



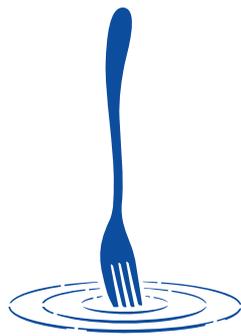
Nestlé

alimentarium
une fondation Nestlé

RAPPORT ANNUEL 2023

Alimentarium
Musée de l'alimentation
Quai Perdonnet 25
CH-1800 Vevey
www.alimentarium.org

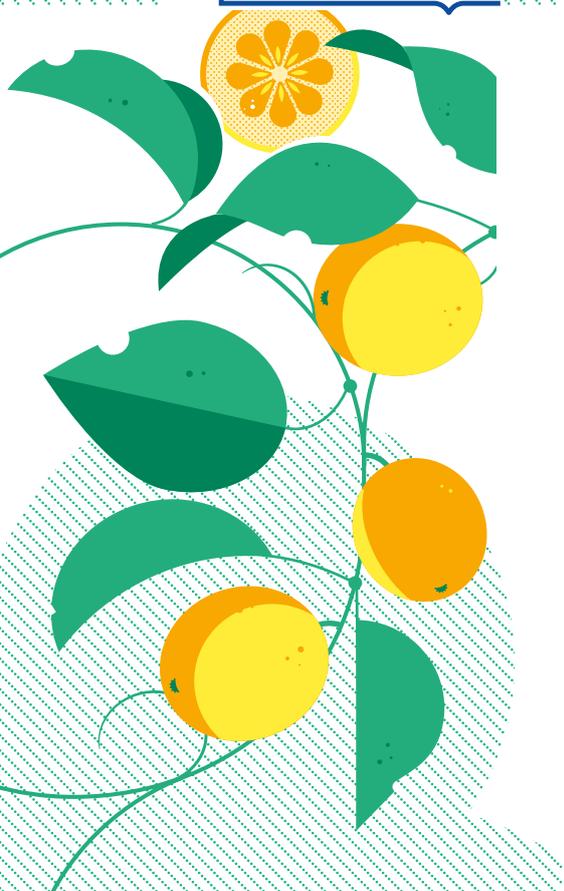




sommaire

1. MESSAGE DU DIRECTEUR	5
2. ACTIVITÉS ET CHIFFRES	6
A. L'EXPÉRIENCE ALIMENTARIUM	6
SCÉNOGRAPHIE	6
COLLECTIONS	8
MÉDIATION CULTURELLE	10
B. RESSOURCES HUMAINES	19
C. RÉSULTATS D'EXPLOITATION	20
3. GOUVERNANCE	21
D. CONSEIL DE FONDATION	21
E. COMITÉ DU CONSEIL DE FONDATION	22
F. ORGANIGRAMME DE L'ALIMENTARIUM	22
4. STATISTIQUES ET CHIFFRES-CLÉS	23
G. SITE WEB	23
H. RÉSEAUX SOCIAUX	25
I. ÉVOLUTION DES RÉSULTATS ANNUELS	27

1. MESSAGE DU DIRECTEUR



L'année écoulée a vu se confirmer le regain de fréquentation de l'Alimentarium, qui s'est établie tout juste au-dessous du seuil des 50'000 entrées, soit 9% de plus qu'en 2022. Après le décrochage de l'exposition FOOD2049, à la fin du mois de mars, la galerie consacrée aux expositions temporaires a été transformée en espace de rencontres et de découvertes. On y trouve depuis un petit amphithéâtre qui accueille presque tous les jours des démonstrations scientifiques, et régulièrement des tables rondes avec des invité-e-s des domaines scientifique, culturel ou associatif, rencontres transmises en ligne pour celles et ceux qui ne peuvent se joindre à nous. L'Espace de découverte présente en permanence près de quarante machines et instruments scientifiques issus de l'industrie alimentaire. Il y a aussi des cimaises qui nous ont permis de présenter deux expositions de photographies, l'une consacrée aux microbiomes, l'autre à des natures mortes réalisées par la photographe Myriam Ramel. En termes d'expositions, la Salle Nestlé a fait l'objet d'un remaniement complet et présente une sélection inédite de produits industriels tout à fait étonnants, comme cette boîte de lait concentré qui aurait passé la cordillère des Andes à bord du dirigeable LZ 127 «Graf Zeppelin» dans les années 1920. Au Café, ce sont plus d'une centaine de pièces uniques liées à la consommation du café, thé et chocolat, ainsi que des gâteaux et autres *comfort foods* qui sont exposées depuis le printemps. À l'extérieur, le jardin potager a pu s'étendre, grâce à la déminéralisation de plusieurs espaces, et ainsi accroître encore la diversité des plantations.

Depuis le mois d'avril, une toute nouvelle grille de programmation donne un rythme inédit aux journées, aux semaines... aux saisons, au fil desquelles, avec nos nombreux partenaires, nous nous assurons qu'il se passe toujours quelque chose à l'Alimentarium. De la fête de la Saint-Martin à la Semaine du goût, de la journée mondiale du Microbiome à la Nuit des musées, en passant par une myriade de rencontres et d'événements plus intimes, l'Alimentarium aura accueilli beaucoup d'émotion et beaucoup de partage.

Un chantier des collections sans précédent aura aussi marqué 2023. Déménagement des collections jusque-là conservées à Broc, près de la maison Cailler, et cession d'une partie de celles-ci. Désherbage, réorganisation, reconditionnement et récolement des collections à Vevey, avec sur ce chemin parfois cahoteux quelques bonnes surprises, comme la découverte d'échantillons de pains vieux d'environ 5'800 ans provenant du village de Twann, ou un registre de vente d'une plantation esclavagiste de canne à sucre à Saint-Domingue, datant de 1770.

Boris Wastiau
Directeur de l'Alimentarium



*Boris Wastiau
& Martin Schärer*

En décembre nous apprenions avec tristesse le décès de Martin Schärer, directeur fondateur de l'Alimentarium, qu'il aura dirigé jusqu'en 2010. Dans les années 1980 et 1990, Martin Schärer fut un visionnaire dans les domaines de la muséologie et de la médiation, faisant de l'Alimentarium un musée remarquablement fréquenté pour sa taille et sa localisation et lui donnant une renommée internationale.

2. ACTIVITÉS ET CHIFFRES

A. L'EXPÉRIENCE ALIMENTARIUM

SCÉNOGRAPHIE

Exposition temporaire : FOOD2049

Cette exposition temporaire a été ouverte jusqu'au 20 mars. Que mangerons-nous en 2049? Vivrons-nous dans un monde dystopique où l'aliment unique prend des allures effrayantes de solution radicale? Ou plutôt dans un pays de cocagne *high-tech* où la faim est un fléau du passé? La science-fiction et les œuvres d'anticipation ont depuis toujours imaginé la manière dont les humains pourraient s'alimenter dans un futur plus ou moins lointain. FOOD2049 nous a permis de plonger dans le passé pour explorer ces imaginaires forgés par la culture populaire et les mettre en regard des tendances, innovations et projections scientifiques actuelles. Son titre fait écho au film culte de science-fiction *Blade Runner* et à son récent «remake» *Blade Runner 2049*.

Espace de découverte

Un changement de cap important a été acté au deuxième étage du musée, où l'espace anciennement dévolu aux expositions temporaires a mué en un Espace de découverte accueillant et polyvalent. Équipé d'un amphithéâtre d'une trentaine de places et d'un système de captation et retransmission vidéo il est devenu un lieu de partage et de rencontres, mais pas seulement! Il ouvre également les portes de l'imagination et de la contemplation grâce à la quarantaine de machines et instruments de mesures qui ont été sélectionnés dans nos collections afin d'évoquer une histoire qui se déroule habituellement en coulisses, à savoir celle de la transformation des aliments. De la «chaudière à vide» à «l'écumeuse par centrifugation», ces objets attestent de l'inventivité et du soin déployés dans le domaine de la production alimentaire, à la jonction entre savoir-faire et innovation.

À l'image de l'Alimentarium, ce lieu a plusieurs facettes. Nous vous y invitons à l'exploration, à la réflexion et à l'échange autour de sujets en lien avec l'alimentation et la nutrition. Approchez-vous et venez participer à une animation. Prenez place et passionnez-vous pour une conférence ou un débat. Flânez et laissez-vous surprendre par notre collection de machines et d'instruments de laboratoire... Ici, le dialogue est ouvert.

Ce n'est pas tout! Des cimaises ont encore été disposées dans cet espace afin de pouvoir présenter des expositions de photographies en lien avec l'actualité du musée. Deux expositions aussi différentes que fascinantes ont ainsi déjà pu émerveiller le public en 2023.

EXPO PHOTO — MAGNIFIQUES MICROBIOMES DU 1^{ER} JUILLET AU 10 SEPTEMBRE

Microbes, microbiotes, micro-organismes? L'infiniment petit vu sous la loupe du microscope! Zoom sur un monde caché qui grouille de vie. Tout un bal de microbes dansants, de levures farceuses et de joyeux virus qui animent nos assiettes et notre tube digestif. → Cette exposition de photographies a été réalisée en collaboration avec le NCCR-Microbiome et Nestlé Research, à l'occasion de la journée internationale du microbiome



EXPO PHOTO — SO ROOTS! DU 11 SEPTEMBRE AU 28 JANVIER

Tout juste sorti-e-s de terre, panais, choux-raves, navets et betteraves posent pour un portrait de plein pied, sous les projecteurs de la photographe Myriam Ramel.



Salle Nestlé

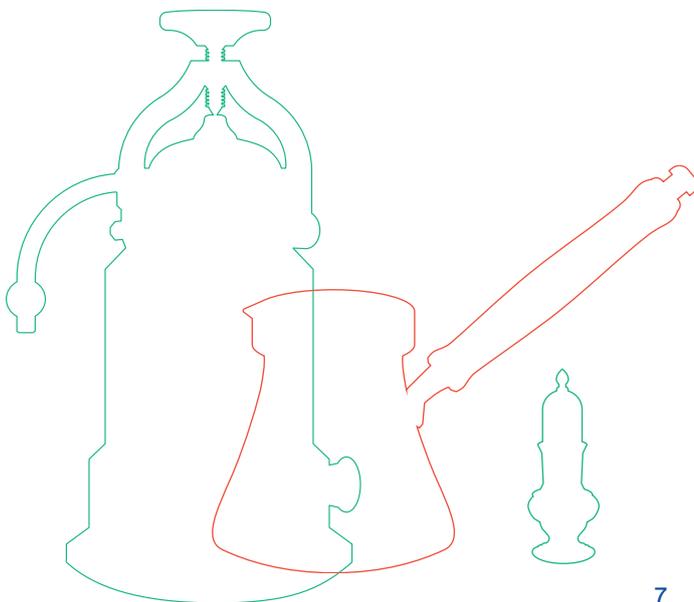
En mars 2023 les quatre vitrines de la Salle Nestlé ont été complètement remaniées pour présenter quelques jalons de l'histoire de l'industrie agroalimentaire dans cette pièce de l'Alimentarium qui a conservé son apparence historique.

Cette présentation est également accessible sur le site web de l'Alimentarium, dans la section consacrée aux expositions virtuelles.

Dans l'unique pièce de l'Alimentarium qui a conservé son apparence historique - de 1921 à 1936 elle a servi de bureau à la Direction générale de Nestlé & Anglo-Swiss Condensed Milk Company – on retrace les grandes étapes de l'aventure industrielle initiée en 1867 par Henri Nestlé. Une centaine d'objets et un écran interactif avec une ligne du temps et des images d'archives vous plongent dans une époque d'effervescence entrepreneuriale à l'origine de ce qui est devenu l'industrie agroalimentaire. Vous découvrez l'histoire de la petite entreprise veveysanne fondée par un assistant pharmacien d'origine allemande devenue aujourd'hui l'un des principaux acteurs de ce secteur. Un parcours qui fut jalonné par le développement de produits novateurs, mais aussi des échecs, des alliances et des acquisitions.

Café

Notre Café dispose non seulement d'une vue magnifique mais il offre désormais une fenêtre sur l'histoire de la consommation des produits en lien avec le plaisir que sont le café, le thé, le sucre, le chocolat ou encore les biscuits et gâteaux à travers une sélection d'une centaine d'objets hautement qualitatifs exposés dans une trentaine de vitrines qui sont autant d'écrans. De quoi associer le plaisir des yeux au plaisir gustatif pour créer une expérience encore plus mémorable pour nos visiteurs.



COLLECTIONS

L'année 2023 a été une année plus que riche en mouvements au sein des collections de l'Alimentarium !

Politique d'acquisition

La rédaction d'une politique d'acquisition conforme aux directives de l'ICOM, adoptée en mars, a été l'occasion d'une réflexion approfondie sur les axes de développement de la collection et les modalités d'acquisition et de cession des objets. Ce document de référence accessible au public sur notre site internet encadre désormais toute décision concernant les mouvements au sein des collections.

Prêts

L'équipe de conservation et restauration de l'Alimentarium accueille toujours avec grand plaisir les demandes de prêts d'autres institutions muséales dans une volonté d'entraide et d'enrichissement mutuel. En 2023 plusieurs de nos objets ont voyagé pour être exposés en-dehors de nos murs.

- › Un bocal de cornichons au musée de Carouge pour l'exposition « Espèce de Cornichon ! » de janvier à juin 2023
- › Cinq objets au Château de Morges pour l'exposition « Y'a le feu au Lac ! » du 9 novembre 2023 au 15 décembre 2024.

Acquisitions

De nouveaux objets sont venus enrichir les collections grâce à des dons : par exemple un modèle de tire-lait d'hôpital des années 1970 (don de Mme Rodoni), une collection de biberons anciens (don de Mme Müller) ou encore une nature morte en photo de l'artiste néerlandaise Louise te Poele (ci-contre). Le musée de Carouge a par ailleurs fait don à l'Alimentarium d'une série de documents anciens en lien avec le cornichon suite à l'exposition « Espèce de Cornichon ! » Un grand merci à nos généreuses donatrices !



Chantier des collections

2023 a été aussi l'année d'un remue-ménage de grande ampleur dans les dépôts des collections de l'Alimentarium. Nous avons déménagé l'essentiel de ce qui se trouvait dans notre dépôt situé à Broc, en Gruyère. La collection de machines issues de l'industrie alimentaire qu'il abritait a ainsi été redistribuée. Une partie a été rapatriée au sein du musée et donnée à voir à l'Espace de découverte, une autre a été déménagée dans notre dépôt de Vevey, tandis que d'autres pièces encore, trop encombrantes ou ne correspondant pas à notre politique d'acquisition, ont été cédées à d'autres institutions, notamment le futur parc du chocolat Cailler, un moutardier dijonnais, ou encore la résidence d'artistes de La Becque à La Tour-de-Peilz. Un objet de poids est enfin venu se poser dans le jardin du Musée, à savoir la pomme en marbre blanc, œuvre de l'artiste Noël Devaud, qui l'a longtemps accompagné et qui sera bientôt remise en beauté par l'atelier Olivier Guyot. Un atterrissage qui a donné quelques sueurs froides aux déménageurs et à l'équipe de conservation !



Du côté du dépôt de Vevey le mouvement a été quasiment perpétuel tout au long de l'année. Il a consisté d'abord en un tri important afin de séparer les objets de la collection de tout ce qui y avait été stocké au fil des années : reliquats de scénographie, denrées alimentaires acquises pour des animations, archives etc. L'espace ainsi regagné a permis à des collections qui étaient encore conditionnées dans des cartons de reprendre leurs droits et de révéler leurs richesses. La suite du chantier passe ainsi par la réorganisation du dépôt et le récolement des collections déjà en cours dans certaines salles.



Numérisation des collections

Dans le cadre des développements scénographiques mis en œuvre cette année, un important chantier de photographie des objets exposés a été initié avec le photographe Luís Lourenço, du Studio 68 à Genève. 130 objets ont été ainsi pris en photo de façon extrêmement qualitative. Une partie de ces images est déjà accessible sur notre site internet via la page de l'exposition nouvellement déployée dans la salle dite Nestlé.

Le projet de numérisation des collections est également l'opportunité d'envisager une refonte de la base de données utilisée pour la gestion des collections. Un nouveau prestataire de services a ainsi été choisi après étude de marché et les étapes préliminaires à la migration ont été initiées.



MÉDIATION CULTURELLE

Créer l'expérience Alimentarium

Dans le cadre du programme stratégique «Alimentarium 2025», le rôle de la médiation culturelle a été redéfini pour se centrer sur la création d'une expérience de visite globale, plus inclusive et accessible. En 2023, nous avons déployé des actions de médiation dans tous les espaces du musée, en combinant une approche intellectuelle, sensorielle et émotionnelle. Une palette d'activités ainsi qu'une programmation événementielle conformes aux missions éducatives et sociales du musée, prennent appui sur les axes qui suivent.

Favoriser les synergies – Les secteurs autrefois séparés de la médiation culturelle et de l'expérience culinaire ont été rapprochés dans la volonté de proposer une expérience globale dont toutes les activités engagent à la fois saveurs et savoirs.

Changer de modèle – Dans le but de proposer des activités au plus grand nombre de visiteurs-euses possible, nous avons réduit l'offre d'ateliers culinaires, dont seul un nombre restreint d'utilisateurs-trices pouvaient bénéficier en raison de leur prix élevé et des contraintes de capacités d'accueil, au profit d'autres types d'activités accessibles à un plus large public et incluses dans le billet d'entrée au musée.

Réinvestir les lieux – Une aile du musée précédemment destinée à accueillir les expositions temporaires a été transformée en Espace de découverte. Aménagé avec un hémicycle pouvant accueillir jusqu'à 30 personnes, il offre la possibilité de proposer des animations, des rencontres et des conférences au cœur de l'espace muséal. La cuisine du restaurant, réaménagée

en cuisine de démonstration, a intégré le parcours de visite. On y propose tous les jours des animations culinaires ouvertes à tous-tes les visiteurs-euses du musée. Le jardin potager a également été revalorisé. Il est désormais utilisé comme ressource pour les activités culinaires et pédagogiques.



Faire peau neuve – Le programme de médiation a donné lieu à la création d'un univers visuel ludique et coloré qui s'exprime à travers différents supports de communication, comme le calendrier saisonnier des activités. La cuisine pour enfants a été redécorée à l'effigie de la mascotte Yamy, petite créature curieuse et gourmande spécialement dessinée pour le jeune public.

Rassembler une communauté – Dans la volonté de faire de l'Alimentarium un lieu convivial et propice aux échanges, nous avons invité de nombreux experts-es et collaboré avec des associations et des partenaires locaux dans un esprit de co-construction.

S'engager auprès des publics – Afin de mieux cerner les besoins et les attentes de nos publics, de comprendre leurs motivations et d'améliorer la qualité de leur expérience à l'Alimentarium, nous avons procédé à une étude de satisfaction qui servira de ligne directrice pour nos actions futures.



Une Palette d'activités enrichie et plus accessible

Des goûts et des couleurs

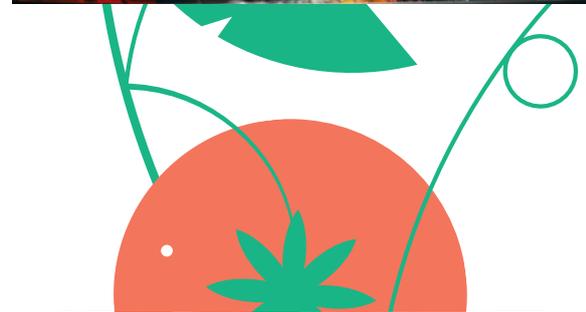
Tout au long de l'année, notre série d'animations de divulgation scientifique sur la couleur dans l'alimentation a captivé plus de 6'000 visiteurs-euses dans l'hémicycle de l'Espace de découverte. Avec neuf thématiques originales, l'équipe de médiation a invité les participants-es à explorer comment la vue influence leur perception des aliments. Ces animations à la croisée des disciplines, entre nutrition et histoire culturelle, s'accompagnaient d'une expérience gustative, favorisant ainsi une approche participative et sensorielle.

- Palette de saveurs | avril
- Trompe-l'œil gustatif | mai
- Pesto presto ! | juin
- Le Frisson du grand bleu | juillet
- Pas pour des prunes ! | août
- Cinquante nuances de carottes | septembre
- Pop-corn arc-en-ciel | octobre
- Le Pouvoir colorant du safran | novembre
- La Magie noire de l'encre de seiche | décembre

Les Démonstrations culinaires

La cuisine, désormais intégrée dans le parcours de visite du musée, a été repensée comme un lieu d'échange et de découvertes culinaires. Chaque jour, les visiteurs-euses de l'Alimentarium ont eu l'opportunité d'assister à des animations mettant en lumière des produits ou des spécialités de saison, préparés par les animateurs-trices culinaires du musée. En partageant leur savoir-faire, ils-elles ont mis en valeur les légumes cultivés dans notre jardin potager, tout en transmettant un message de sensibilisation pour une alimentation durable. Chaque démonstration était suivie d'une dégustation. Environ 10'000 personnes ont assisté à ces animations et pouvaient repartir avec des recettes à la maison.

- Le Chocolat show | avril
- Les Recettes du vide-frigo | mai
- Pizza van Gogh | juin
- Hot! Hot! Hot! L'échelle de Scoville | juillet
- Rouge comme une tomate | août
- Racines carrées | septembre
- Sacré Maïs | octobre
- Châtaignes à la diable | novembre
- Épices de Noël | décembre



Visites à la carte

Les guides du musée ont conduit plus de 150 groupes, dont 97 classes, à travers les espaces d'exposition. Les visites commentées ont été proposées en trois langues (français, allemand et anglais). Aux visites accompagnées destinées aux groupes se sont ajoutées dix visites publiques, ouvertes aux visiteurs-euses individuels-les. Déclinées sur le mode « Visite gourmande », elles mettaient à l'honneur les fêtes calendaires et leurs traditions culinaires. Ces visites thématiques étaient ponctuées d'une dégustation.

- Qu'est-ce qu'on mange à Pâques ? | 8, 9 et 10 avril
- Et si on fermait les yeux ? | 21 mai et 22 septembre
- Quel est le goût de l'été scandinave | 25 juin
- C'est la Saint-Martin | 4 et 5 novembre
- Noël autour du monde | 16 et 17 décembre

Côté potager

Afin de mettre en valeur le jardin du musée en tant que ressource pédagogique et de mieux l'intégrer dans l'expérience de visite, nous avons proposé une série de visites thématiques agrémentées de dégustations, animées en collaboration avec nos jardiniers par des botanistes invités. La série fut inaugurée par le marché aux plantons de Pro Specie Rara, puis clôturée par une exposition de cinquante variétés de courges qui a donné lieu à un concours.

- Marché aux plantons Pro Specie Rara | 30 avril
- Marre des épinards | 28 mai
- Cœur d'artichaut | 18 juin
- Le Panier du maraîcher | 30 juillet
- Rubis en grappe | 20 août
- Retour aux sources | 16, 17, 18, 23 et 24 septembre
- Concourse | 31 octobre

Escape Game AL2049

Jeu numérique prisé, notamment par les classes des degrés secondaires, l'Escape Game AL2049 lancé en avril a rencontré un franc succès. 63 classes et groupes privés se sont essayés à ce jeu coopératif qui invite à la réflexion autour du système alimentaire tout en stimulant l'imagination. Les sessions de jeu se sont prolongées par des discussions animées entre les médiateurs-rices, les enseignants-es et les participants-es.



Ateliers culinaires

Comme par le passé, un large éventail d'ateliers de cuisine a été proposé aux publics scolaires (degrés 3H à 8H). Répondant aux objectifs pédagogiques du plan d'études roman, les « Matinées » invitent les classes à composer un menu selon des thématiques mettant en lumière l'histoire de l'alimentation, les bases de la nutrition, la durabilité ou encore les cultures culinaires d'autres continents. 62 classes ont partagé leur repas réalisé sous la houlette de nos animateurs·trices culinaires et ont pu profiter de notre espace ludique composé de plus de vingt jeux sur l'alimentation. Pendant les vacances, 31 groupes parascolaires ont pris le relais avec nos activités « Passeport-Vacances ».



Les visiteurs·teuses individuel·le·s n'étaient pas en reste. Afin de favoriser les échanges intergénérationnels, le panel d'ateliers culinaires proposé aux enfants s'est vu enrichi de nombreuses activités destinées aux familles. Une nouvelle offre de « petits déjeuners » a permis aux jeunes visiteurs·euses d'accéder à l'Espace *JuniorAcademy* tous les dimanches tout en profitant d'un moment convivial et gourmand avec leurs parents.



› Les Matinées | tous les mardis, jeudis et vendredis

- Menu Spartacus: mangez comme les Romains!
- Menu vitaminé: faites le plein d'énergie!
- Menu zéro-déchet: protégez la planète en faisant votre assiette!
- Menu d'ailleurs: voyagez grâce aux saveurs...
- Menu festif: quand vient Noël!

› Passeport-Vacances | vacances scolaires d'été et d'automne

- Snacks sucrés-salés pour ma récré
- Le Goûter gourmand

› Ateliers juniors

- Anniversaires | tous les mercredis, samedis et dimanches
- Mon lapin à croquer | du 7 au 23 avril
- Des Friandises ou on fait des bêtises! | du 18 au 28 octobre

› Ateliers familles

- Moelleux nids de Pâques | du 7 au 23 avril
- La Fête des mères | 13 et 14 mai
- La Fête des pères | 3 et 4 juin
- La Récré à deux! | du 16 au 24 septembre
- La Biscuiterie de Noël | 16 et 17 décembre

› Ateliers adultes

- Recettes de saison | tous les samedis

Un Programme événementiel toute l'année

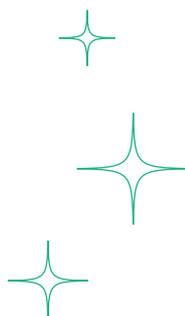
L'année 2023 a été ponctuée de nombreux événements festifs toujours en lien avec la question qui nous occupe : « qu'est-ce que bien manger à l'ère de l'anthropocène ? » Les manifestations programmées tout au long de l'année ont permis d'aborder ce sujet sous différents angles, en mettant nos publics en relation avec des experts-es en durabilité, de professionnels-les de la santé, des chefs-fes cuisiniers-ières, des biologistes, des historiens-ennes, des ingénieurs-es agro-alimentaires ou encore des artisans-nes et des artistes.

Notre programme d'événements s'est basé sur un calendrier « global » et « translocal ». Nous avons tenu à intégrer l'Alimentarium dans la vie locale en célébrant la foire de la Saint-Martin, une tradition vieille de 500 ans à Vevey. À l'échelle régionale, nous avons participé à des événements tels que « La Nuit des musées », « PâKOMUZé » et « En Famille aux musées », en collaboration avec l'Association des musées de la Riviera. Nous avons également pris part à des manifestations à l'échelle nationale, telles que « La Semaine du goût », « La Journée internationale des musées ».

L'Alimentarium a également cherché à ouvrir les horizons sur des traditions culinaires d'autres cultures. Nous avons célébré la fête suédoise de « Midsommar » et le « Día de los muertos » mexicain, en co-construction avec des associations formées par des expatriés-ées désireux-ses de partager leur culture.

Quatre tables rondes ont été organisées lors du « Midsommar », de la « Journée internationale du microbiome », de la « Semaine du goût » et du « Día de los muertos ». La visioconférence nous a permis d'établir un contact avec le Nordiska Museet de Stockholm et le Museo de Arte Popular de Mexico. Conférences captivantes, témoignages émouvants, échanges informels ont scellé le souvenir de ces rencontres. Les tables rondes ont été diffusées sur notre chaîne YouTube.

- Week-end de découverte | 1 et 2 avril
- PâKOMUZé | du 7 avril au 23 avril
- Marché aux plantons Pro Specie Rara | 30 avril
- La Nuit des musées | 13 mai
- Journée internationale des musées | 21 mai
- Midsommar | 25 juin
- Journée internationale du microbiome | 27 juin
- Fête nationale suisse | 1^{er} août
- La Semaine du goût | du 14 au 24 septembre
- El Día de los muertos | 28 octobre
- La Foire de la Saint-Martin | 14 novembre
- En Famille aux musées | 4 et 5 novembre
- La Saint-Nicolas | 6 décembre



Une Communauté Alimentarium

Sans l'engagement de nos partenaires, aucune de ces manifestations n'aurait vu le jour. Aucune n'aurait eu de sens. Nous voulons leur exprimer ici toute notre gratitude. Nous souhaitons pérenniser notre collaboration avec les nombreuses institutions culturelles, fondations, centres de recherche, réseaux associatifs qui ont contribué à notre mission.

Nous tenons également à remercier les nombreuses personnes qui se sont engagées dans nos activités à titre individuel, manifestant un véritable intérêt à participer à la vie du musée et à entrer en dialogue avec ses visiteurs-euses. Nous remercions aussi nos invité-e-s ponctuel-le-s, qui ont agrémenté notre programme de touches originales, à commencer par notre « happy-culteur », Christian Mellioret, à qui le musée a confié ses ruches en parrainage ; les éditions du Bois Carré, qui ont proposé des ateliers créatifs et poétiques dans notre jardin ; et tout particulièrement Natacha de Montmollin et Jean-Denis Moschard, dont le projet Step2Blind invite à redécouvrir la saveur du monde dans une démarche d'inclusion et de réciprocité.

- **Apiculture services**
- **Association AMEX**
- **Association des musées suisses**
- **Association des musées de la Riviera vaudoise**
- **Association PâKOMUZé**
- **Atelier Eva-Lotte Rosenhomer**
- **Azeo.ch**
- **Bibliothèque municipale de Vevey**
- **Café Fika Sweden, Genève**
- **Editions du Bois Carré**
- **El Catrín, Genève**
- **Festival de littérature de jeunesse de Vevey**
- **Foodwaste.ch**
- **Histoire de faire**
- **La Semaine du goût**
- **Museo de Arte Popular, Mexico**
- **Nestlé Research**
- **Nordiska Museet, Stockholm**
- **Patrimoine culinaire Suisse**
- **Payot Libraire**
- **Pro Specie Rara**
- **Slowfood**
- **Step2blind**
- **Ville de Vevey**

Mieux connaître nos visiteurs-euses

Afin de mieux cerner les attentes de nos visiteurs-euses, nous avons réalisé une évaluation des activités et événements proposés tout au long de l'année, en particulier lors des périodes de forte affluence telles que les vacances scolaires et les événements spéciaux. Bien que l'échantillon de 200 questionnaires remplis soit modeste par rapport à l'affluence totale du musée, il nous a permis d'obtenir des informations précieuses sur les habitudes et les besoins de nos publics, ainsi que sur leur appréciation des activités proposées.

Près de 40 % des visiteurs-euses ayant répondu à notre questionnaire découvraient l'Alimentarium pour la première fois, ce qui démontre l'intérêt d'un programme d'activités variées pour attirer de nouveaux visiteurs-euses.

Le jeune public représente près de 40 % de nos visiteurs-euses, avec une proportion significative d'enfants de moins de 6 ans. Nous envisageons donc de développer plus d'activités spécifiques pour répondre aux besoins de ce segment de notre public.

Lors des événements, la durée de la visite augmente considérablement, avec plus de 50 % des visiteurs-euses passant plus de deux heures au musée ; la durée de visite moyenne étant d'une heure avant le déploiement du programme d'activités.

Parmi les points évalués, l'ambiance et la qualité de notre accueil ont reçu la meilleure notation, avec une satisfaction allant jusqu'à 93 %. Les visiteurs-euses ont particulièrement apprécié les moments d'interactivité avec nos animateurs-trices, médiateurs-trices et invités-es, les dégustations intégrées à toutes les animations, la chasse aux œufs de PâKOMUZé, les ateliers pour les familles ainsi que nos activités axées sur l'expérience sensorielle.

En 2023, l'outil numérique « muse », déjà utilisé par de nombreux musées en Suisse pour réaliser des enquêtes de satisfaction, a été étudié et choisi pour réaliser de manière régulière une étude des publics. Le *feedback* de ce dernier est toujours de prime importance pour l'amélioration de notre programmation et de nos prestations !

Prolonger leur expérience de visite par une pause gourmande

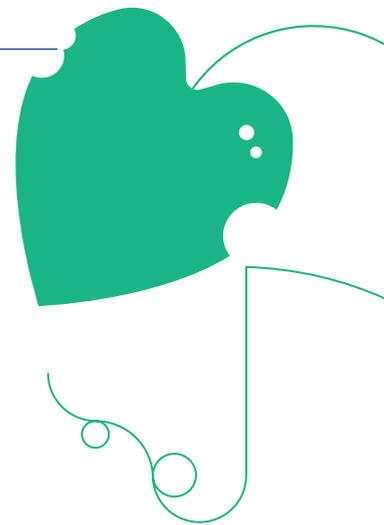
En 2023, l'équipe de l'expérience culinaire a proposé au Café du musée de nombreuses créations originales, en collaboration avec des partenaires locaux, dont des amandes caramélisées aux épices, du pop-corn BE aux multiples parfums, les cafés mignardises, de savoureuses olives marinées à l'ail, au citron et aux épices, ainsi que des créations saisonnières de pâtisseries utilisant les produits frais de notre jardin, tels que les coings, les figues, les herbes fraîches et les fleurs comestibles.

Accompagner nos équipes vers le changement

Les équipes de la médiation scientifique et culturelle et de l'expérience culinaire ont été renforcées par l'engagement de deux médiatrices en mai et d'un nouveau responsable de l'expérience culinaire en juillet. Ces secteurs ont été réorganisés pour se centrer sur la conception d'un nouveau programme d'activités et d'événements dans un esprit de collaboration entre les deux équipes. Ainsi, les collaborateurs-rices ont bénéficié de formations continues encadrées par l'ICOM et La Lucarne, afin de renforcer leurs compétences pour l'accueil des familles et des personnes en situation de handicap.

Quelques chiffres...

- 4 conférences-tables rondes et visioconférences publiques
- 24 invités-es et intervenants-es dans tous les espace du musée
- 30 pains des morts partagés lors du Día de los muertos
- 50 pots de miels récoltés dans les ruches parrainées par l'Alimentarium
- 62 repas concoctés par les classes à la *JuniorAcademy*
- 63 explorations dans le monde dystopique de notre Escape Game AL2049
- 95 gâteaux d'anniversaires dégustés à la *JuniorAcademy*
- 191 groupes guidés dans l'exposition permanente
- 200 *feedbacks* récoltés auprès des utilisateurs-trices du musée
- 300 variétés de plantes cultivées dans le jardin au gré des saisons
- 998 participants-es à la chasse aux œufs durant PâKOMUZé
- 1'500 nonnettes de la Saint-Martin confectionnées à quatre mains lors d'En Famille aux musées
- 1'824 visiteurs-euses sensibilisés au gaspillage alimentaire lors de la Nuit des musées
- 6'000 curieux-ses en ont vus de toutes les couleurs lors de nos animations scientifiques
- 10'000 gourmands-es sont repartis-es avec des recettes à tester



Café

En 2023 le Café de l'Alimentarium a été au défi de poursuivre ses activités de manière rentable après la fermeture du restaurant en décembre 2022. La perte de clientèle a été très importante dès le mois de janvier. Une analyse financière approfondie des pertes et profits a donné un cadre précis pour remanier la carte et réorganiser l'activité. De juillet à décembre, la responsabilité de la carte et de la gestion du Café ont été confiées au chef Jérôme Baxas, avant de revenir à Rosa Schwab, responsable régie et vente, mais aussi titulaire de la licence d'exploitation du Café.

Location des espaces

En 2023, la location de la Salle Nestlé a été très demandée. Quant à la demande de location du Café, elle a augmenté tout au long de l'année, atteignant son point culminant au quatrième trimestre, cela représente 70 % du chiffre d'affaires des locations. Grâce à la collaboration de plusieurs traiteurs régionaux, nous avons assuré un service de restauration de qualité pour chacun des événements. Le nombre de locations d'espaces s'élève à 33, pour accueillir en tout 1'164 personnes.

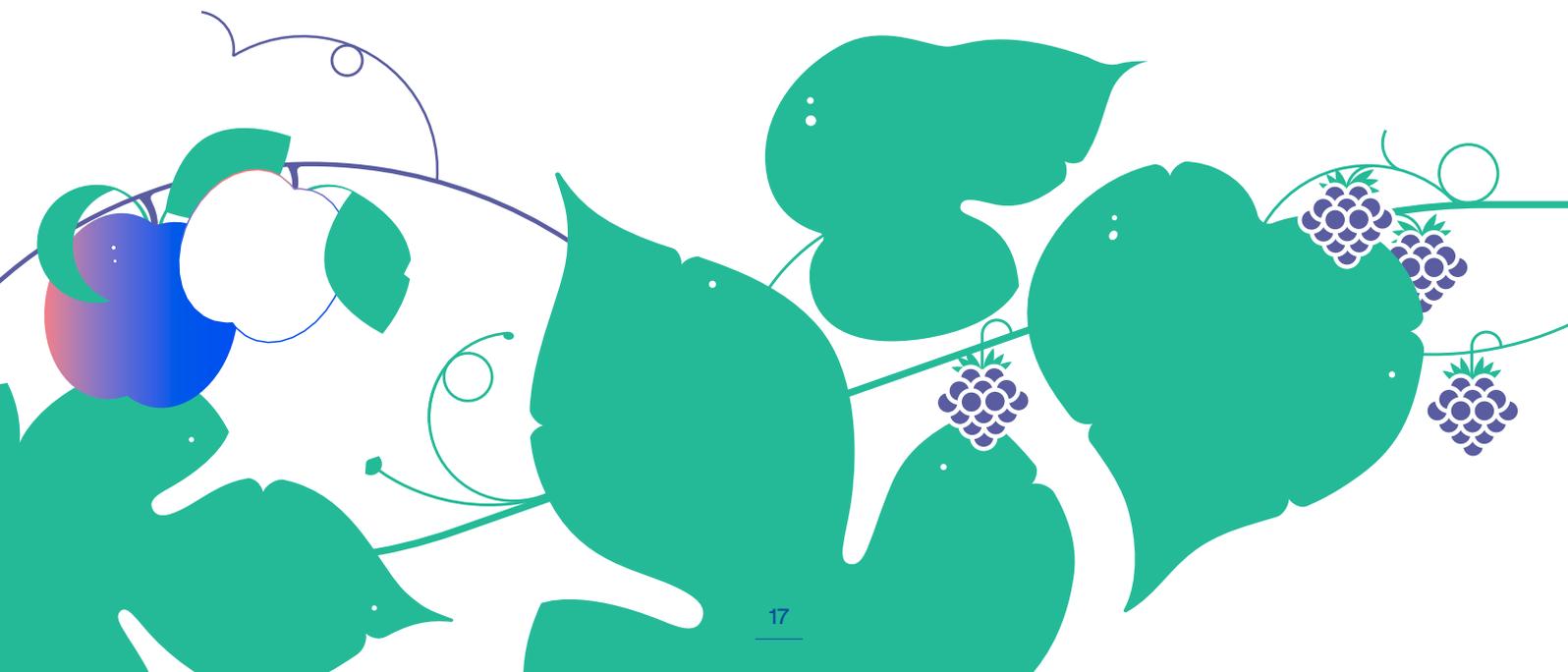
Ateliers culinaires privés

Cette année, les ateliers privatifs ont été au nombre de 22 et accueilli 374 participant·e·s. Grâce au recrutement des deux chefs de cuisine à temps plein, douze types d'ateliers différents ont été proposés, du classique atelier chocolat au menu végétarien, en passant par la cuisine anti-gaspillage et un atelier «Swiss menu».

Boutique-librairie

Dans le cadre de notre engagement envers la durabilité et de notre mission de sensibilisation, nous avons décidé de recentrer notre activité sur la vente de livres, abandonnant définitivement la commercialisation de gadgets et de souvenirs non durables. Dans ce but nous avons renforcé notre partenariat avec la librairie Payot pour sélectionner des ouvrages qui pourront appeler à toutes les catégories de public. Dans notre Café, nous mettons par ailleurs une sélection de livres à disposition en libre-service.

Entre autres nouveautés il y a la mise en vente de graines de légumes du patrimoine horticole suisse en partenariat avec la Fondation Pro Specie Rara et de miel issu de ruches que nous parrainons chez l'apiculteur Christian Mellioret.



Engagement numérique

En 2023, l'Alimentarium a renforcé sa présence en ligne, proposé des contenus captivants et assuré la croissance de sa communauté. La stratégie de contenu a été affinée et recentrée sur les attentes du public.

L'exposition temporaire a laissé place à l'agenda des activités en tant que fil rouge, devenu le pivot autour duquel s'articule le calendrier éditorial. Nous avons continué à adapter nos contenus aux spécificités des différents réseaux sociaux et à leurs audiences pour maximiser l'engagement sur toutes les plateformes.

Sur Facebook, conformément aux changements stratégiques initiés en 2022, l'accent a été mis sur les publications en lien avec l'agenda des activités et des récapitulatifs photographiques des événements passés. Ce type de contenu a permis d'accroître notre taux d'engagement de 8,3 % sur cette plateforme en 2023, avec un total de 5 168 utilisateurs·trices ayant interagi avec nos publications, soit environ un tiers de notre communauté. Cette dernière est quant à elle restée stable, enregistrant une légère hausse de moins de 1%. Sur LinkedIn, la croissance de notre communauté s'est établie à 18,6 % en 2023, une progression moins marquée qu'en 2022 mais qui confirme l'impact positif des changements opérés, notamment dans notre ligne éditoriale qui encourage la promotion des publications par les employé·e-s et les partenaires. Sur Instagram, la communauté a connu une augmentation de 11,3 % en 2023, tandis que le taux d'engagement est demeuré stable, s'élevant en moyenne à 8,5 %.

Le site web a accueilli 1,8 million d'utilisateur·rice-s en 2023, un chiffre comparable à celui de l'année précédente. En revanche, le temps moyen passé sur le site est passé de 59 secondes en 2022 à 1 minute et 4 secondes en 2023.

L'expérience du filtre en réalité augmentée a été reconduite lors de notre événement «El Día de los muertos» cette année. Ce filtre AR représentant une *Calavera* a offert une expérience interactive sur Instagram et Facebook, contribuant ainsi à promouvoir ces pages. Au total, il a généré plus de 92 600 ouvertures, 6 600 partages et 56 100 impressions. Notons que 66 % de ces interactions provenaient des 13 à 24 ans, et que 95 % étaient internationales. Cet exemple démontre notre capacité à créer des contenus à vocation virale en adaptant rapidement nos thèmes

aux événements du calendrier. L'adaptation réussie de nos tables rondes au contexte numérique est également un point marquant de cette année. Nous avons retransmis en *streaming* nos tables rondes en direct sur plusieurs plateformes permettant ainsi à un public plus large d'y accéder en temps réel et de participer activement aux échanges et débats. Cette démarche témoigne de notre engagement à rendre nos contenus accessibles à tous, tout en renforçant notre présence et notre influence sur les réseaux sociaux.

Communication & marketing

Parallèlement aux efforts visant à renforcer l'engagement sur nos réseaux sociaux, l'Alimentarium a mené deux campagnes digitales destinées à promouvoir nos activités au-delà de notre communauté. Ces campagnes ont été menées sur les réseaux Google et Meta, deux plateformes numériques de premier plan offrant une portée significative. Gérées en interne, ces initiatives ont généré un total de 273 000 clics vers nos offres et notre billetterie au cours de la période concernée. Ces deux campagnes digitales ont été mises en œuvre en parallèle avec nos actions d'affichage public et de relations presse. Ces efforts combinés ont permis de renforcer notre présence dans le paysage médiatique et de maximiser notre visibilité à différents niveaux. En intégrant les campagnes digitales dans notre stratégie globale de communication, nous avons pu créer une synergie entre nos différents canaux de diffusion, augmentant ainsi notre capacité à toucher divers publics, à générer des ventes en lignes et à accroître la notoriété de l'Alimentarium. Cette approche holistique et intégrée continuera d'être au cœur de nos efforts de communication pour assurer une promotion efficace de nos activités et de notre offre muséale pour l'année à venir.

B. RESSOURCES HUMAINES

Arrivées/Départs

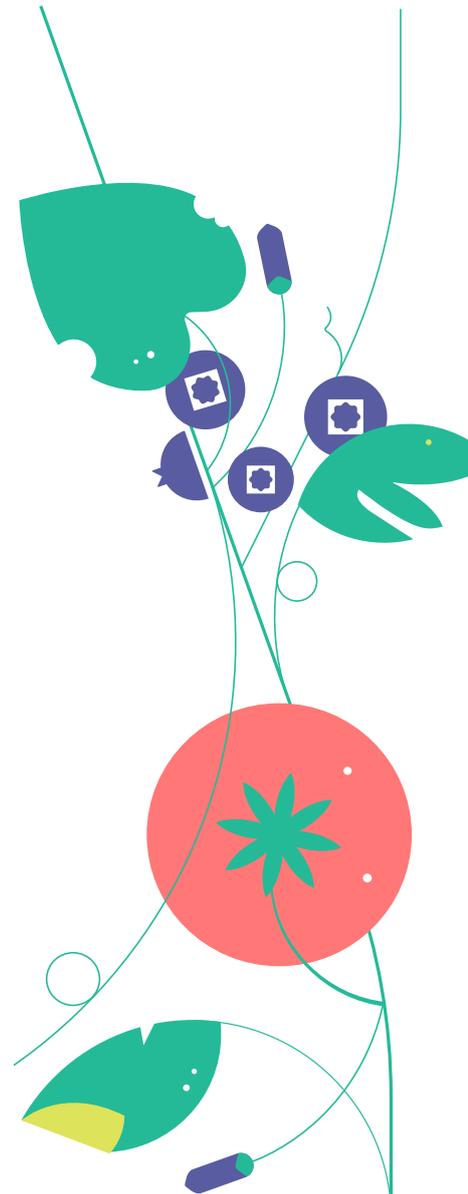
Au cours de l'année, nous avons accueilli Delphine Catteau, le 1^{er} avril, qui exerce la fonction de « business co-pilot ». Son rôle englobe la responsabilité du contrôle financier. Parmi ses premières missions, Delphine a œuvré à la modernisation des processus financiers en interne, à la dématérialisation des documents comptables, et a réalisé une analyse financière approfondie de tous les secteurs d'activité de l'Alimentarium. Natasha Charlton White, responsable « stratégie et finances » a pris une retraite anticipée. Pour renforcer l'équipe de l'expérience culinaire, nous avons engagé à temps plein les chefs Jérôme Baxas et Mathieu Chouriberry, le premier étant responsable de la programmation des activités culinaires et de l'exploitation du Café de l'Alimentarium. L'équipe de médiation culturelle et scientifique a été réorganisée.

Organisation

Afin de soutenir le nouveau programme de médiation et de professionnaliser ce secteur, deux postes de médiatrices culturelles à 40 % ont été créés avec un cahier de charges adapté. Ainsi, nos deux collaboratrices, Nathalie Aballéa-Ferrari et Natalia Andreoli, jusque-là engagées comme guides sur appel, sont désormais impliquées dans les actions de médiation dès leur conception. Cette stabilisation de deux postes permet également une gestion plus efficiente de la planification de travail, en phase avec les besoins du musée.

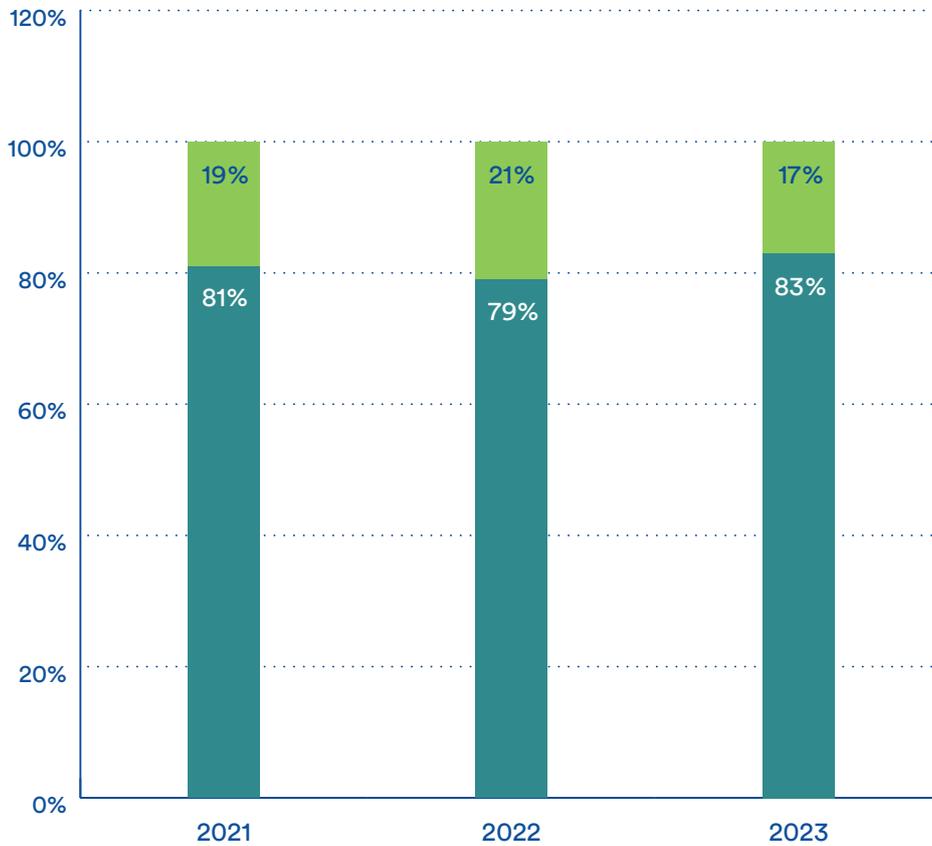
La fonction de « médiateur-riche volant-e » a été requalifiée en « agent-e d'accueil et de surveillance », conformément au répertoire des professions muséales de l'ICOM, et regroupée avec l'équipe de l'accueil, comprenant également les collaborateur-riche-s de la réception et du Café, gérée par Rosa Schwab. Cette équipe a pour mission de redynamiser nos ventes et de répondre au mieux aux demandes de nos visiteurs-euses. En avril 2023, le service de réservation, jusque-là externalisé, a été en partie numérisé via notre plateforme de billetterie en ligne Secutix et reporté à l'interne, avec le support de l'équipe de l'accueil (Régie et Vente).

Nous avons également revu notre organigramme et réécrit l'ensemble des descriptions de fonction. De plus, nous avons introduit un outil de gestion de la performance et des objectifs individuels pour les membres de l'équipe de direction. Cela nous permet d'aligner nos priorités et de faire des revues régulières de la progression de nos projets. Enfin, nous avons organisé un workshop d'équipe sur le modèle HBDI (*Herrmann Brain Dominance Instrument*), renforçant ainsi la cohésion et la collaboration au sein de notre équipe.



C. RÉSULTATS D'EXPLOITATION

TAUX D'AUTOFINANCEMENT



Le taux d'autofinancement est en baisse de 19% à la suite de la fermeture du restaurant.

● CONTRIBUTION NESTLÉ
● AUTOFINANCEMENT

3. GOUVERNANCE

D. 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

Carmelo Laganà
Secrétaire général du Département de l'économie, de l'innovation,
de l'emploi et du patrimoine (DEIEP), Lausanne

Bernard Lehmann
Prof. em. ETH Zürich et ancien directeur OFAG

Alexandra Melchior
Municipale de la commune de Vevey

Barbara Orland
Privat-docent d'histoire des sciences et des techniques,
Musée de la pharmacie, Université de Bâle

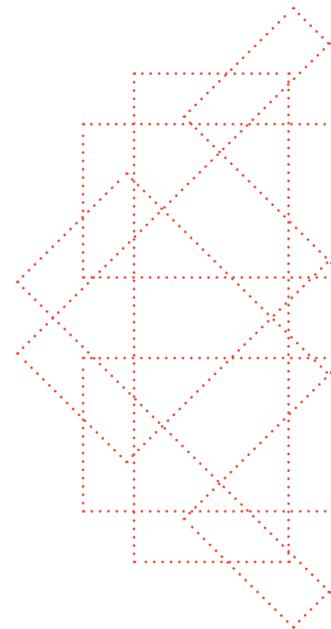
Heike Steiling
Head of NPTC Dairy à Konolfingen

Jean-Christophe Thiébaud
Head of Legal & Corporate Affairs Nestlé Suisse SA

Jelena Trajkovic Karamata
Head of IT Switzerland, Nestlé NOWS

Urs Stalder
Responsable du secteur Nutrition, Office fédéral de la sécurité alimentaire
et des affaires vétérinaires OSAV, Berne

Roland Wetzel
Directeur Museum Tinguely, Bâle



E. 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.

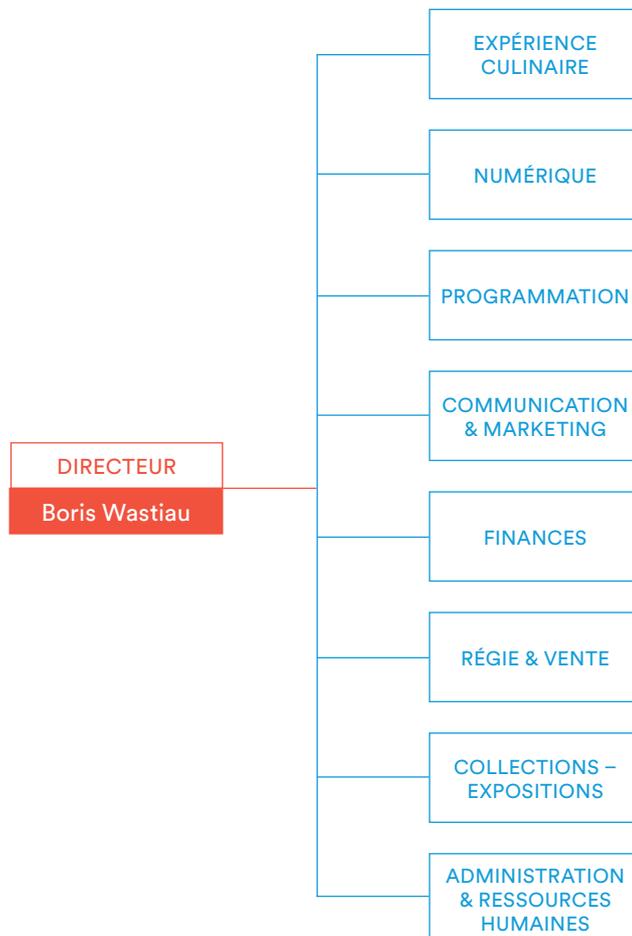
MEMBRES DU COMITÉ

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

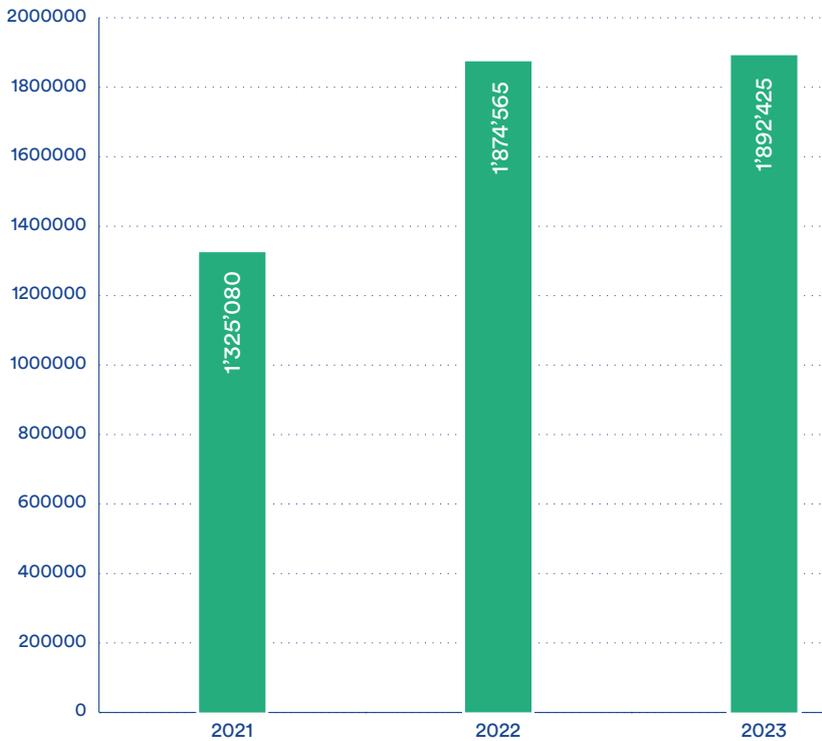
F. ORGANIGRAMME DE L'ALIMENTARIUM



4. STATISTIQUES ET CHIFFRES-CLÉS

G. SITE WEB

TRAFIC SUR LE SITE WEB PAR SESSION

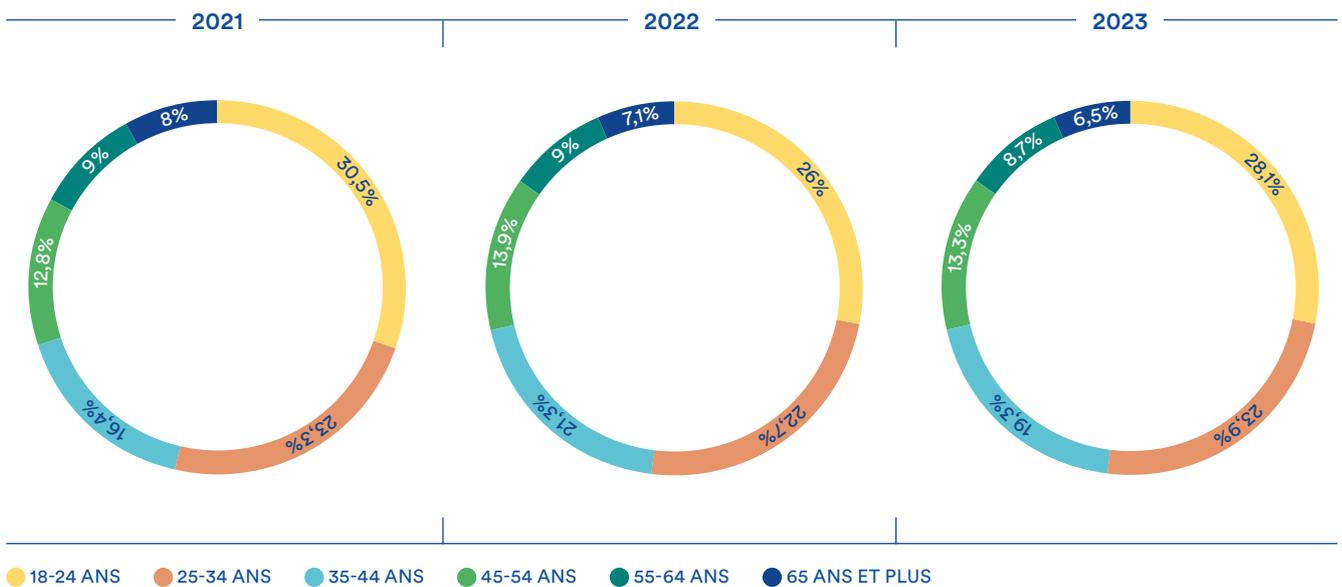


Le site web a accueilli 1,8 million d'utilisateurs en 2023, un chiffre comparable à celui de l'année précédente.

Session : correspond à une période durant laquelle un internaute est actif sur le site analysé

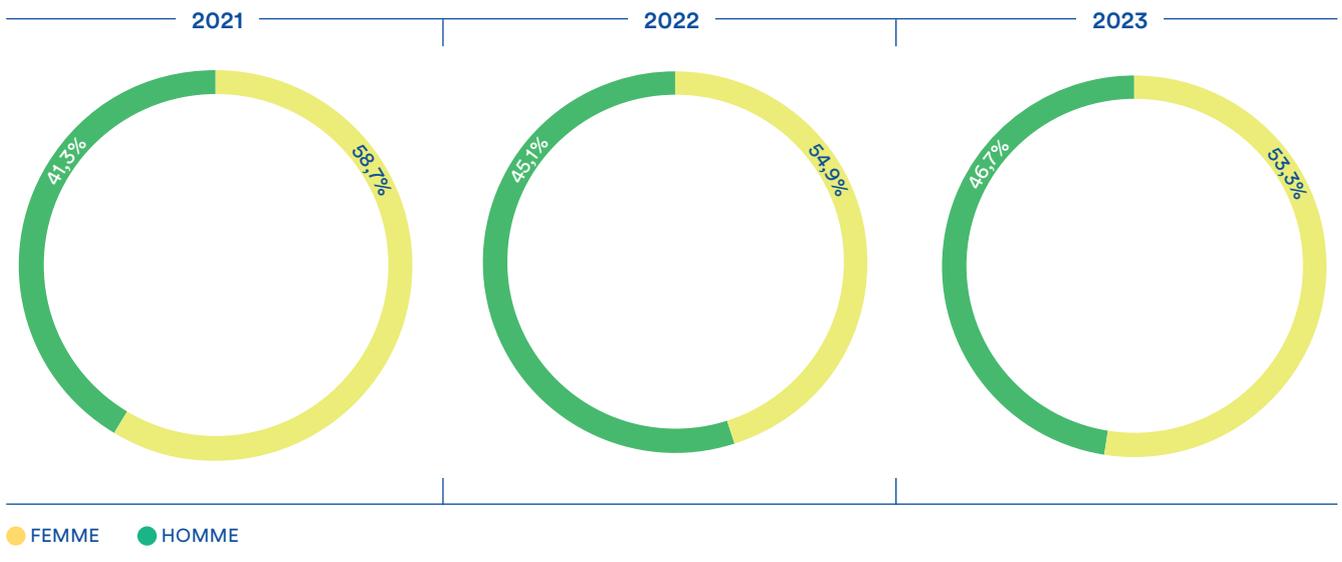
● TRAFIC SUR LE SITE WEB PAR SESSION

ÉVOLUTION DES VISITEUR·EUSE·S PAR TRANCHE D'ÂGE



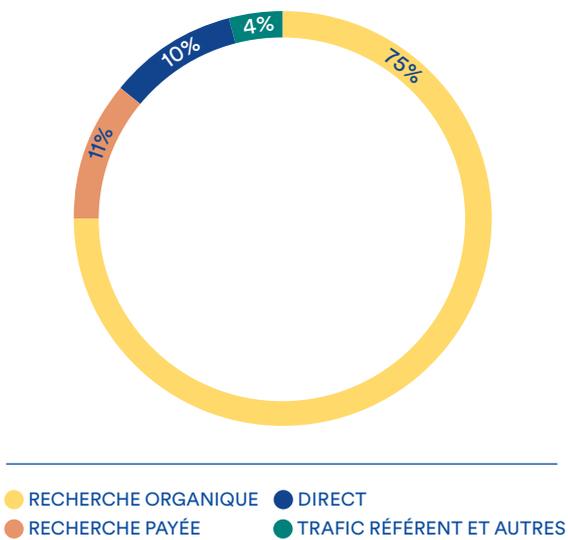
● 18-24 ANS ● 25-34 ANS ● 35-44 ANS ● 45-54 ANS ● 55-64 ANS ● 65 ANS ET PLUS

ÉVOLUTION DES VISITEUR·EUSE·S PAR GENRE



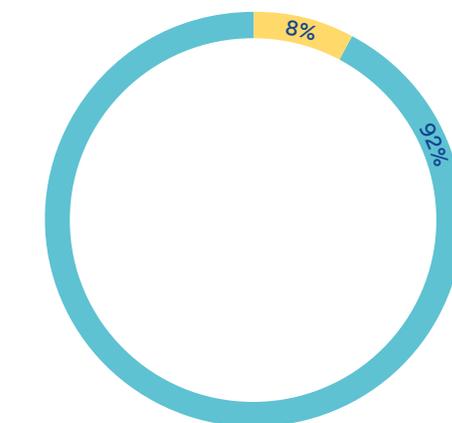
SOURCE DU TRAFIC

2023



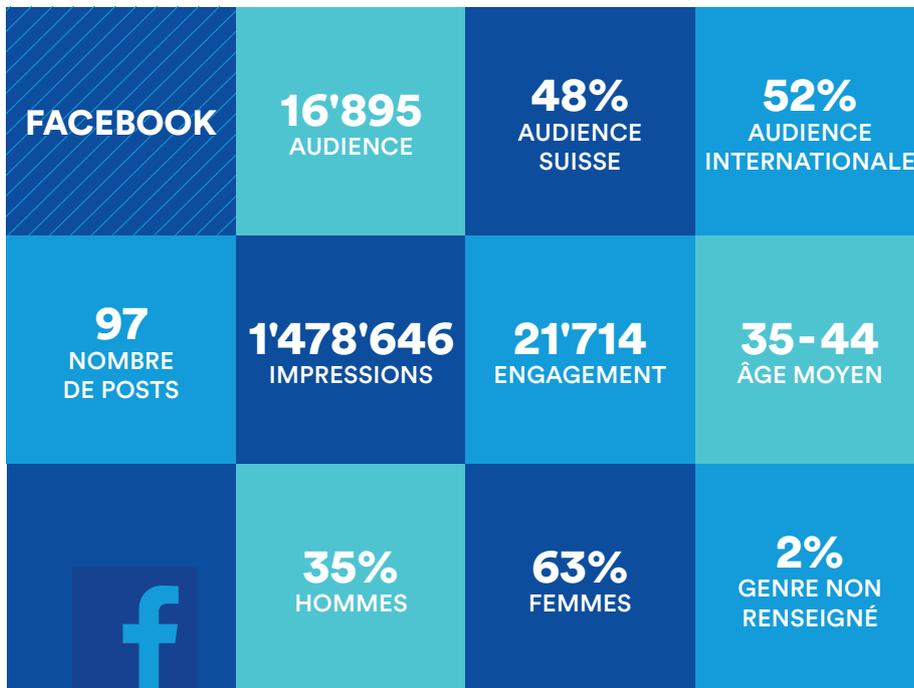
En légère progression, les recherches organiques représentent toujours la première source de trafic (75%).

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DU TRAFIC



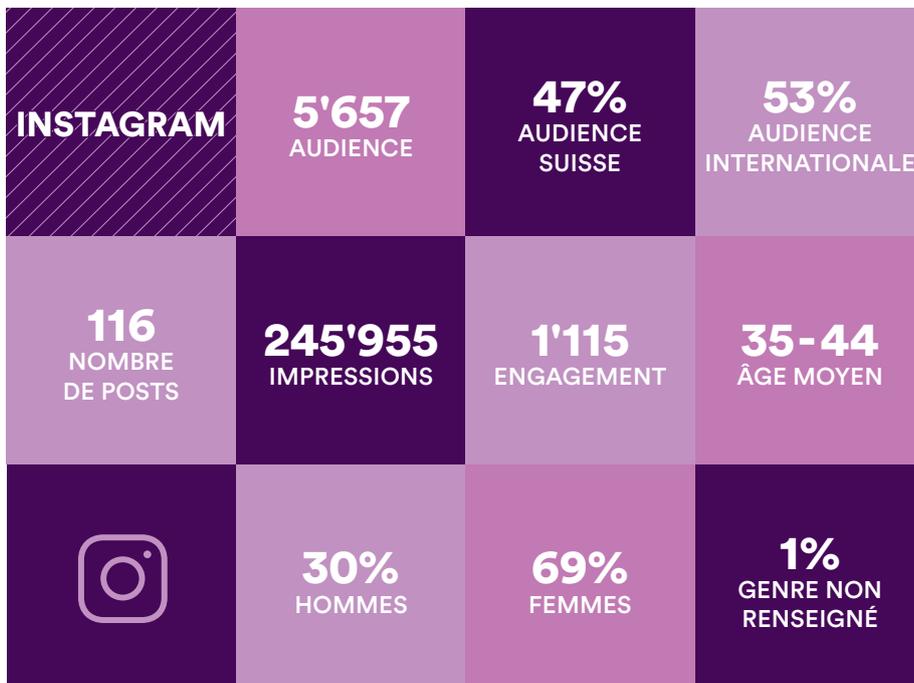
Le trafic provient toujours majoritairement de l'international, avec une augmentation de 3% par rapport à 2022. Les cinq premiers pays sont la France, les Etats-Unis, l'Allemagne, l'Inde et la Suisse. De nouveaux pays sont entrés dans le Top 10, notamment le Canada et le Royaume-Uni.

H. RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK

Les chiffres clés de notre audience sur Facebook sont restés stables et comparables aux années précédentes. Le nombre de publication est en baisse rapport à 2022, mais le nombre d'interactions par publication est en hausse de 8,3%. Facebook demeure notre canal de prédilection pour communiquer avec les parents et les habitués du musée. Les femmes âgées de 35 à 44 ans représentent toujours près d'un tiers de l'engagement.

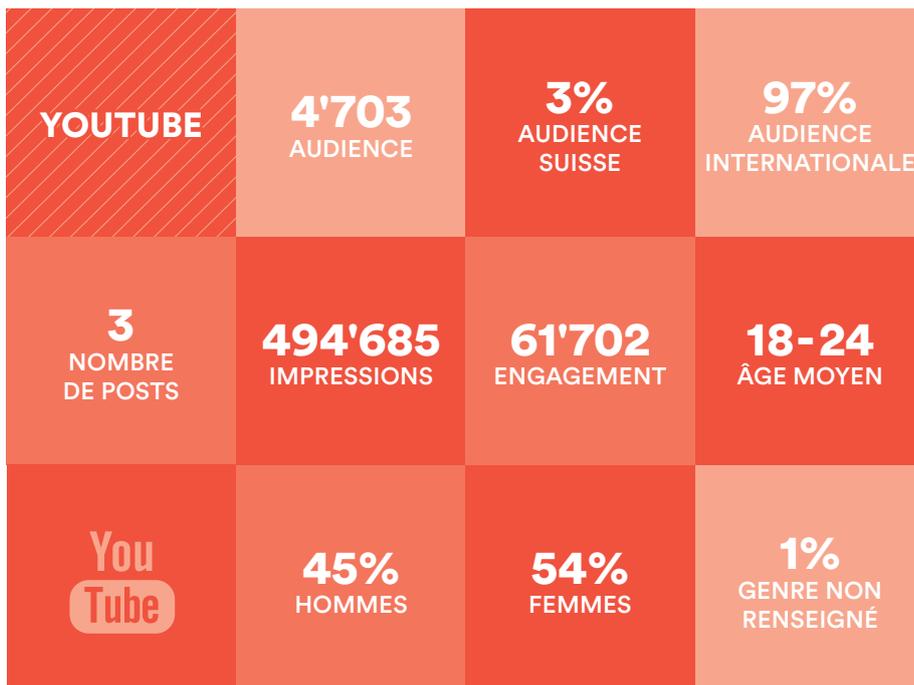


INSTAGRAM

Notre communauté sur Instagram a connu une progression de 11,3%. Les indicateurs géo-démographiques sont par ailleurs restés stables. Instagram reste notre principal canal pour développer notre présence digitale hors Suisse.

**LINKEDIN**

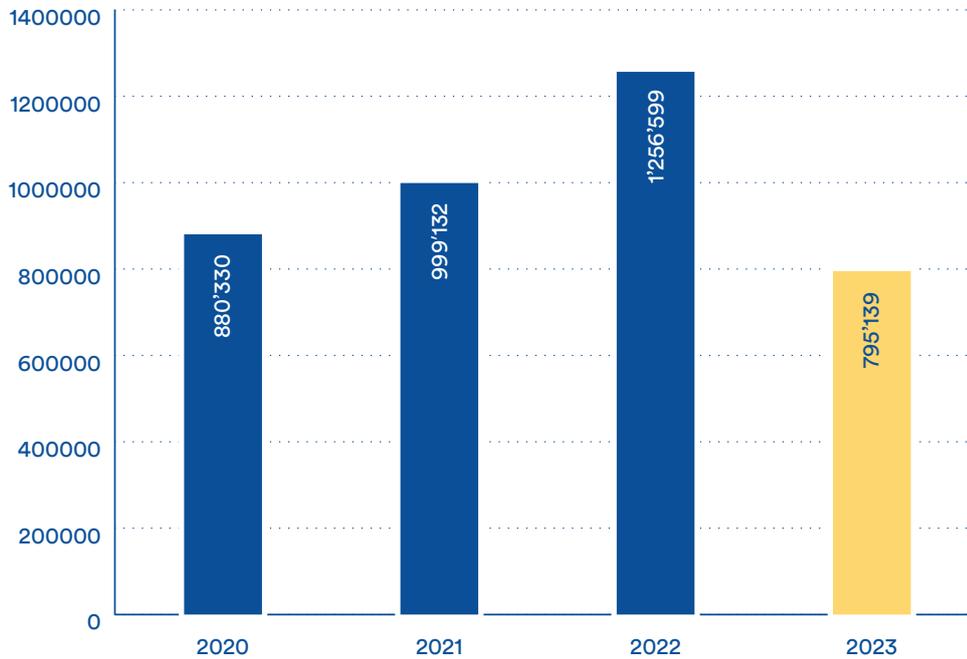
Notre communauté à enregistré une hausse de 18,6% sur ce canal. Les indicateurs géo-démographiques sont par ailleurs restés stables. LinkedIn est notre canal privilégié pour mettre en avant notre activité institutionnelle et présenter nos partenariats.

**YOUTUBE**

Nos contenus savants sur YouTube demeurent très consultés. Près de la moitié de l'engagement provient de jeunes entre 18 à 24 ans, dont la très grande majorité sont situés hors Suisse.

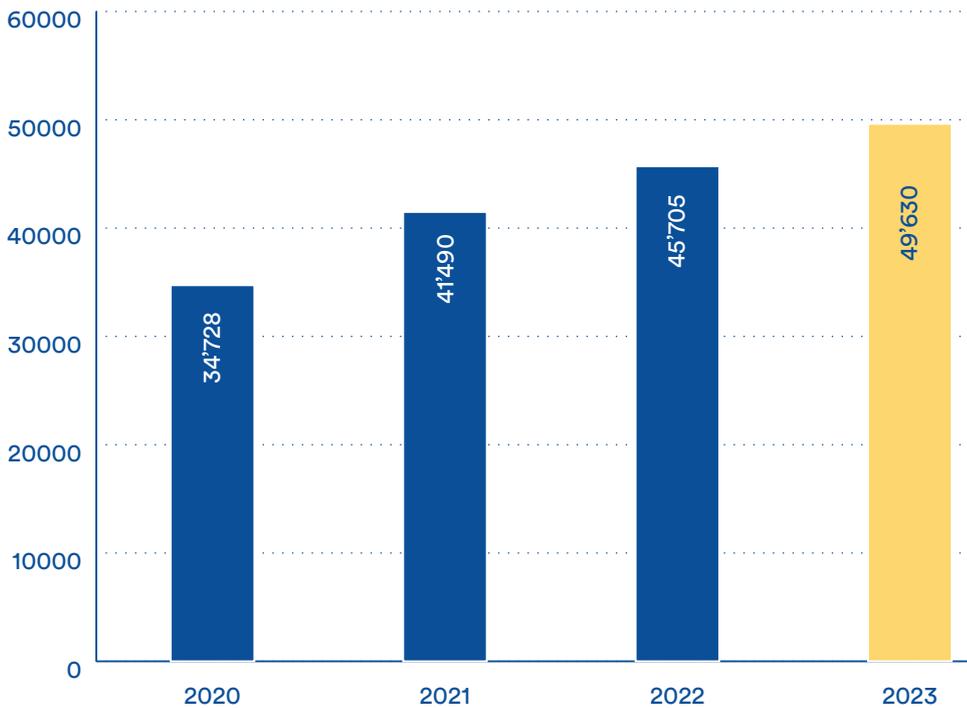
I. ÉVOLUTION DES RÉSULTATS ANNUELS

CHIFFRES D'AFFAIRES (EN CHF)



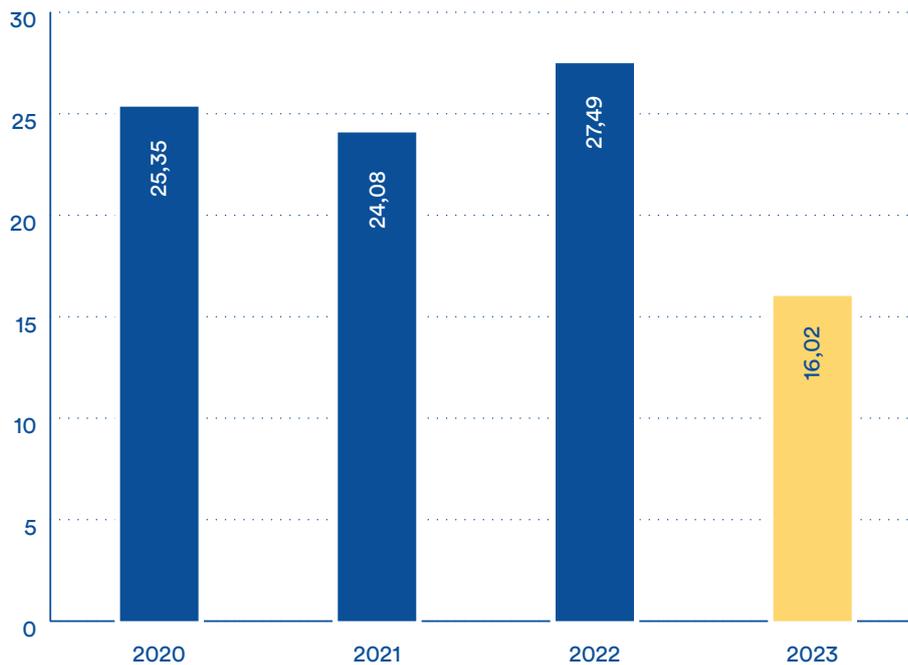
Le volume du chiffre d'affaires a baissé suite à la fermeture du restaurant en décembre 2022.

ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION TOTALE



La fréquentation globale de l'Alimentarium a augmenté de 9% cette année.

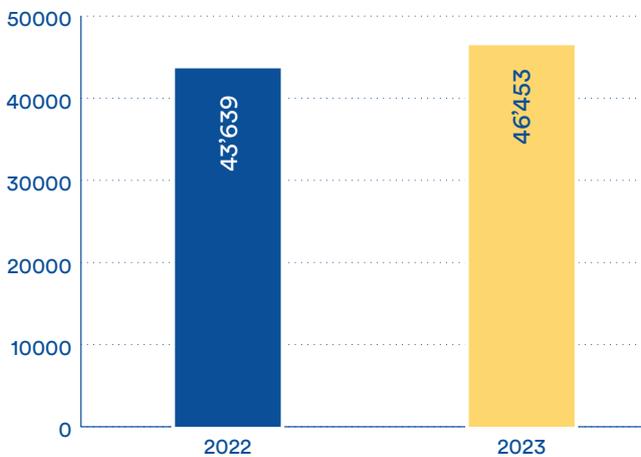
DÉPENSE MOYENNE DES VISITEUR·EUSE·S



La dépense moyenne par client a baissé de 42% en conséquence de la fermeture du restaurant. La dépense moyenne combinait celle des visiteurs·euses du musée et celle des client·e-s du restaurant, qui n'étaient que partiellement les mêmes personnes.

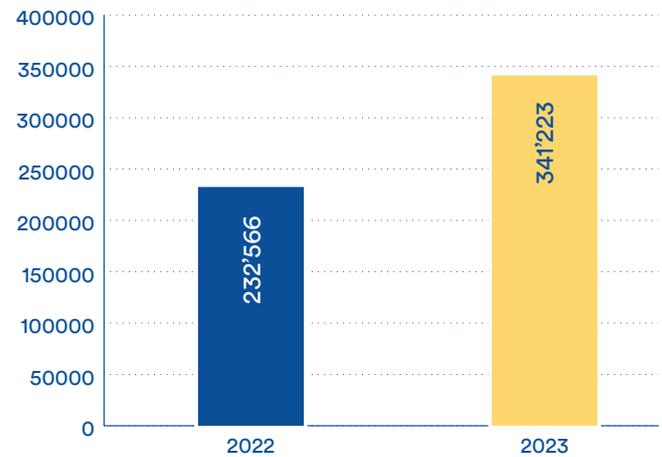
DÉPENSE MOYENNE
PAR VISITEUR·EUSE

ÉVOLUTION DE LA BILLETTERIE



BILLETS VENDUS

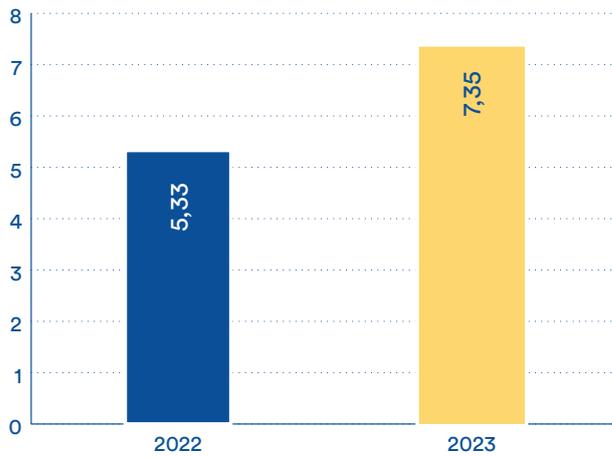
La billetterie a enregistré une croissance en volume de 6.4% atteignant 46 453 tickets vendus pour la visite des expositions.



CHIFFRE D'AFFAIRES (CHF) — BILLETTERIE

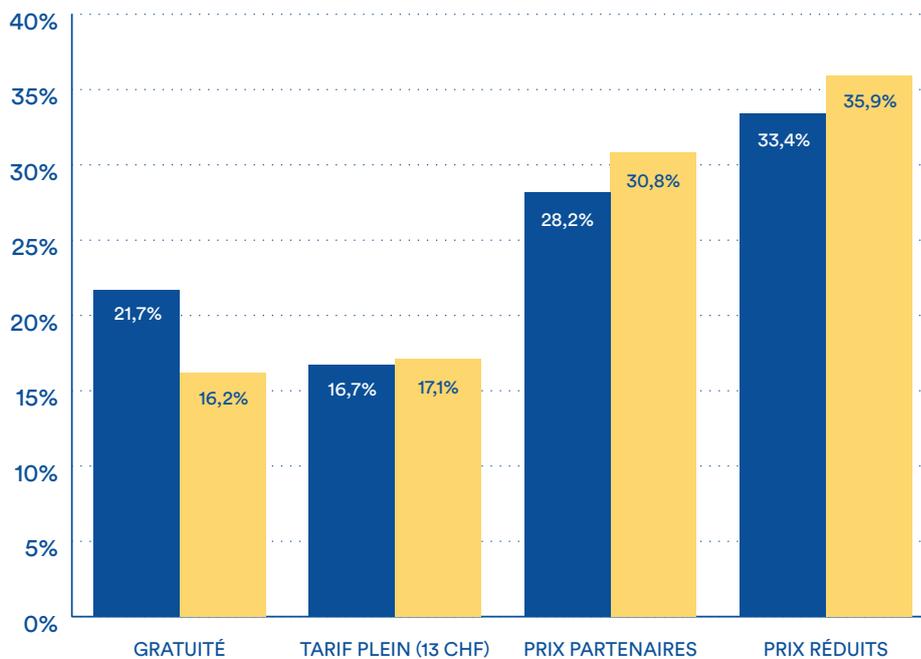
Le chiffre d'affaires a augmenté de 47% s'établissant à 341 kCHF et contribuant pour 43% des recettes totales du musée.

TICKET MOYEN PAR VISITEUR·EUSE



Le ticket moyen s'établit à 7.35 chf en 2023 avec une progression de 38% par rapport à 2022.

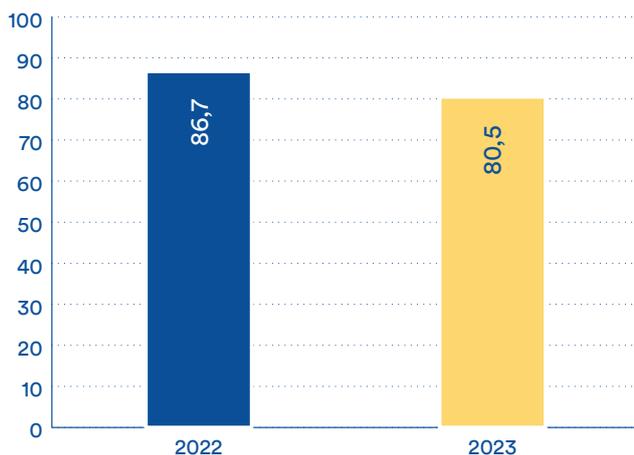
SEGMENTATION DES PRIX DE LA BILLETTERIE



La part des tarifs réduits et tarifs partenaires a augmenté pour s'établir à 67% (vs 62% en 2022). La proportion de tarifs pleins reste stable à 17%.

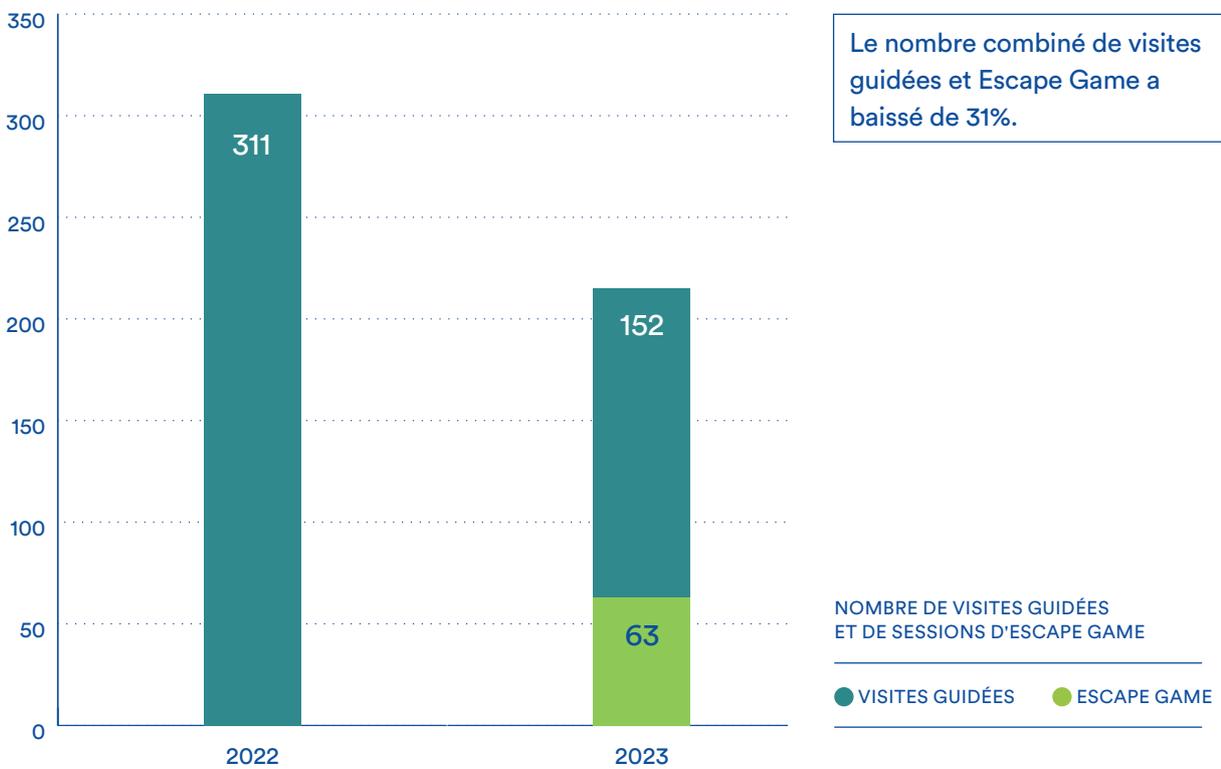
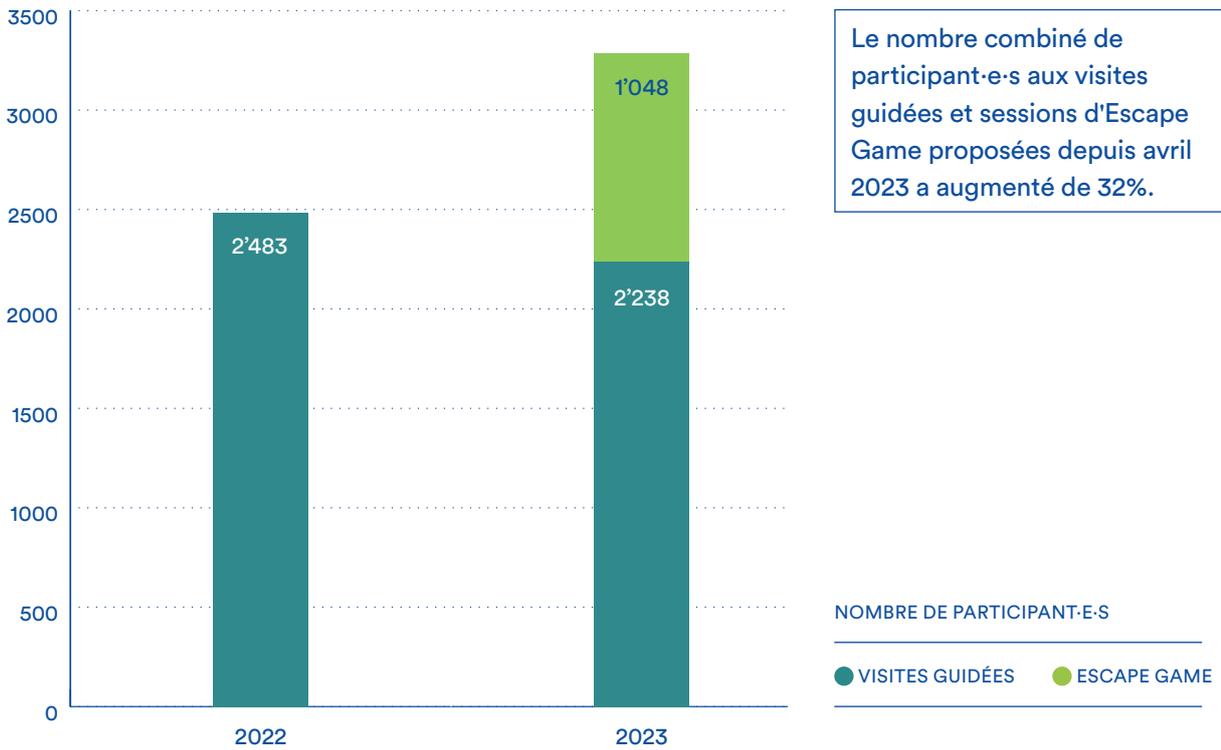
● 2022
● 2023

COÛT PAR VISITEUR·EUSE



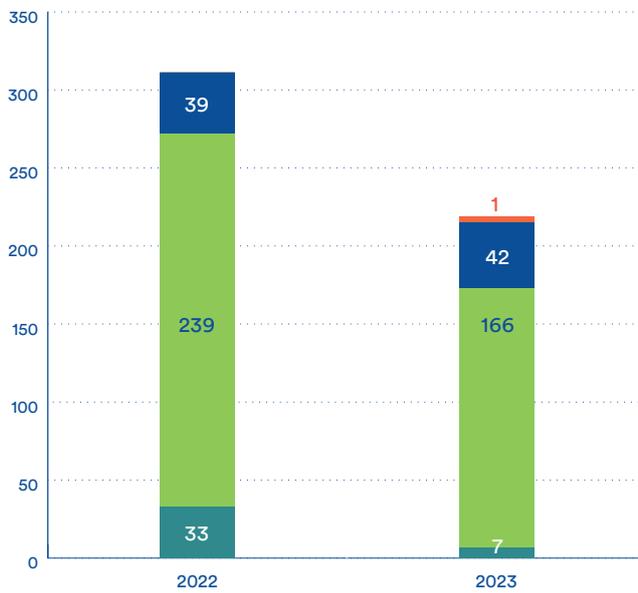
Le coût par visiteur·euse a baissé de 7%.

VISITES GUIDÉES ET ESCAPE GAME

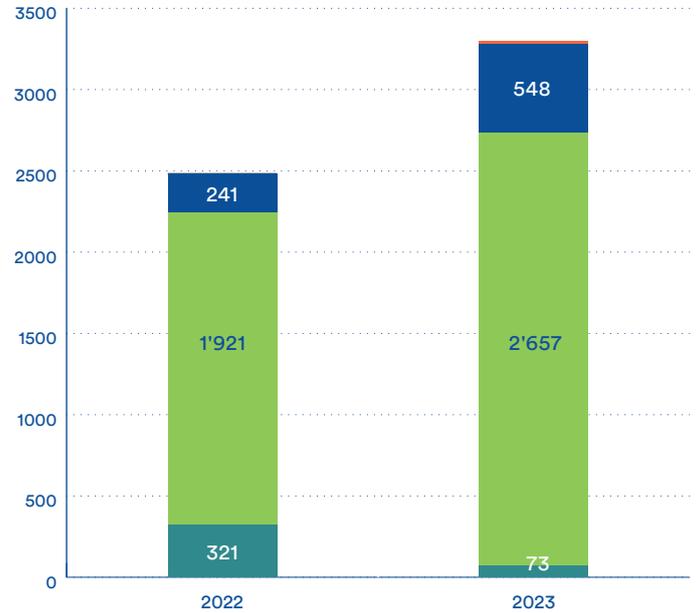


LANGUES DES VISITES GUIDÉES ET DES SESSIONS D'ESCAPE GAME

● ITALIEN ● ANGLAIS ● FRANÇAIS ● ALLEMAND



NOMBRE DE VISITES GUIDÉES ET DE SESSIONS D'ESCAPE GAME PAR LANGUE



NOMBRE DE PARTICIPANT-E-S AUX VISITES GUIDÉES ET AUX SESSIONS D'ESCAPE GAME PAR LANGUE

Le nombre combiné de visites guidées et sessions d'Escape Game en allemand a décliné de 79%.

PROVENANCE GÉOGRAPHIQUE

2022



2023



Le tourisme international en 2023 compte pour 29% des visiteurs-euses, le plus haut niveau depuis 2018, avec une progression de 49 %

