolongeant l'exposition temporaire *FOOD2049*, cet Escape Game se joue seul-e, à plusieurs ou en équipes, sur une tablette dédiée au musée, ou en ligne. Inspiré de la science-fiction, il projette les joueur-euse-s dans un Alimentarium du futur à l'ambiance sombre : dans le musée vide et abandonné, devront (sur)vivre 30 personnes en investissant les différentes salles, grâce à l'astucieux simulateur du professeur ALix. Les joueur-euse-s disposent de crédits pour établir des cultures végétales, de l'élevage, un restaurant, des ateliers de transformation ou encore un laboratoire de recherche... Mais attention, le temps est compté et les ressources sont limitées ! À destination d'un large public, l'Escape Game a également été conçu pour être aligné aux objectifs spécifiques du Plan d'études romand (PER). La version sur tablette au musée et son pendant en ligne sont des outils utiles à disposition de tous-tes les enseignant-e-s, d'ici ou d'ailleurs, pour nourrir avec leurs élèves la discussion et les réflexions autour des enjeux de durabilité du système alimentaire.

Un soft launch sous forme de test avec des écoles de la région a été effectué dans le courant de l'automne et a rencontré un vif succès ! Le lancement « officiel » du jeu se fera au début de l'année 2023, pour le grand public, en français et en anglais.



e. Engagement numérique

En 2022, l'Alimentarium a poursuivi ses actions d'engagement numérique afin de renforcer sa présence en ligne et accroître la taille de sa communauté, tout en cherchant de nouvelles opportunités.

La stratégie de contenu a été précisée et recentrée autour des attentes du public. Plus adaptée aux réalités des différents réseaux sociaux et de leurs audiences respectives, cette approche nous a permis de différencier davantage nos contenus : sur Instagram, le Musée a valorisé le contenu savant existant à travers des publications claires et concises sur un thème donné, en lien avec le calendrier, tout en proposant des contenus exclusifs sous forme de photoreportages. En 2022, la communauté sur cette plateforme a augmenté de **25%**. Sur Facebook, le Musée a relayé ses activités, les informations sur les expositions et les événements, avec notamment la mise en place d'un jeu-concours mêlant participation en ligne et visite sur site. En 2022, la communauté sur cette plateforme a augmenté de **3%**. Sur LinkedIn, c'est l'amplification via les membres de l'équipe qui a été encouragée à travers des publications présentant les partenariats et les activités institutionnelles du Musée. Le rôle de Boris Wastiau en tant qu'ambassadeur de l'Alimentarium a également été mobilisé. Grâce à cela, la communauté sur cette plateforme a augmenté de **157%**. Cette nouvelle stratégie a permis au Musée d'accroître son taux d'engagement dès le début de son implémentation. Une tendance qui s'est confirmée tout au long de l'année avec un total de **359 477** interactions combinées sur tous les canaux sociaux. En comparant 2021 à 2022 sur les mêmes canaux, le nombre d'interactions a augmenté de **276%**.

Des outils numériques ont été développés spécifiquement dans le cadre de l'exposition temporaire en cours, afin d'accroître l'engagement de notre audience :

- **Quizz FOOD2049** : outre les publications, l'engagement a également été recherché en exploitant de nouvelles opportunités d'action digitales, notamment avec le développement d'un quizz en ligne basé sur l'exposition temporaire *FOOD2049*. Avec un total de **850** interactions et un taux d'achèvement de **80%**, ce quizz a contribué à accroître l'engagement du public avec l'exposition temporaire en lui conférant une facette plus ludique. Les résultats du quizz pouvaient être partagés sur les réseaux sociaux, encourageant ainsi les utilisateur·rice·s à parler de l'exposition et à en faire la promotion auprès de leur communauté.
- **Filtre AR** : en offrant une expérience interactive, la création d'un filtre AR Instagram et Facebook basé sur l'exposition temporaire *FOOD2049* nous a aidé à promouvoir l'exposition auprès d'un public plus jeune, avec **61%** des interactions provenant des 13 à 24 ans sur un total de 800 interactions.
- **Groupe Facebook FOOD2049** : la création de ce groupe Facebook visait à fournir un lieu d'échange pour le public, en permettant aux membres de discuter et de partager leurs réflexions sur l'alimentation du futur. Malheureusement, le groupe n'a pas généré l'engagement escompté et les contributions ont été rares. D'autres approches seront envisagées dans le futur pour inciter les membres à participer davantage, telles que la promotion du groupe sur d'autres plateformes ou la mise en place d'activités interactives pour les membres. Sur le site web, bien que le trafic ait un peu ralenti en comparaison à l'année précédente, on peut encore trouver des informations intéressantes dans les domaines de l'âge, du sexe et de la localisation. En 2022, le groupe démographique qui connaît la plus forte croissance sur toutes les plateformes reste celui des 18-24 ans **+26 %**.

f. Communication & marketing

Presse

Le début d'année a été marqué par la participation de l'Alimentarium à une émission de la RSI appelée Il Giardino di Albert. Notre conservateur Nicolas Godinot a été interviewé dans les différents espaces du musée tout en répondant aux questions du journaliste. Une jolie visibilité pour l'Alimentarium grâce à cette émission populaire en Suisse italienne et le signe que nous sommes de plus en plus contactés en tant qu'expert-e-s de l'alimentation et de la nutrition ! Avec l'arrivée du nouveau directeur à la tête de l'Alimentarium, annoncé déjà en novembre 2021, une réorientation stratégique a eu lieu tout au long de l'année et deux communications aux médias ont été envoyées, ce qui est la moitié moins que les années précédentes. Les retombées ont tout de même été très satisfaisantes, notamment pour le lancement de l'exposition temporaire FOOD2049!



HEIDI.NEWS
LES SCIENTIFIQUES DE L'INFO

ÉDUCATION SCIENCES ALIMENTATION LES EXPLORATIONS NOS TABLEAUX DE BORD

ALIMENTATION | INTERVIEW
Publié le 23 mai 2022 16:30. Modifié le 31 août 2022 14:31.

Expo rétrofuturiste à l'Alimentarium: «La perte de variété gustative est dystopique»

par [Nina Schretr](#)

Que mangions-nous en 2049? C'est la question rétrofuturiste que s'est posée l'Alimentarium pour sa nouvelle exposition temporaire,

Communiqués de presse et dossier de presse :

1. FOOD2049 – 19 mai 2022

Un dossier de presse et un communiqué ont été envoyés pour le lancement de l'exposition temporaire de l'année. À cette occasion, une conférence de presse a également été organisée, réunissant 12 journalistes et 1 photographe de Keystone-ATS. Un déjeuner a été organisé à l'issue de la visite et des interviews

ont encore été réalisés en tout début d'après-midi. Les médias romands (print, web, radio ou TV, généralistes ou spécialisés) ont accueilli de façon très enthousiaste cette nouvelle exposition avec plusieurs articles/émissions de qualité, notamment dans HeidiNews, Le Temps, 24 heures, Blick.ch, RTS La 1ère/Forum ou encore Hôtellerie-Gastronomie.

2. L'Alimentarium renouvelle ses activités en 2023 – 10 novembre 2022

Suite à la décision de réaménager les espaces et de cesser l'activité de la cuisine en self-service, un communiqué de presse a été envoyé afin d'annoncer ces changements et les perspectives 2023. Quelques médias ont repris l'information mais seul le journal Riviera Chablais a consacré un article à ce sujet. D'autres médias ont montré de l'intérêt pour les nouveautés 2023, mais plutôt en début d'année suivante.

226 articles sont parus sur/ou mentionnant l'Alimentarium en 2022, et en termes de valeur équivalent- annonce ces retombées se montent à CHF 445 610. -, ce qui en fait une bonne année en termes de présence média, même si ce montant a clairement baissé en comparaison aux années précédentes. À noter aussi que l'émission de la RTS A bon entendre «Substituts de viande: de la bonne conscience, du sel et des graisse» dans laquelle l'Alimentarium a participé, est valorisée à hauteur de CHF 186'700.-. Un joli succès qui montre que l'Alimentarium a su, encore cette année, rester sur le devant de la scène médiatique malgré la situation particulière liée à sa réorientation stratégique.

Plan média, partenariats & actions marketing

Le plan média et les actions marketing ont été pensés pour soutenir les actions et activités de l'Alimentarium au cours de l'année. Ont été réalisés:

- Campagnes d'affichage pour le lancement de l'exposition temporaire en mai (VD, FR, BE).
- Annonces presse et publiereportage au niveau national (Suisse romande et Suisse allemande).
- Création de tous les supports de promotion: brochures, flyers, affiches et bache.
- Deux partenariats média ont vu le jour: l'un avec un journal régional, le Riviera Chablais et l'autre avec Media one, premier prestataire de radios en Suisse Romande. Les actualités du musée ont été relayées tout au long de l'année avec des annonces, reportages ou encore concours pour l'exposition.

- Actions de promotions ciblées avec des partenaires comme Loisirs.ch, le site VaudFamille ou encore Railway et la CGN pour promouvoir nos activités numériques et physiques.
- D'autres partenariats ont continué, notamment pour le public Seniors avec le magazine Générations ou encore avec Fit4Future pour les enfants et les écoles. Dans le cadre de ce dernier, une présentation a été faite aux enseignants·e·s de Suisse romande des activités écoles ainsi que de nos contenus en ligne, en lien avec le PER. Près de 40 personnes ont assisté à cette séance.
- Envoi régulier des activités aux agendas régionaux, touristiques et culturels.
- Enfin, la collaboration avec les partenaires touristiques s'est poursuivie, grâce à la promotion de nos activités auprès de leurs partenaires et autres TO, ainsi qu'avec notre participation à différents événements et rencontres tout au long de l'année.

La fin d'année a été marquée par la mise en place des premières actions du programme Alimentarium 2025, avec notamment le début du projet de reformulation du positionnement, de la vision et de la mission de l'institution. Les premiers jalons d'une nouvelle stratégie de communication et d'engagement ont été posés, le tout se déploiera sur les prochaines années.

LE TEMPS

SE CONNECTER SERVICES

RUBRIQUES EN CONTINU BLOGS VIDÉOS CHAPPATTE MULTIMÉDIA ÉVÉNEMENTS EPAPER/PDF

RECHERCHER

Accueil Société Comment la science-fiction d'hier fantasmait l'alimentation «du futur»... et ses crises?

FOOD

Comment la science-fiction d'hier fantasmait l'alimentation «du futur»... et ses crises?



De Thomas More à Star Trek, auteurs, scientifiques et citoyens ont imaginé les scénarii les plus fous en matière alimentaires. En plein débat sur l'éventualité d'une crise, l'exposition rétro-futuriste qui ouvre ce 20 mai à Vevey tombe à pic



B) Ressources humaines

Comme chaque année, des changements, optimisations et adaptations ont été effectués sur le plan des ressources humaines.

Priorités – Change management

En 2022, un nouveau directeur est arrivé à la tête de l'Alimentarium : dès le 1^{er} avril 2022, M. Boris Wastiau, a repris les rênes de l'institution.

La priorité a été mise dans l'analyse interne précise et détaillée des finances, des performances et des prestations de l'Alimentarium, portant sur les 11 dernières années. En effet, comme chaque institution, l'Alimentarium revoit régulièrement sa stratégie, sa direction et son fonctionnement opérationnel. Il s'en est suivi un recentrement sur des activités liées à sa mission fondamentale.

Dans ce contexte, l'Alimentarium a choisi de réaménager certains de ses espaces et de repenser ses activités, dans un souci de durabilité et d'inclusivité.

Organisation

La décision de réaménager les espaces a affecté certains collaborateurs.trices de l'Alimentarium, et notamment l'équipe du restaurant. Chaque personne impliquée dans ces changements a été accompagnée et soutenue tant par la Direction de l'Alimentarium que par les Ressources Humaines de Nestlé, afin de trouver la meilleure solution possible.

Arrivées et départs

Deux responsables ont quitté l'Alimentarium afin de consacrer plus de temps à d'autres activités et concrétiser de nouveaux projets : Mme Jelena Ristic, conservatrice et M. Philippe Ligron, responsable de la *FoodExperience*.

Nous avons accueilli, dès le 1^{er} mars, une nouvelle responsable de la médiation culturelle, Mme Mercedes Gulin Koch. Le 13 octobre, c'est une nouvelle conservatrice en charge de la collection, Mme Marie Desmartis, qui nous a rejoints.

Formation

Comme chaque année, la priorité a été donnée aux cours de premiers secours et à la sécurité.

Plusieurs formations internes ont été suivies en *eLearning* concernant, entre autres, la sécurité et la confidentialité des données ainsi que l'éco-responsabilité.

C) Résultats d'exploitation

Après deux années marquées par les effets de la pandémie de Covid-19, l'année 2022 a vu ses chiffres remonter sensiblement. Ainsi, la fréquentation est en hausse de 15% et les recettes ont suivi aussi cette tendance, avec une augmentation de 26% comparé à l'année précédente.

Dépense moyenne des visiteurs

2019	CHF 27.90
2020	CHF 25.35
2021	CHF 24.08
2022	CHF 26.26

Évolution des résultats annuels

	2019	2020	2021	2022
Chiffres d'affaires	1 482 962	880 330	999 132	1 256 599
Nombre d'entrées	53 162	34 728	41 490	47 858

Autofinancement

Grâce à la reprise des activités du Musée, le taux d'autofinancement est en hausse de 24% par rapport à 2021:

	2021	2022
Contribution Nestlé	81%	79%
Autofinancement	19%	21%

3. Corporate Governance

Conseil de fondation

Membres du Conseil de fondation

Eugenio Simioni, président

CEO Nestlé Suisse S.A.

Stephan Schleiss, vice-président

Conseiller d'État du canton de Zoug

Lilianne Bruggmann

Responsable du Secteur Nutrition,
Office fédéral de la sécurité alimentaire
et des affaires vétérinaires

Pierre Dillenbourg (jusqu'au 26.10.22)

Professeur EPF de Lausanne

Felix Escher

Professeur émérite ETH de Zurich

Alexandra Melchior

Municipale de la commune de Vevey

Philippe Leuba (jusqu'au 17.03.22)

Conseiller d'État du canton de Vaud

Barbara Orland

Privat-docent d'histoire des sciences
et des techniques, Université de Bâle

Jean-Christophe Thiébaud

Head of Legal & Corporate Affairs Nestlé Suisse S.A.

Heike Steiling (dès le 17.03.22)

Head of NPTC Dairy, Konolfingen

Jelena Trajkovic Karamata

Head of IT Switzerland, Nestlé NOWS

Roland Wetzel

Directeur du Museum Tinguely, Bâle

Comité du Conseil de fondation

Dans le but de soutenir la direction dans la gestion de l'institution, le Conseil de fondation a créé un Comité.

Membres du Comité

Eugenio Simioni, président du Conseil de fondation

CEO Nestlé Suisse S.A.

Stephan Schleiss vice-président du Conseil de fondation

Conseiller d'État du canton de Zoug

Jelena Trajkovic Karamata

Head of IT Switzerland, Nestlé NOWS

Direction Alimentarium

