



alimentarium
une fondation Nestlé

**RAPPORT
ANNUEL
2024**



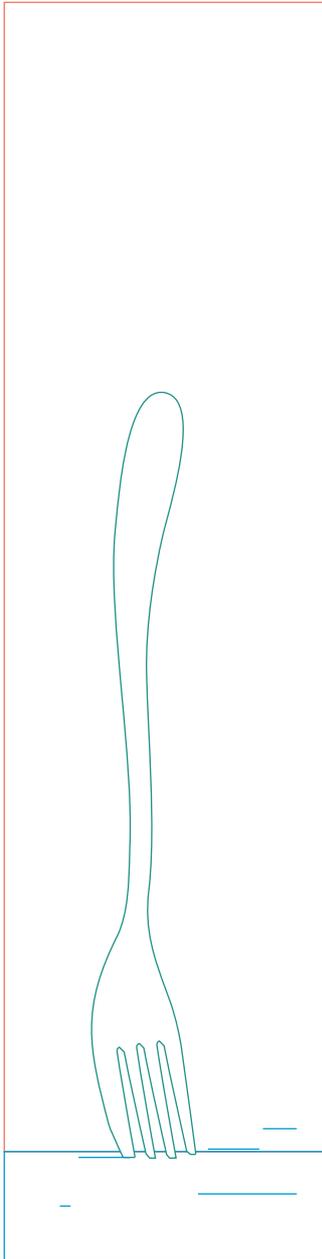
Alimentarium
Quai Perdonnet 25
CH-1800 Vevey
www.alimentarium.org



sommaire

MESSAGE DU DIRECTEUR	5
ACTIVITÉS	6
COLLECTIONS	6
SCÉNOGRAPHIE	8
MÉDIATION CULTURELLE	10
PROGRAMME CULTUREL	11
MÉDIATION CULTURELLE & SCIENTIFIQUE DE L'EXPOSITION	12
EXPÉRIENCE CULINAIRE	13
PROJETS EN PARTENARIAT	15
MIEUX CONNAÎTRE NOS VISITEUR·EUSE·S	15
QUELQUES CHIFFRES...	16
PARTENARIATS	17
ACCUEIL ET SERVICES	17
COMMUNICATION & MARKETING	17
ENGAGEMENT NUMÉRIQUE	18
RÉSULTATS D'EXPLOITATION	23
TAUX D'AUTOFINANCEMENT	23
ÉVOLUTION DES RÉSULTATS ANNUELS	24
GOVERNANCE	30
CONSEIL DE FONDATION	30
COMITÉ DU CONSEIL DE FONDATION	30
ORGANIGRAMME DE L'ALIMENTARIUM	31

MESSAGE DU DIRECTEUR



Boris Wastiau
Directeur de l'Alimentarium

2024 aura été une année de transformation et d'engagement pour l'Alimentarium. À l'aube de notre 40^e anniversaire, nous avons continué à repenser notre musée pour mieux répondre aux attentes de notre public et aux impératifs d'évolution de notre institution en termes d'accueil des publics, de muséologie et de médiation scientifique et culturelle.

L'un des axes forts de cette année a été la réflexion sur l'évolution de notre parcours muséal, avec une attention particulière portée à la valorisation des collections, à l'accessibilité, à la durabilité et à l'interactivité. Conçue et développée par un travail intense en coulisses, la refonte scénographique en cours aboutira au printemps prochain à un espace largement repensé, plus immersif et plus ancré dans les enjeux contemporains de l'alimentation. Le chantier des collections, mené avec exigence, a permis de valoriser notre patrimoine et d'acquérir de nouvelles pièces originales de différentes catégories, renforçant ainsi notre rôle de musée de référence sur l'histoire et les cultures alimentaires.

Nos expositions temporaires de photographie, telles que « La Fresque des mangeurs » et « Manger dehors ! » ont été des investissements modestes au niveau muséologique. Si elles ont marqué les esprits par leur force évocatrice, elles n'ont pas pu enrayer une baisse de fréquentation inhabituelle au cours des trois mois de l'été. Une programmation événementielle enrichie, le développement de nouveaux ateliers culinaires, de nouvelles démonstrations scientifiques et de formules pour les scolaires ont en revanche enregistré une hausse de fréquentation et nous ont permis de diversifier et fidéliser certains publics.

L'Alimentarium a aussi été un lieu de rencontres et d'échanges, avec une riche programmation d'événements, de conférences, de séances de dédicace et d'activités festives. De la découverte du sérac aux débats sur la durabilité alimentaire, nous avons accueilli des spécialistes, des artisan-e-s et des passionné-e-s pour nourrir la réflexion autour du bien-manger. Notre engagement envers l'éducation et la transmission s'est renforcé à travers des activités adaptées à tous les âges, notamment nos 210 visites guidées, en forte progression, et le succès de nos 292 ateliers culinaires.

Pour les seules activités publiques, ce sont cette année une cinquantaine de partenaires dans les domaines éducatif, culturel, culinaire, muséal et scientifique qui sont venus partager leur expérience, leurs compétences ou leurs opinions sur d'innombrables facettes de l'alimentation. Nous les en remercions très chaleureusement.

ACTIVITÉS

COLLECTIONS

Dans la continuité du mouvement initié en 2023, les collections de l'Alimentarium ont fait l'objet de nombreuses attentions en 2024 !

Acquisitions

Elles ont été, pour commencer, enrichies de nombreux nouveaux objets. Grâce à des dons d'abord, avec notamment une cuisinière Le rêve et un réfrigérateur Bosch du milieu du XX^e siècle (don Anne-Marie Eckert, AL10134 et AL10135), ou encore de fascinants albums *Les Merveilles du monde* (don Christine Martin, AL10129 à 10133). Nous avons également reçu une importante collection de livres de cuisine, certains très anciens, en provenance du Maggi Kochstudio à Francfort, un fer à bricet qui pourrait dater du XVII^e siècle (don Konrad Demme, AL10136) ainsi qu'une boîte de conserve de bouillon Maggi à la tortue (don hoirie Darbellay, AL10194) !

Par ailleurs, nous avons procédé à des acquisitions ciblées dans le cadre de la préparation des renouvellements scénographiques qui seront ouverts au public dès le 19 juin 2025. Outre une boîte à repas japonaise en forme de train (AL10164), des plateaux repas de prison américaine (AL10166.1 à .10) ou encore une enseigne Burger King (AL10197), la rencontre avec l'artiste genevois Nicolas Noverraz nous a amenés à faire entrer dans nos collections cinq de ses « Sugus » (AL10183 à AL10187) ainsi que deux de ses essais de lithographies de produits alimentaires suisses emblématiques (AL10195 et AL10196). Avec une volonté assumée de faire entrer davantage d'œuvres contemporaines à l'Alimentarium, nous avons également découvert le travail du photographe Charles Nègre et fait l'acquisition de son livre *Side walks stills* ainsi que d'un tirage de sa photographie d'une pomme trouvée sur le trottoir après le marché (AL10189 et AL10190). Pour finir, nous avons commissionné une triple installation numérique auprès de l'artiste visuel Theo Eshetu laquelle sera visible dans l'exposition.

Prêts

Cette année, cinq objets de la collection de l'Alimentarium en lien avec la sécurité alimentaire étaient visibles au Château de Morges dans le cadre de l'exposition « Y'a le feu au Lac ! » (9 novembre 2023 – 15 décembre 2024). Ils ont depuis réintégré les dépôts de l'Alimentarium où nous les préparons pour la prochaine exposition.

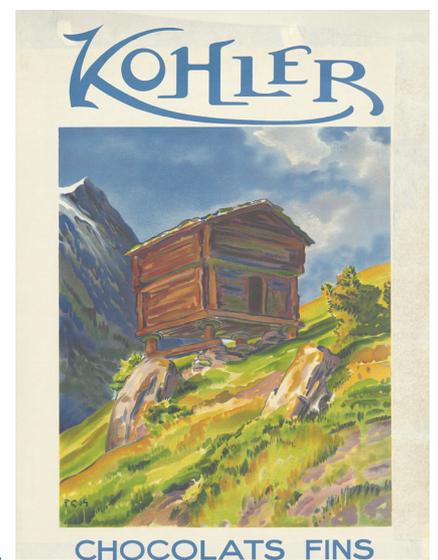
Nous avons par ailleurs prêté une affiche Kohler (AL3457) datant des années 1920 au Musée Historique de Lausanne à des fins de numérisation. Celle-ci figure désormais dans un élément multimédia traitant de la circulation et de la commercialisation des denrées coloniales à Lausanne d'ores et déjà visible dans leur exposition permanente. Enfin, dans le cadre de nos opérations de récolement nous avons pu régulariser le prêt d'une chaudière à vide en cuivre datant de 1880 qui se trouvait dans l'exposition de la Maison Cailler à Broc (ALM156). Celle-ci y sera prochainement mise à l'honneur à l'occasion des 150 ans de l'invention du chocolat au lait par Daniel Peter.



Nicolas Noverraz, « Sugus », Genève, Suisse, 2010–2022, AL10183-10187, Photo Luís Lourenço ©Alimentarium



Plateaux repas de prison, Cambro, Bedford, USA, c. 2000, AL10166, Photo Luís Lourenço ©Alimentarium



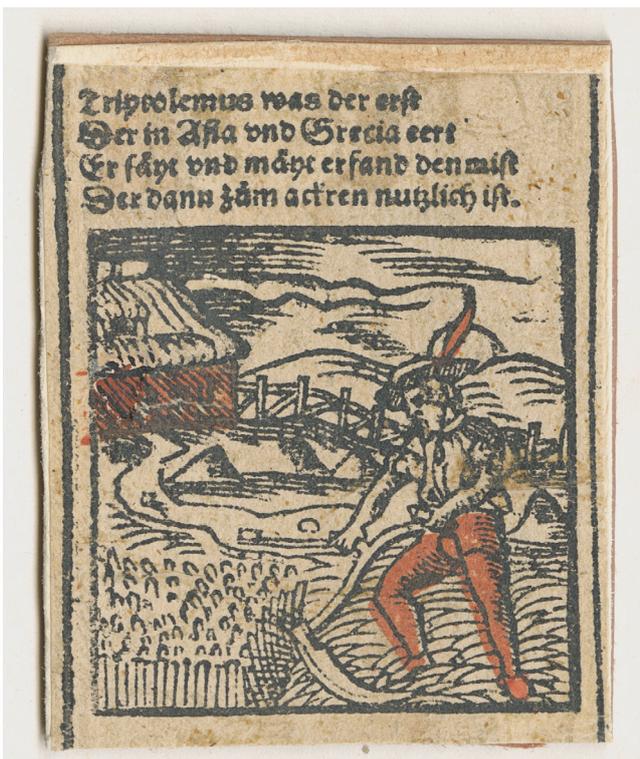
François Gos, Affiche publicitaire Kohler, Suisse, 1920–1926, AL3457

Numérisation des collections

Le grand changement pour les collections de l'Alimentarium, celui qui a mobilisé les équipes une bonne partie de l'année, est la migration de la base de données. Nous disposons désormais d'un outil de choix qui permettra d'optimiser la gestion des plus de 10 000 objets qui constituent notre collection.

Suite à un appel d'offres, nous avons opté pour le logiciel S-Museum développé par l'entreprise Skinsoft. Celui-ci permet une gestion intégrée de l'ensemble des mouvements d'objets liés à la collection (pré-entrées, acquisitions, prêts et emprunts, expositions, cessions...), du travail en lien avec la restauration (constats d'état, suivi des opérations de restauration) ainsi que la centralisation de toute la documentation y afférente, notamment les visuels des objets. Il est également un outil précieux pour les opérations de récolement et permet de générer de nombreux documents tels que contrats de prêts, actes de donation ou encore cartels.

Concernant la numérisation à proprement parler, nous avons prolongé notre partenariat avec le Studio68 à Genève pour des prises de vues en très haute résolution de plusieurs centaines d'objets de nos collections, ainsi que procédé en interne à la numérisation de plus d'une centaine de documents d'archives, pour certains très anciens. Ces images haute définition ont été intégrées dans notre nouvelle base de données et seront pour certaines mobilisées dans les prochains renouvellements scénographiques, en attendant de les rendre accessibles au téléchargement au plus grand nombre via notre site internet.



Chantier des collections

Le grand remue-ménage initié en 2023 dans les dépôts de l'Alimentarium n'a pas faibli en 2024. Moins spectaculaires, les chantiers entrepris sont néanmoins tout aussi importants. Ils ont suivi deux directions principales avec, d'un côté, la poursuite des opérations de rangement, reconditionnement, inventaire et récolement menés dans les dépôts, et, de l'autre, la préparation de plusieurs centaines d'objets en vue des expositions qui seront ouvertes en juin 2025.

De nombreuses opérations de restauration ont ainsi été menées, à la fois en interne par notre conservatrice restauratrice Valentine Brodard mais également par des prestataires externes. C'est ainsi que l'Atelier Olivier Guyot (Romont) a pris soin de l'imposante pomme en marbre, œuvre du sculpteur Noël Devaud (Cortailod, vers 1985, AL10198) posée depuis novembre 2023 dans le jardin potager de l'Alimentarium. Nous avons également confié aux soins de l'atelier À livre ouvert (Fribourg) une douzaine de documents anciens, notamment l'acte de vente et les comptes d'exploitation d'une plantation sucrière à Saint-Domingue (1755-1792, AL5369 et AL5515). Ceux-ci figureront dans l'exposition qui ouvrira en juin 2025, aux côtés d'une enseigne en bois pour un chocolatier figurant un indien d'Amérique du Sud datée des années 1880-1900 (AL3353). Celle-ci a pour sa part été prise en charge par une étudiante de la HE-Arc Conservation-restauration Neuchâtel dans le cadre de sa formation.

Et 2025 s'annonce tout aussi riche avec la mise en place des renouvellements scénographiques et l'arrivée prochaine dans l'équipe d'une assistante pour le récolement et pour l'inventaire. Elle sera chargée, avec notre assistante à la numérisation des collections Hélène Delacourt, de procéder au récolement complet de notre collection et de mettre la base de données en conformité.

Gravure,
Berne, Suisse, 1567,
AL3565, «Triptolemus était le premier qui, en
Asie et en Grèce, a semé et cultivé ce qui est
ensuite utile pour la récolte»

SCÉNOGRAPHIE

«La Fresque des mangeurs» et «Manger dehors!» :
expositions photographiques

COMMISSAIRES SCIENTIFIQUES : MARIE DESMARTIS ET BORIS WASTIAU

DIRECTION DE PROJET : MARIE DESMARTIS

GRAPHISME : ARIANE NICOLLIER, FABRICA COLLECTIVE, YVERDON

TIRAGES PHOTOGRAPHIQUES : ATELIER DELACHAUX, LAUSANNE

En 2024 deux expositions de photographies de l'agence Magnum ont été installées à l'Alimentarium.



La Fresque des mangeurs a pris place au premier étage du musée, dans le «secteur société» dès le mois de janvier.

«La Fresque des mangeurs»,
Alimentarium,
2024

Quoi de plus simple à décrire qu'un repas, n'est-ce pas ? Et pourtant ! Si la nourriture en est une composante essentielle, il ne s'agira que du plus petit dénominateur commun d'une infinie variété de pratiques. «La Fresque des mangeurs», constituée de 21 photographies capturant des moments chaque fois uniques de repas à travers le monde, illustre une diversité complexe. Des photographes de l'agence Magnum nous révèlent de façon poignante des facettes sociales, culturelles, politiques, économiques, environnementales, religieuses ou encore psychologiques de l'alimentation.

Intitulée «Manger dehors!» une exposition de 14 images saisies sur le vif a été déployée début février dans l'espace dévolu à cet effet au second étage du musée.

Certaines habitudes de restauration en plein air sont liées aux métiers exercés par les mangeurs. Ainsi les agriculteurs et agricultrices mangent encore souvent au champ à certaines saisons, les ouvrières et ouvriers sur leur chantier s'ils n'ont pas accès à une cantine. Dans une communauté donnée, des travaux collectifs

de construction ou d'aménagement pourront aussi être l'occasion de partager un repas à l'extérieur. D'autres habitudes sont liées à l'environnement et aux pratiques culturelles. Dans de nombreux pays au climat très chaud, manger dans la rue sur les trottoirs une fois la nuit tombée peut s'avérer plus agréable que de manger à l'intérieur. Cela permet également d'entretenir les liens sociaux avec le voisinage ! Les festivals, qu'ils aient un caractère religieux ou non, les fêtes populaires, comme les carnivals, ou encore les tournois sportifs sont autant d'occasions de manger en plein air.

Ces renouvellements scénographiques ont été l'occasion pour l'Alimentarium de retirer plusieurs dizaines d'écrans de ses expositions. Ces changements s'inscrivent dans le cadre d'une réflexion plus générale tant sur la muséologie que sur l'impact environnemental et la durabilité de nos expositions.

Systema Alimentarium. Vers une grande révolution alimentaire ?

Toutes les forces vives se sont concentrées sur la conception et la planification d'un nouveau parcours d'exposition qui sera réalisé au printemps 2025 et complété dans sa totalité le 21 juin à l'occasion du 40^{ème} anniversaire de l'Alimentarium. Plus qu'une exposition temporaire, il s'agit d'une modification en profondeur du parcours de l'exposition permanente. Sont touchés par ces transformations tous les espaces d'exposition de l'Alimentarium, jardin compris, à l'exception de «l'espace corps» au second étage du musée. Le café sera également réinvesti pour exposer des objets de la collection, et pour la première fois depuis de nombreuses années, la verrière du musée, sur l'arrière du bâtiment, sera entièrement scénographiée. En tant que co-commissaires d'exposition, Marie Desmartis et Boris Wastiau se sont associés à l'architecte et scénographe Bernard Delacoste, ainsi qu'à la graphiste Jocelyne Fracheboud pour concevoir et développer un parcours scénographique clairement distinct de l'existant, aussi accessible et lisible que surprenant.

Le but de l'exposition est d'offrir au public une vision globale des nombreux enjeux qui lient le système alimentaire dans sa complexité à la santé planétaire et aux limites écologiques de la planète. Le sujet, vaste et difficile, est abordé avec de l'objet, du texte, des dispositifs de mise en perspective, mais également des œuvres contemporaines, de nombreuses photographies contemporaines, des images satellitaires, ou encore des créations artistiques numériques originales.

Les collections exposées augmenteront de plusieurs centaines d'objets allant de tickets de rationnement datant des deux guerres mondiales ou d'objets commémoratifs de la famine de 1816 à des pains et des paquets de bonbons venus du monde entier. Seront également visibles des machines et des instruments de mesure utilisés dans l'industrie agroalimentaire, des objets plus ou moins précieux utilisés pour consommer des mets et boissons faits pour le plaisir ou encore des emballages alimentaires, bouteilles et boîtes de conserve datant pour certains du début du XIX^e siècle. À cela s'ajouteront 36 tirages grand format de photographies de l'agence Magnum, des natures mortes photographiques contemporaines, ou encore plus d'une centaine de répliques grandeur nature de plats consommés dans à travers le monde.



«Manger dehors!»,
Exposition de photographies de l'agence Magnum,
Alimentarium,
2024



Johann Georg Schreiber,
Gravure représentant la distribution de pain aux
immigrants arrivant en Angleterre en 1709, tirée du
Neu eröffnete Historischer Bildersaal, tome VIII,
Leipzig, Allemagne, 1727,
p. 527, AL4066.

MÉDIATION CULTURELLE



Ensemble en cuisine ©Alimentarium, Vevey

Créer une expérience, fédérer une communauté

À l'Alimentarium, les activités et les moments d'échange rythment chaque journée ! Les équipes de la médiation culturelle y veillent en composant un programme d'activités et d'événements engageants, déployés tout au long de l'année dans tous les espaces du musée.

Ce programme est nourri par un réseau de partenaires qui contribuent à faire du musée un lieu propice à l'échange et au partage. Nous participons à la vie de la cité avec un ancrage fort à Vevey et inscrivons également notre démarche à l'échelle régionale et nationale. Par une approche à la fois sensorielle, intellectuelle et ludique dans nos activités, nous cherchons à sensibiliser nos publics aux enjeux d'une alimentation saine et durable afin de porter les messages développés dans le parcours d'exposition du musée. Nos actions de médiation culturelle sont guidées par les intentions et les valeurs exprimées dans le Manifesto de l'Alimentarium :

L'alimentation est le lien primordial qui nous lie à la planète.

Aux autres espèces. À celles et ceux que nous aimons. À notre corps.

L'Alimentarium cultive ce lien. Le nourrit. L'enrichit.

À travers une expérience physique, intellectuelle et émotionnelle.

En interrogeant le passé, le présent, le futur.

Nous vous convions à la réflexion,

à l'apprentissage et à l'échange.

Autour de ce que nous mangeons.

L'Alimentarium engage un dialogue.

Pour établir un échange durable entre les communautés.

D'ici et d'ailleurs. À Vevey et dans l'espace numérique.

Nous sommes ce trait d'union culturel, personnel et intellectuel.

Entre l'alimentation et vous.

Afin de créer une expérience de visite de qualité qui remplisse la mission éducative et sociale du musée, notre palette d'activités et d'événements culturels prennent appui sur les axes qui suivent.

La participation des publics – Pour que les visiteurs-euses soient acteurs et actrices de leur expérience au musée, nous accordons une grande importance à l'interactivité sous toutes ses formes, qu'il s'agisse du temps consacré au dialogue et à l'échange, aux expériences sensorielles ou encore aux pratiques culturelles, notamment en cuisine, par le biais de nos ateliers culinaires.

L'accessibilité et l'inclusion – Nos actions de médiation sont accessibles au plus grand nombre de visiteurs-euses, tout en prenant en compte la diversité des besoins de chacun-e. Cela comprend des mesures comme la mise en place d'une politique tarifaire inclusive, des initiatives spécifiques pour les publics à besoins particuliers, ainsi qu'une réflexion approfondie sur l'expérience de visite des personnes en situation de handicap. Nous veillons également à offrir une disponibilité maximale de nos ressources en ligne.

La pédagogie par objectifs – Nos prestations destinées aux publics scolaires et au jeune public mettent l'accent sur l'acquisition des savoirs, des savoir-faire et des savoir-être, en se basant sur les objectifs du plan d'études romand à l'éducation alimentaire.

La co-construction – Nos activités et nos événements sont conçus en collaboration avec nos partenaires issus des domaines scientifique, social, pédagogique ou culturel.

La connaissance des publics – Nos actions sont évaluées de façon systématique par le biais d'enquêtes de satisfaction auprès des publics, afin de mieux cerner leurs attentes et leurs besoins de façon à améliorer la qualité de leur expérience de visite.

PROGRAMME CULTUREL

Manifestations

L'année 2024 a été jalonnée de nombreux événements qui nous ont permis d'aborder l'alimentation sous différents angles, en mettant les publics en relation avec de nombreux invités d'horizons variés qui ont partagé leur expérience, leurs connaissances et leur vision de ce que signifie bien manger. Retour sur quelques moments forts.

Le jour le plus fréquenté était... une nuit!

Organisée en collaboration avec l'Association des musées de la Riviera vaudoise, la Nuit des musées a accueilli près de 1'700 personnes à l'Alimentarium. Trois pêcheurs, Patrice Brügger, Henri-Daniel Champier, ainsi que sa fille Irina, première pêcheuse professionnelle sur le Haut-Léman, ont permis aux visiteur-euse-s de (re)découvrir les poissons du Léman, des espèces les plus connues aux plus rares, voire disparues, dans une démarche de sensibilisation aux enjeux de la pêche durable.

Parmi les rendez-vous incontournables de l'année, l'opération PâKOMUZÉ a rassemblé de nombreuses familles, dont près de 230 participant-e-s pour les ateliers culinaires et plus de 500 pour une chasse aux œufs à travers l'exposition. Autre moment phare, le week-end En Famille aux musées, lors duquel nous avons relevé de défi de fêter Halloween sans bonbons! Une exposition de plus de cinquante variétés de courges piquait la vedette aux sucreries détrônées par des ateliers de confiture auxquels près de 80 familles ont pris part. Près de 600 visiteur-euse-s de tout âge ont pu profiter de visites thématiques et de contes effrayants qui faisaient la part belle aux cucurbitacées.

Nos événements sont aussi des invitations au voyage qui célèbrent les cultures culinaires d'ici et d'ailleurs. En 2024, nous avons embarqué nos visiteur-euse-s pour le Carnaval de Rio, avec une dégustation de feijoada, plat emblématique du Brésil à la croisée des cultures africaine, européenne et sudaméricaine, qu'on pouvait savourer entre deux pas de samba (472 participant-e-s). En août, nous sommes montés à l'alpage en compagnie de Patrimoine culinaire suisse pour explorer l'histoire de la production du sérac, un savoir-faire fromager qui méritait d'être revalorisé (116 participant-e-s). En novembre, cap sur les États-Unis à l'occasion de Thanksgiving (96 participant-e-s). Nos invités témoignaient de leur attachement à ce repas traditionnel empreint de valeurs fortes comme le partage et la gratitude. Depuis le Pilgrim Hall Museum de Plymouth, le lieu même où se serait tenu le premier repas de Thanksgiving en 1621, nous en découvrons les origines grâce à une vidéo-conférence. Santé et alimentation sont au cœur de nos préoccupations et de celles de nos visiteur-euse-s comme on a pu le constater lors de nos enquêtes auprès des publics. La Journée nationale des allergies a réuni près de 200 participant-e-s qui ont échangé avec les spécialistes de aha! Centre d'Allergie Suisse. Un bar à madeleines «inclusives» proposait des douceurs sans gluten, ni lactose.

Ces moments réjouissants, fruits d'un travail de préparation minutieux, ont créé des instants fédérateurs avec des publics particulièrement enthousiastes.

L'ÉPIPHANIE	6 JANVIER
CARNAVAL ET FEIJOADA DO BRASIL!	17 FÉVRIER
JOURNÉE NATIONALE DE L'ALLERGIE	23 MARS
PÂKOMUZÉ	29 MARS – 16 AVRIL
MARCHÉ AUX PLANTONS PROSPECIERARA	28 AVRIL
LA NUIT DES MUSÉES	25 MAI
FÊTE NATIONALE SUISSE	1 ^{er} AOÛT
LA SEMAINE DU GOÛT	12 – 22 SEPTEMBRE
EN FAMILLE AUX MUSÉES	2 – 3 NOVEMBRE
THANKSGIVING	24 NOVEMBRE
CONTES DE NOËL	7 – 8 DÉCEMBRE
LA SAINT-SYLVESTRE	31 DÉCEMBRE



Carnaval et feijoada
©Alimentarium, Vevey

Conférences et tables rondes

Pour encourager la réflexion, le dialogue et le débat autour de l'alimentation dans ses multiples dimensions, pour favoriser la divulgation scientifique et la transmission des connaissances, de nombreuses conférences et tables rondes ont rythmé l'année, certaines diffusées en livestream et disponibles sur notre chaîne youtube :

www.youtube.com/@alimentariumvevey

TABLE RONDE «FEIJOADA, À LA CROISÉE DES CULTURES»

17 FÉVRIER

- Max Jacques, Instituto Brasil a Gosto (Brésil)
- Sival de Oliveira, Association Bantu Brasil
- Eliana de Souza

CONFÉRENCES «ALLERGIES ALIMENTAIRES ET INTOLÉRANCES AU GLUTEN ET AU LACTOSE» 23 MARS

- Laure Tercier, aha! Centre d'Allergie Suisse

CONFÉRENCE «QU'EST-CE QUE LA PÊCHE DURABLE?» 25 MAI

- Henri-Daniel Champier, Association Le Chemin des galets

CONFÉRENCE ET DÉGUSTATION «CONNAISSEZ-VOUS LE SÉRAC?»

1^{er} AOÛT

- Tania Brasseur, Patrimoine culinaire suisse

TABLE RONDE «COPRODUITS ET COMPAGNIE!» 12 SEPTEMBRE

- Maurine Mabillard, Centre de compétences et de formation de Grangeneuve
- Aurélie d'Assignies, Very Foody laboratoire d'innovation culinaire (France)
- Anne Verniquet, DSS+
- Clément Gindrat, Cogiterre
- Serge Rezzi, Fondation Suisse de Nutrition et Santé

CONFÉRENCE «REVALORISER LES DÉCHETS DE JUS DE FRUITS OU DU PETIT LAIT? PROJET EUROPÉEN FAIRCHAIN» 12 SEPTEMBRE

- Anne Verniquet, DSS+
- Clément Gindrat, Cogiterre

CONFÉRENCE «DU LACTOSÉRUM À L'HYDROGÈNE, OU PRODUIRE DE L'ÉNERGIE AVEC DES RESTES» 13 SEPTEMBRE

- Florian Davoine, HEIA-FR
- Vincent Bourquin, HEIA-FR

CONFÉRENCE «RECYCLONS LE PAIN INVENDU POUR EN FAIRE... DE LA BIÈRE!» 14 SEPTEMBRE

- Romain Zbinden, Cogiterre

CONFÉRENCE «LES RIZIÈRES DU VULLY» 15 SEPTEMBRE

- Léandre Guillod, Slow Food

TABLE RONDE «MUSÉOLOGIE DES PROMESSES ALIMENTAIRES»

27 SEPTEMBRE

- Valérie Boisvert, UNIL
- Marianna Fenzi, UNIL
- Jean Foyer, CNRS
- Aurore Rimlinger, UNIL

TABLE RONDE «THANKSGIVING» 24 NOVEMBRE

- Kathleen Wall, Pilgrim Hall Museum (USA)
- Boris Vejdosky, UNIL
- Wave Bonardi

Nous adressons nos remerciements aux intervenants, notamment celles et ceux qui ont pris la parole depuis l'étranger, surmontant la barrière de la langue et du décalage horaire...

Rencontre & dédicaces

Grâce à notre partenariat avec Payot Libraire, les publics de l'Alimentarium peuvent prolonger leur visite par des lectures choisies : histoire culinaire, albums jeunesse, livres de recettes et ouvrages spécialisés achalandent la boutique-librairie du musée. Une sélection de lectures gourmandes pour adultes et pour enfants est aussi mise à disposition dans divers espaces du musée.

L'Alimentarium a également accueilli plusieurs séances de dédicaces dans son café. Autant d'occasions de rencontrer des autrices et auteurs sensibles et engagés pour transmettre des valeurs positives autour de l'alimentation.

VALÉRIE BLANC «JUSTE DU GOÛT KIDS»	16 MARS
CHRISTINE POMPÉI «LES ENQUÊTES DE MAËLYS»	20 AVRIL
CLAUDE LUISIER «LA FROMAGERIE»	21 AOÛT
LISA VOISARD «MIAM LA NATURE!»	19 OCTOBRE

MÉDIATION CULTURELLE & SCIENTIFIQUE DE L'EXPOSITION

Un zeste de science

Tout au long de l'année, notre série d'animations «Les Métamorphoses du sucre» a captivé près de 5'500 visiteur-euse-s. À travers quatre volets thématiques, les publics exploraient tour à tour les différents types de sucres et édulcorants ainsi que leurs effets sur la santé ou encore les tribulations de cette denrée coloniale de luxe devenue aujourd'hui produit de consommation courante quasi omniprésent dans notre alimentation. Ponctuées d'une petite dégustation, ces animations alliant divulgation scientifique et histoire culturelle étaient comprises dans le billet d'entrée du musée. Elles ont beaucoup marqué les esprits de nos visiteur-euse-s, souvent surpris d'apprendre les recommandations faites par les organismes de référence, comme la Société suisse de nutrition et l'Organisation mondiale de la Santé, ce dont témoignent leurs nombreux commentaires à ce sujet recueillis lors de notre enquête de satisfaction.

LES MÉTAMORPHOSES DU SUCRE: SIMPLE OU COMPLEXE?	JANVIER – MARS
LES MÉTAMORPHOSES DU SUCRE: UN PETIT GRAIN DANS TOUS SES ÉTATS	AVRIL – JUIN
LES MÉTAMORPHOSES DU SUCRE: NATUREL OU DE SYNTHÈSE?	JUILLET – SEPTEMBRE
LES MÉTAMORPHOSES DU SUCRE: SAGA DOUCE-AMÈRE D'UNE DENRÉE COLONIALE	OCTOBRE – DÉCEMBRE

Des visites à la carte

Les guides du musée ont conduit 210 groupes, dont 121 classes, à travers les espaces d'exposition et le jardin potager de l'Alimentarium. Les visites commentées ont été proposées en trois langues: français (84%), anglais (9%) et allemand (7%).

Le panel de visites a été enrichi de deux nouvelles prestations destinées au très jeune public (4 à 6 ans). Les «visites-découvertes» ont été spécialement conçues pour les petit-e-s visiteur-euse-s qui ont un grand appétit de connaissances. La balade contée «Histoire d'une pomme» suit les péripéties du fruit à travers un théâtre kamishibai. La visite sensorielle «Les yeux fermés» invite à l'exploration des aliments par le toucher, l'odorat, l'ouïe et le goût. Ces visites interactives adaptées au rythme des enfants de 4 à 6 ans ont rencontré un vif succès auprès des classes et ont été évaluées par les enseignant-e-s, dont 90% ont considéré la prestation adaptée aux enfants et la recommanderaient à leurs pairs.

Aux visites guidées sur demande s'ajoutent des visites publiques, proposées aux visiteur-euse-s individuel-le-s. Déclinées sur le mode «visites gourmandes», elles mettaient à l'honneur les fêtes calendaires et faisaient la part belle à notre potager lors de «visites-cueillettes». Ces visites ont rencontré un certain succès (122 participant-e-s), notamment celle intitulée «Röstigraben?» qui invitait à enjamber les barrières linguistiques et les fossés culturels en valorisant l'incroyable diversité des terroirs suisses et les spécialités fromagères d'outre-Sarine.

TRADITIONS DE PÂQUES	30 – 31 MARS ET 1 ^{er} AVRIL
LA FRESQUE DES MANGEURS	18 – 19 MAI
MANGER DEHORS!	8 – 9 JUIN
CÔTÉ POTAGER	6 – 7 JUILLET
RÖSTIGRABEN?	1 ^{er} AOÛT
SPÉCIAL JEÛNE FÉDÉRAL	14, 15, 16 SEPTEMBRE
CUEILLETTE D'AUTOMNE	19 – 20 OCTOBRE
LE MUSÉE DE PAIN D'ÉPICES	7 – 8 DÉCEMBRE

Un jeu en réalité augmentée

Outil numérique très prisé, notamment par les adolescents, notre escape game AL2049 a rencontré un franc succès: 41 classes et groupes privés se sont essayés à ce jeu coopératif en réalité augmentée qui invite à la réflexion autour du système alimentaire. Les sessions de jeu se sont prolongées par des discussions animées entre les médiateur-trice-s, les enseignant-e-s et les participant-e-s.

Inclusion des publics aux besoins spécifiques

Le 20 mai, Step2Blind était notre invité pour proposer une activité de sensibilisation au handicap visuel. Natacha de Montmollin, médiatrice culturelle aveugle de naissance, et Jean-Denis Moschard, invitaient les visiteur-euse-s à une immersion sensorielle. Les yeux bandés, les participant-e-s ont exploré des bouquets d'herbes aromatiques du jardin par le toucher puis par l'odorat, qu'ils

ont également tenté de dessiner. Privés de la vue, ils ont dit avoir ressenti avec plus d'intensité les saveurs et les textures lors d'une dégustation. Cette rencontre a particulièrement marqué les enfants, impressionnés d'être accueillis et guidés par une personne aveugle. L'échange spontané qui en a découlé était très enrichissant. Les 19 participant-e-s ont exprimé à l'unanimité leur satisfaction lors de cette activité offerte par le musée.

Plusieurs groupes en situation de handicap visuel ont également été accueillis au musée durant l'année. Approchée par le Centre pédagogique pour élèves handicapés de la vue, l'équipe de médiation de l'Alimentarium a composé un atelier sensoriel permettant d'aborder l'alimentation en sollicitant ses autres sens afin d'animer la visite d'un groupe d'enfants avec déficit visuel, accompagnés de leurs enseignants spécialisés. Cet atelier a été ensuite adapté pour des adultes.

L'équipe de l'Alimentarium a également mené une étude approfondie sur l'accessibilité du musée pour les personnes à mobilité réduite, en abordant des aspects tels que l'ergonomie et la circulation dans le musée. Nous tenons à remercier Delphine Avrial, conseillère RSO, et Frank Henry de l'AVACAH pour leur accompagnement.

EXPÉRIENCE CULINAIRE

En une bouchée

En cuisine, zoom sur les produits de saison! Pourquoi faut-il faire tremper les haricots? Combien de temps se conservent les œufs? Quels sont les bons gestes pour préparer soi-même des filets quand on achète du poisson frais? Les animateur-trice-s culinaires de l'Alimentarium ont partagé avec les visiteur-euse-s leurs connaissances et savoir-faire lors de démonstrations culinaires couronnées de petites bouchées à déguster. Plus de 7'500 visiteur-euse-s ont pris part à ces animations comprises dans le billet d'entrée.

PARFUM DES ÎLES	JANVIER
LA FAIM DES HARICOTS	FÉVRIER
ZÉRO GLUTEN, ZÉRO LACTOSE	MARS
L'ŒUF OU LA POULE?	AVRIL
POISSONS DU LAC	MAI
ÇA TOURNE AU VINAIGRE!	JUIN
RAMÈNE TA FRAISE!	JUILLET
SWISS QUIZZ	AOÛT
DU PAIN SUR LA PLANCHE	SEPTEMBRE
VIVE LES CHAMPIGNONS!	OCTOBRE
COURGE TOUJOURS	NOVEMBRE
ANANAS ROYAL	DÉCEMBRE

Ateliers culinaires

En 2024, le panel d'ateliers de cuisine pour les publics scolaires (degrés 3H à 8H) a été renouvelé pour mieux répondre aux objectifs pédagogiques du plan d'études romand. 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. 70 classes, soit 1'468 écolier·ère·s ont partagé un repas réalisé sous la houlette de nos animateur·trice·s culinaires et ont profité de notre espace ludique composé de plus de vingt jeux sur l'alimentation. Lors de notre enquête de satisfaction, les enseignant·e·s ont souligné la qualité de l'encadrement et de l'activité (durée, rythme, niveau de difficulté), la mobilisation de compétences psycho-sociales des enfants (sens de l'autonomie, sens de la coopération) et la sensibilisation au gaspillage alimentaire (objectifs atteints à 100%). D'autres points parmi les messages clés que nous cherchons à transmettre dans le cadre de nos activités pour les publics scolaires devront encore être améliorés, comme la sensibilisation à l'importance de l'équilibre alimentaire (objectif atteint à 60%) ainsi qu'à la saisonnalité et à la provenance des aliments (objectif atteint à 40%).

Les visiteur·euse·s individuels ne sont pas en reste. 75 enfants ont soufflé leurs bougies d'anniversaire dans notre cuisine junior entourés de leurs ami·e·s, avec une nouvelle formule de goûter sous l'égide de Yamy, notre mascotte gourmande et espiègle.

Afin de favoriser les échanges intergénérationnels l'offre d'ateliers culinaires s'est vue enrichie de nombreuses activités destinées aux familles. 671 participant·e·s ont attaché leurs tabliers pour réaliser des recettes à quatre mains lors des ateliers « Ensemble en cuisine », tandis que 71 amateur·trice·s avertis·e·s ont révélé leurs talents cachés lors des ateliers « Les Astuces du chef ».

Les Matinées

tous les mardis, jeudis et vendredis des périodes scolaires

- MENU D'ANTAN * COMMENT MANGEAIT-ON EN SUISSE EN 1900?
- MENU VÉGÉTARIEN * QU'EST-CE QUI PEUT REMPLACER LA VIANDE?
- MENU D'AILLEURS * VOYAGEZ À TRAVERS LES SAVEURS!
- MENU ÉQUILIBRE * JONGLEZ AVEC LES NUTRIMENTS!
- MENU FESTIF * NOËL GOURMAND!

Le Passeport Vacances

vacances scolaires d'été et d'automne

- * SNACKS SUCRÉS-SALÉS POUR MA RÉCRÉ
- * LE GOÛTER GOURMAND

Les Anniversaires

Mercredi, samedi et dimanche

- * LE GÂTEAU YAMY
- * LE FANTASTIQUE CHOCOLAT
- * LE FABULEUX CHEESECAKE

Ensemble en cuisine

REINE D'UN JOUR OU ROI DE LA FÈVE?	5 – 6 JANVIER
GOÛTER 100% BIEN TOLÉRÉ	23 ET 24 MARS
POUSSINS À CROQUER	29 – 14 AVRIL
DITES-LE AVEC DES FLEURS	11 – 12 MAI
PICKLES PARTY!	1 – 2 JUIN
LA RÉCRÉ À DEUX!	14 – 18 SEPTEMBRE
PETITS CHAUSSONS TROP MIGNONS	12 – 27 OCTOBRE
CONFITURES DE NOËL	7 – 22 DÉCEMBRE

Les Astuces du chef

À QUELLE SAUCE SERA-T-ON MANGÉ ?	27 JANVIER, 24 FÉVRIER, 16 MARS
PASTA FRESCA	27 AVRIL, 18 MAI, 28 JUIN
SUSHIS, ÇA VOUS DIT ?	27 JUILLET, 31 AOÛT, 28 SEPTEMBRE
MACARONS TOUT RONDS	26 OCTOBRE, 7 ET 14 DÉCEMBRE

À cela s'ajoutent encore les activités pour le Nestlé Rive-Reine Training Center auxquels près de 300 participant·e·s ont pris part.



En famille aux musées
©Alimentarium, Vevey

Valorisation des produits du jardin potager

Notre potager est une ressource essentielle à la fois comme outil pédagogique et comme source d'approvisionnement. Plus de 300 plantes comestibles, que nos jardiniers Emile Collet et Jean-Michel Allard cultivent au fil des saisons, forment une exposition en plein air qui change au rythme des saisons. La plupart de nos activités culinaires comprennent un passage par le jardin, où les participant·e·s récoltent directement des herbes fraîches et des légumes de saison. Ces produits sont également valorisés par notre équipe culinaire, qui réalise des pestos à base d'herbes aromatiques, des confitures de coings, de kiwis et de courges, des pickles, des sauces chimichurri ou encore des chutneys. Ces délices alimentent la boutique-librairie du musée, où les visiteur·euse·s peuvent se procurer un souvenir fait maison, à déguster ou à offrir. On y trouvera également la deuxième édition du livre de recettes pour enfants «C'est trop bon!», publié aux éditions AUZOU, en collaboration avec l'équipe culinaire de l'Alimentarium.



Carottes du potager ©Alimentarium, Vevey

Goûters futés, avec Corporate Community Giving Nestlé

Engagé dans le soutien aux familles en situation de précarité, Corporate Community Giving Nestlé (CCGN) s'est adressé à l'Alimentarium pour mener à bien la mission «goûters futés»: une action à haute valeur éducative pour sensibiliser les enfants à des notions d'équilibre alimentaire et les initier au plaisir de préparer un goûter sain, fait maison, dans nos ateliers. 34 participant·e·s ont passé un mercredi après-midi du mois de septembre avec les animateur·trice·s culinaires et les médiatrices du musée. Après leur passage dans le jardin, où ils ont cueilli des feuilles de verveine fraîche pour réaliser une boisson non-sucrée, les participant·e·s ont réalisé de petits gâteaux aux carottes qu'ils ont dégusté avec des fruits frais. L'atelier culinaire et le goûter étaient complétés par des activités ludiques en lien avec l'alimentation dans notre espace de jeux. Les participant·e·s sont repartis avec un «kit», comprenant la recette et les ingrédients du goûter, qui leur permettait de reconduire l'expérience avec la complicité de leurs parents. Ces ateliers ont été généreusement offerts par CCGN.

Peinture comestible, avec la Ville de Vevey

Sur une idée originale de Jeanne Serot et Charlotte Gaio, chargées de projets au bureau de la durabilité de la Ville de Vevey, l'Alimentarium a proposé une activité alliant cuisine et création artistique dans le cadre de la Semaine du goût, dans le but de sensibiliser les publics à la revalorisation des déchets alimentaires. Animé en tandem avec les collaboratrices du bureau de la durabilité, la cuisine du musée s'est muée en atelier d'aquarelle qui avait pour slogan «recyclez vos épluchures pour faire de la peinture!» Dans la veine des ateliers «zéro-déchets», les restes végétaux de l'atelier de cuisine ont servi à décorer les étiquettes des emballages (réutilisables!) dans lesquelles les 24 participant·e·s emportaient leurs créations, tant culinaires qu'artistiques. Ces deux ateliers offerts par la Ville de Vevey affichaient complet.

PROJETS EN PARTENARIAT

Ateliers KiKo, avec la Fit4Future Foundation

L'Alimentarium et la Fit4Future Foundation partagent une même vision: encourager les enfants à cuisiner est la meilleure recette pour développer leur créativité et leur autonomie! Afin de les sensibiliser aux enjeux d'une alimentation saine et durable, nous nous sommes associés pour inviter petites et petits chefs en herbe à réaliser un menu féérique, inspiré du livre de recettes KiKo (Kinder kochen). Durant les vacances de février, les quatre ateliers KiKo proposés aux enfants de 8 à 12 ans ont affiché complet. De la sauce «chaperon rouge» à la crème «abracadabra», en passant par le délicieux gratin façon Geppetto, les 48 participant·e·s ont réalisé leur repas en un coup de baguette magique avec la complicité de nos bienveillants animateurs culinaires. Ce festin dégusté au musée concrétisait une expérience positive autour de l'alimentation pour le jeune public.

MIEUX CONNAÎTRE NOS VISITEUR·EUSE·S

Les publics sont au cœur de tout projet muséal. Afin de mieux comprendre leurs attentes et leur perception de l'expérience à l'Alimentarium, nous avons mis en place une enquête de satisfaction, réalisée au travers de l'application ludique et intuitive Muse. Elle repose sur un questionnaire de 24 questions axées principalement sur l'expérience de visite. En dix mois, nous avons pu recueillir un échantillon de feedbacks qui nous permettent d'évaluer le taux de satisfaction des visiteur·euse·s et d'identifier leurs habitudes, leurs besoins et leurs intérêts.

Ces données constituent des indicateurs précieux pour orienter nos actions et améliorer continuellement notre offre. Nous présentons ici une synthèse des résultats pour la période du 1^{er} mars au 31 décembre 2024, durant laquelle 1760 visiteur·euse·s ont participé à l'enquête, soit environ 4,5 % de la fréquentation totale sur cette période.

La catégorisation des visiteur·euse·s de notre sondage cherche à établir leur profil en fonction de leur motivation à la visite. Pourquoi viennent-ils au musée? Pour apprendre? Pour se divertir? Pour socialiser? En nous inspirant des profils de visiteur·euse·s établis par le biologiste américain et spécialiste de l'apprentissage libre John H. Falk. Les résultats démontrent que la grande majorité des visiteur·euse·s qui ont répondu à l'enquête correspond aux catégories « curieux d'expérience » (37%) et « explorateurs » (36%). Les premiers sont motivés par les activités qui sortent de l'ordinaire et les manifestations, alors que les seconds s'intéressent au contenu de la visite et cherchent à enrichir leurs connaissances. Une majorité de visiteur·euse·s interrogés affirme également considérer que bien manger est avant tout une question de santé (61%) plutôt que de plaisir (39%).

à oreille (36%), la recherche internet (26%), le site internet du musée (15%) et les réseaux sociaux (10%).

Les visiteur·euse·s interrogés passent en moyenne 1h58 dans le musée, soit près d'une demi-heure de plus que lors d'une première enquête effectuée en 2022

77% des personnes interrogées visitaient l'Alimentarium pour la première fois. 67% ont exprimé le souhait d'y revenir et 70% déclaraient recommander l'Alimentarium à leurs proches.

Ces précieuses informations nourriront nos orientations au moment d'établir de nouveaux programmes d'activités et nous permettront de mesurer la qualité de notre accueil.



Muse, l'app des musées ©Alimentarium, Vevey

À la question ouverte « qu'avez-vous préféré lors de votre visite ? » les activités qui comprennent une médiation en présence ressortent en tête comme l'un des éléments récurrents, de même que le côté ludique et interactif de l'exposition, notamment la Game room, les jeux sur écrans tactiles et les bornes audiovisuelles. Les visiteur·euse·s soulignent également leur intérêt pour les sujets abordés et les objets patrimoniaux, en citant, entre autres, le gâteau égyptien, la fourchette géante et les emballages de chocolat anciens. La vue, le jardin potager et la salle Nestlé sont également évoqués.

À la question « vous attendiez-vous à voir quelque chose qui vous a manqué », les personnes interrogées répondent essentiellement que l'exposition actuelle aborde peu les enjeux écologiques et la dimension de durabilité dans l'alimentation. Le renouvellement de l'exposition prévu pour juin 2025 pourra remédier à ce manque.

Du point de vue de l'ergonomie et du confort, les conditions de visite sont perçues comme agréables, avec néanmoins un stress durant la période de mai à juin, où l'indicateur pour l'ambiance sonore augmente nettement. Les canaux de communication les plus efficaces pour l'échantillon de visiteur·euse·s interrogés est le bouche

QUELQUES CHIFFRES...

1760 Questionnaires de satisfaction sur l'application Muse

607 Animations culinaires * **7'447** participant·e·s

316 Animations scientifiques * **5'473** participant·e·s

210 Visites guidées * **3'100** participant·e·s

70 Ateliers culinaires pour les publics scolaires * **1'468** participant·e·s

79 Ateliers anniversaires pour le jeune public * **979** participant·e·s

78 Ateliers culinaires pour les familles * **683** participant·e·s

41 Escape Games * **834** participant·e·s

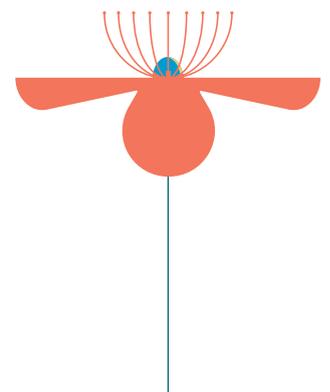
22 Passeports Vacances * **264** participant·e·s

17 Visites gourmandes * **104** participant·e·s

12 Événements

7 Conférences et **4** tables rondes, dont **6** diffusées en livestream

4 Rencontres et dédicaces en partenariat avec Payot Libraire



PARTENARIATS

Nous remercions les nombreux partenaires et intervenants qui ont contribué au programme culturel de l'Alimentarium en 2024.

aha! Centre d'Allergie Suisse, Laure Tercier, Marilyne Perroud et Roxane Guillod
Apiculture services, Christian Mellioret
Association Bantu Brasil, Sival de Oliveira
Association des musées de la Riviera vaudoise
Association des musées suisses
Association PâKOMUZé
Au Petit Pêcheur, Patrice Brügger
AVACAH, Frank Henry
Barbara Fassbind
Bibliothèque municipale de Vevey
Boris Vejnovsky, UNIL
Brasilianna traiteur, Ana Leuenberger
Caroline Aeby et Gustave Dolienko
Céline Cerny
Centre de formation de Grangeneuve, Maurine Maillard, Thomas Rime et Jean-Marc Tendon
CNRS, Jean Foyer
Cogiterre, Clément Gindrat et Romain Zbinden
Corporate Community Giving Nestlé, Laura Schauder
Delphine Avrial
Diego Giannoni
DSS+, Anne Verniquet
Eliana de Souza
Fit4Future Foundation, Martina Kunz et Camille Abegg
Fondation Suisse de Nutrition et Santé, Serge Rezzi
Haute École d'ingénierie et d'architecture de Fribourg, Florian Davoine et Vincent Bourquin
Instituto Brasil A Gosto, Max Jacques et Bel Moherdaui
Koko maquillages
La Grange aux courges
La Semaine du goût
Le Riz du Vully, Léandre Guillod
Les Cartons du cœur, Céline Strahm
Maison Galatà, Sandrine Franchini-Guichard
Muse, Mary Jacobs
Patrimoine culinaire Suisse, Tania Brasseur
Payot Libraire, Camille Gross
Pêcherie du Haut-Lac, Henri-Daniel et Irina Champier
Pilgrim Hall Museum, Kathleen Wall
Pro Specie Rara, Claudia Steinacker et Matthias Gudinchet
Riviera Noël, Lou Matthey
Sambaline
Slowfood, Brigitte Streiff et Laura Rod
Step2blind, Natacha de Montmollin et Jean-Denis Moschard
UNIL, Valérie Boisvert, Marianna Fenzi et Aurore Rimlinger
Very Foody, Aurélie d'Assignies, Audrey Raynal et Astrid Combey
Ville de Vevey, bureau de la durabilité, Charlotte Gaio et Jeanne Serot
Wave Bonardi

ACCUEIL ET SERVICES

Café

2024 aura été la dernière année de gérance interne du café de l'Alimentarium. Une gérance externe a été octroyée à partir de 2025 au WOFF, World of Fresh Food, créé par Mme Célia Augat-Woeffray. Elle propose une cuisine flexitarienne, gourmande, fleurie et colorée qui met les fruits et légumes de saison à l'honneur. Chaque plat est créé comme un tableau en alliant les goûts et les couleurs dans des recettes gourmandes et originales qui en mettent plein les yeux et les papilles. Elle propose des apéritifs, bowls et autres délices à déguster au café du musée, à emporter, ou encore livrés grâce à son partenaire Vélocité. WOFF a aussi un service traiteur dont chaque proposition est soigneusement personnalisée pour créer une expérience gastronomique inoubliable. L'Alimentarium se réjouit de cette collaboration.

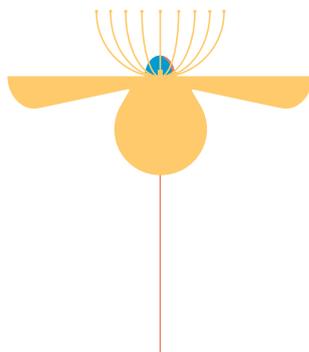
Librairie-Boutique

En 2024, nous avons poursuivi notre engagement pour la durabilité, en mettant l'accent sur la vente de livres et de produits respectueux de l'environnement. Nous avons continué notre partenariat avec la librairie Payot pour offrir une sélection d'ouvrages variés, tout en proposant un choix de livres en libre-service, à consulter au musée.

COMMUNICATION & MARKETING

En parallèle des efforts déployés sur les réseaux sociaux, l'Alimentarium a continué à mettre en œuvre sa stratégie de communication digitale pour promouvoir ses activités et augmenter sa visibilité. Des campagnes digitales mensuelles ont été déployées sur les réseaux Google et Meta, mettant en avant nos ateliers, animations et événements tout au long de l'année. Ces initiatives ont généré un total de 153 219 clics vers nos offres et notre billetterie durant la période concernée. Le calendrier promotionnel digital a été coordonné avec des actions de communication traditionnelles, notamment des affichages sur les débarcadères de la CGN et les quais devant l'Alimentarium, des encarts réguliers dans des publications telles que Riviera-Chablais, Plaisirs Magazine, loisirs.ch et Goût.ch, un partenariat avec la chaîne Carac TV, ainsi que des spots radio diffusés sur Radio Chablais.

Ces efforts reflètent notre engagement constant à être présents sur une variété de canaux, en ligne comme hors ligne, afin de maintenir notre ancrage auprès du public local tout en cherchant des opportunités pour atteindre de nouveaux publics.



ENGAGEMENT NUMÉRIQUE

En 2024, nous avons poursuivi nos efforts pour offrir une expérience numérique cohérente et engageante, restant fidèles à notre mission de rendre les enjeux de l'alimentation accessibles à un public toujours plus large. Dans cette dynamique, nous avons continué à nous adapter aux évolutions numériques pour garantir une visibilité durable et pertinente de nos activités. La ligne éditoriale et le mode opératoire des publications sur les réseaux sociaux sont restés alignés sur les orientations de 2023, qui avaient déjà permis une amélioration significative de l'engagement de nos communautés.

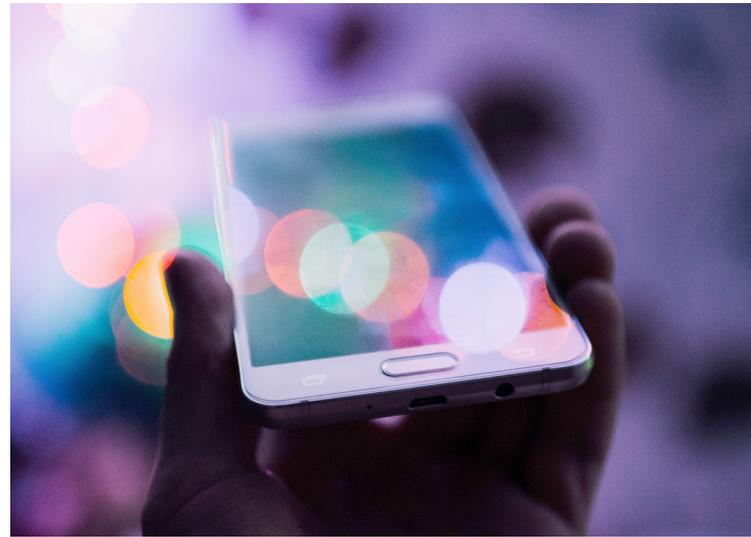
Sur Facebook, la stratégie de rationalisation des publications autour du programme d'activités a porté ses fruits : bien que le nombre de publications ait été réduit, celles-ci ont généré un engagement accru, faisant passer le taux d'engagement de 1,5% à 5,2%. Une dynamique similaire a été observée sur Instagram, où, malgré une diminution du nombre de publications, le volume total d'interactions a plus que doublé, atteignant 2'537 interactions contre 1'115 l'année précédente. Le taux d'engagement par publication s'est ainsi établi à 18,2% en moyenne, contre 8,5% en 2023.

Le réseau LinkedIn a, quant à lui, enregistré une légère baisse de son taux d'engagement, passant de 25% à 21%, tout en maintenant son rôle clé dans les interactions professionnelles et institutionnelles. Notre chaîne YouTube a continué à générer un nombre important de vues, atteignant près de 70'000 sur l'année. Ces chiffres confirment l'intérêt durable du public pour des vidéos informatives au format long et la place solide de YouTube dans le paysage numérique actuel.

En 2024, trois tables rondes ont été retransmises en direct sur nos réseaux sociaux, offrant ainsi à notre public la possibilité de participer à distance aux événements organisés à l'Alimentarium. Cette initiative visait à rendre les discussions accessibles à un plus large public, tout en favorisant l'interaction en temps réel grâce aux outils numériques.

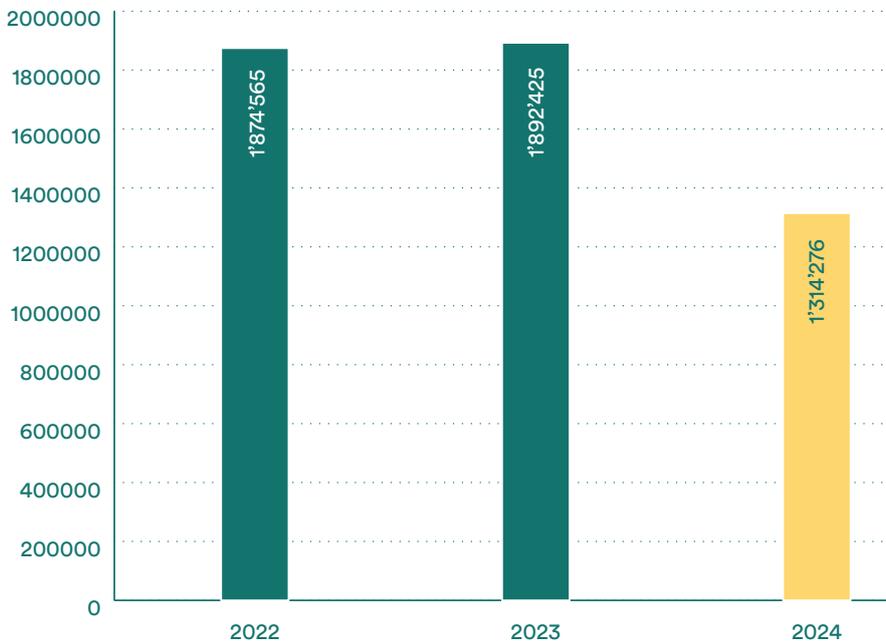
Le site web a quant à lui enregistré une baisse du volume de visites pour la première fois depuis 2021, avec 1 314 276 sessions contre 1 892 425 en 2023. Le profil des visiteurs, leur origine et leur comportement sur le site sont, en revanche, restés globalement inchangés.

En fin d'année, à la lumière de ces résultats, une nouvelle organisation interne visant à fluidifier la collaboration entre les différentes équipes du musée pour la création de contenu a été adoptée. Cette approche devrait permettre d'augmenter la fréquence de publication et d'optimiser la régularité et de nos contenus afin de mieux répondre aux attentes de notre audience.



Site internet

TRAFIC SUR LE SITE WEB PAR SESSION

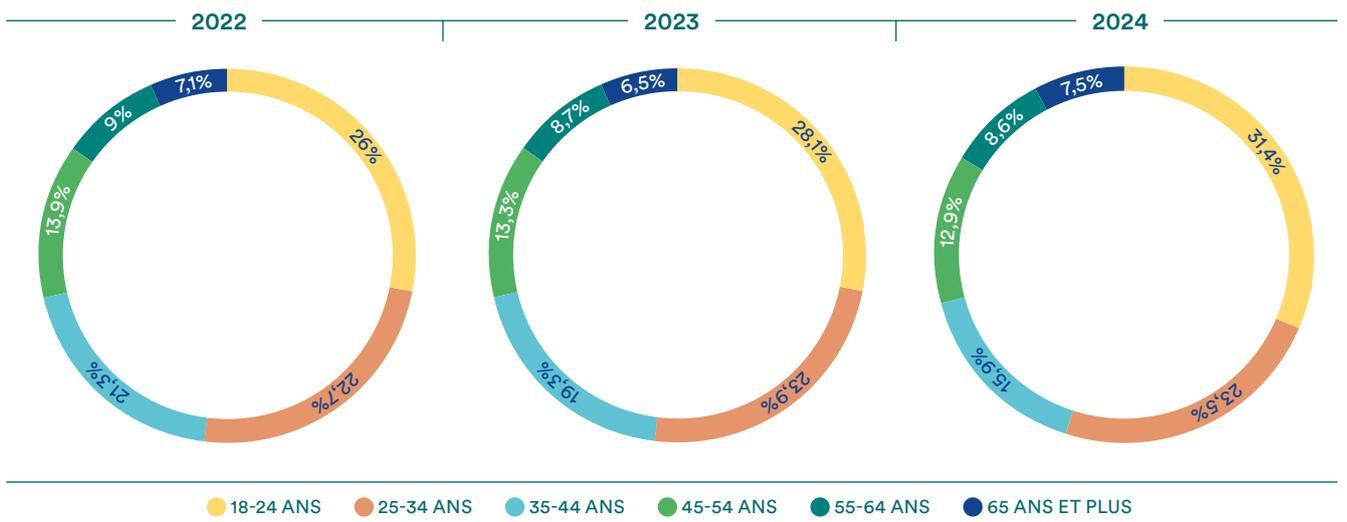


Traffic sur le site web

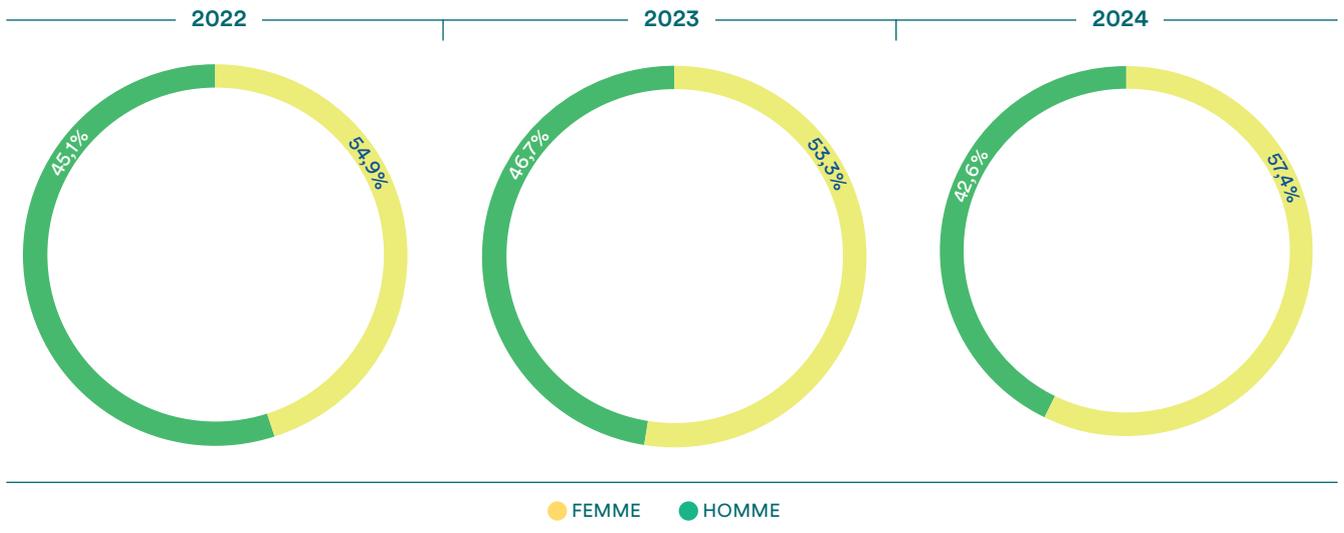
Le site web a accueilli 1,3 million d'utilisateurs en 2024, un chiffre en baisse par rapport aux années précédentes.

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

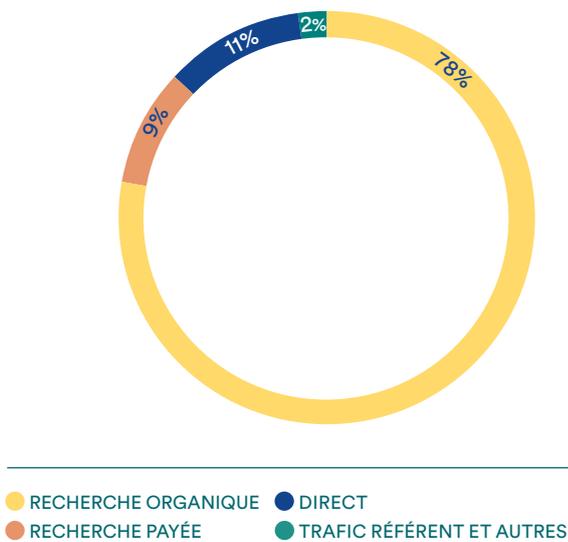
ÉVOLUTION DES VISITEUR·EUSE·S PAR TRANCHE D'ÂGE



ÉVOLUTION DES VISITEUR·EUSE·S PAR GENRE



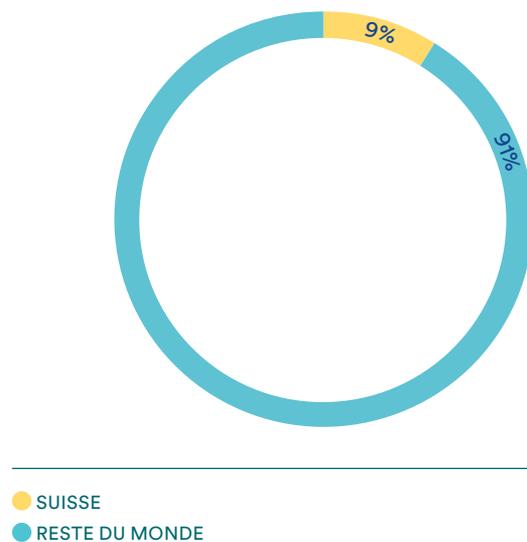
SOURCE DU TRAFIC



Source de trafic

Les recherches organiques représentent toujours la première source de trafic (78%).

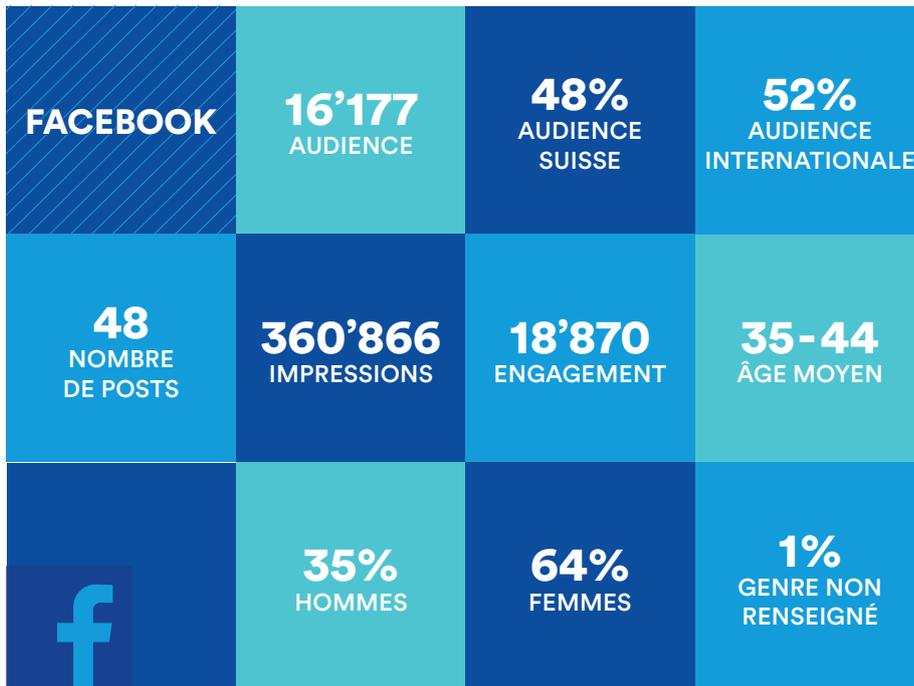
ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DU TRAFIC



Origine géographique du trafic

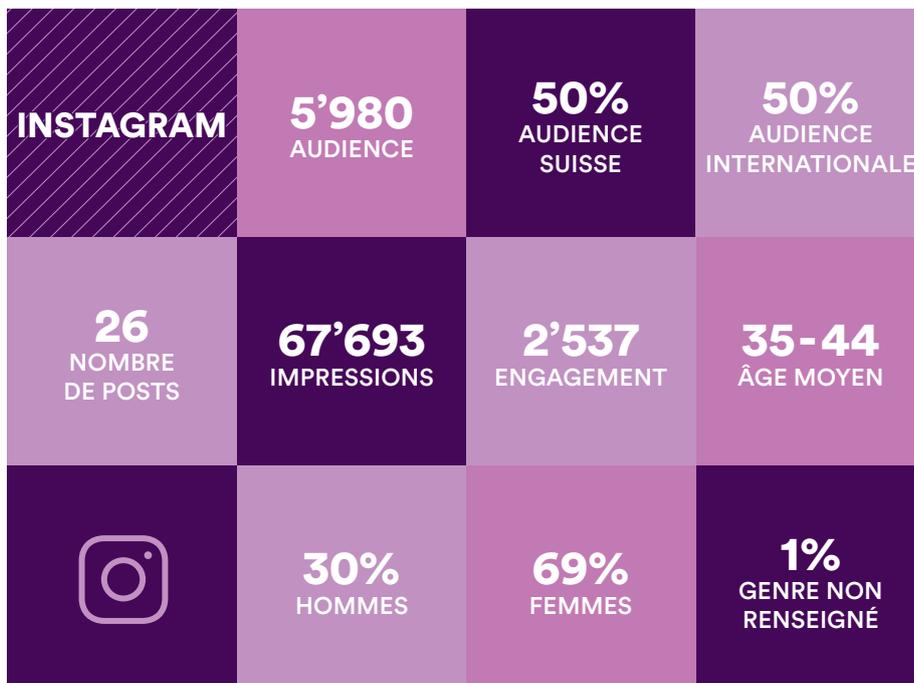
Le trafic provient toujours majoritairement de l'international, avec cependant une légère augmentation du trafic domestique en 2024. Les cinq premiers pays sont, dans l'ordre, la France, les États-Unis, l'Allemagne, la Suisse et l'Inde. De nouveaux pays sont entrés dans le Top10, notamment l'Autriche et l'Australie.

Facebook



Facebook reste notre principal canal pour communiquer avec les parents et les visiteur·euse·s réguliers du musée. Les femmes de 35 à 44 ans continuent de représenter près d'un tiers de l'engagement.

Instagram



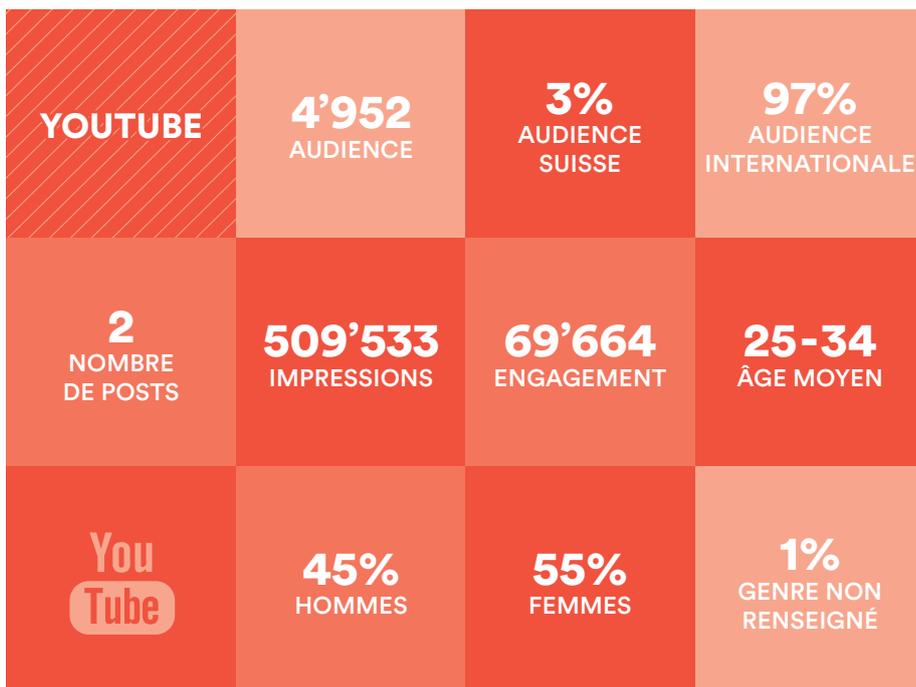
Notre communauté sur Instagram continue de croître, avec des indicateurs géodémographiques demeurant stables. Instagram reste notre principal canal pour renforcer notre présence digitale auprès des 18-35 ans et hors Suisse.

LinkedIn



Sur ce canal, les indicateurs de performance et les données géodémographiques sont restés très stables en 2024. LinkedIn continue d'être le canal privilégié pour promouvoir notre activité institutionnelle et mettre en avant nos partenariats.

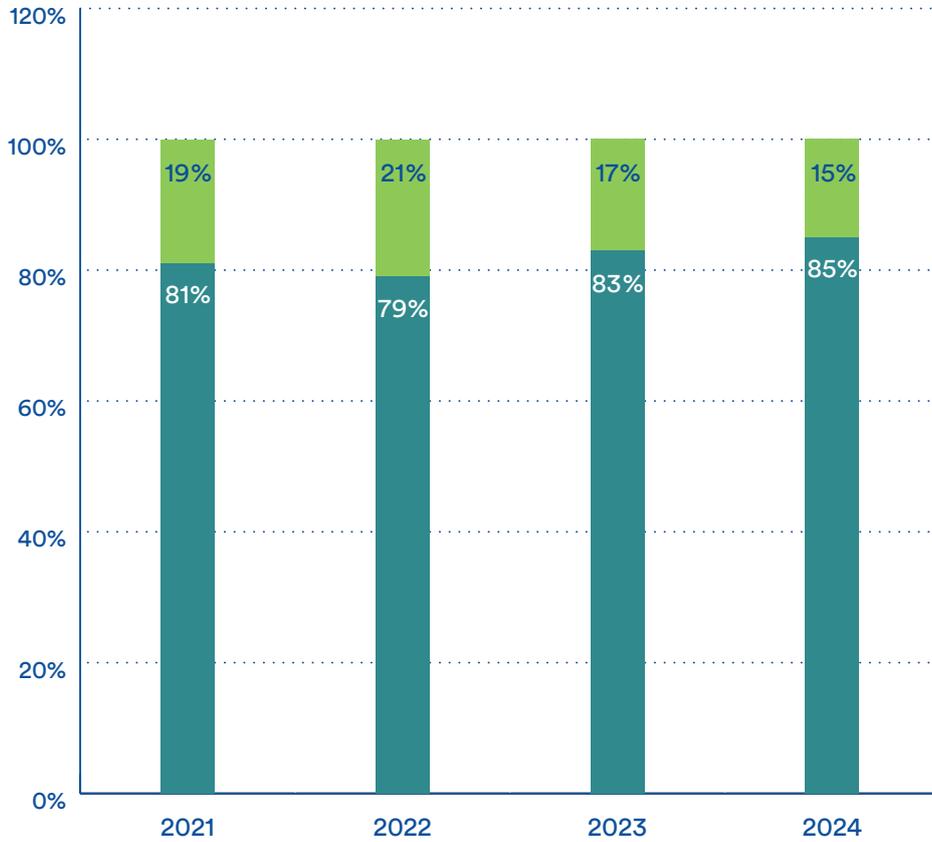
Youtube



Nos contenus éducatifs sur YouTube continuent d'attirer une forte audience. Une part importante de l'engagement provient de jeunes de 18 à 24 ans, principalement situés en dehors de la Suisse.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

TAUX D'AUTOFINANCEMENT

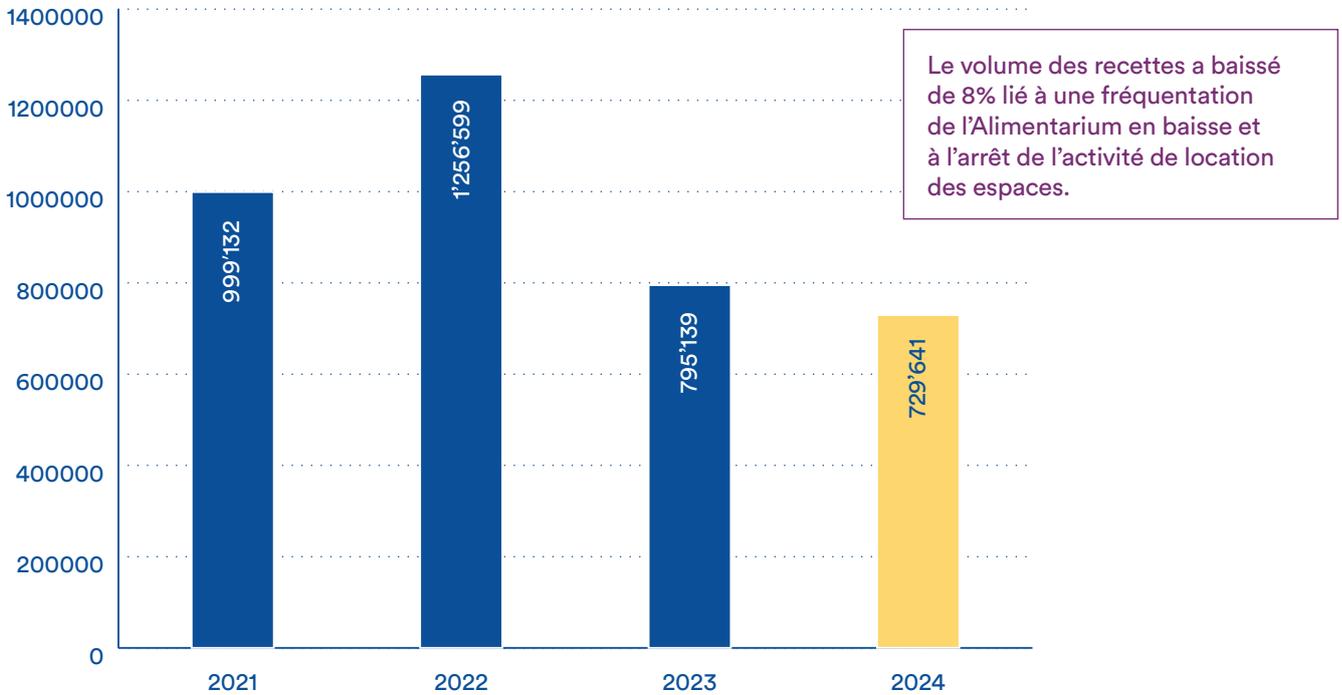


Le taux d'autofinancement diminue de 10% en raison de la baisse des recettes de billetterie.

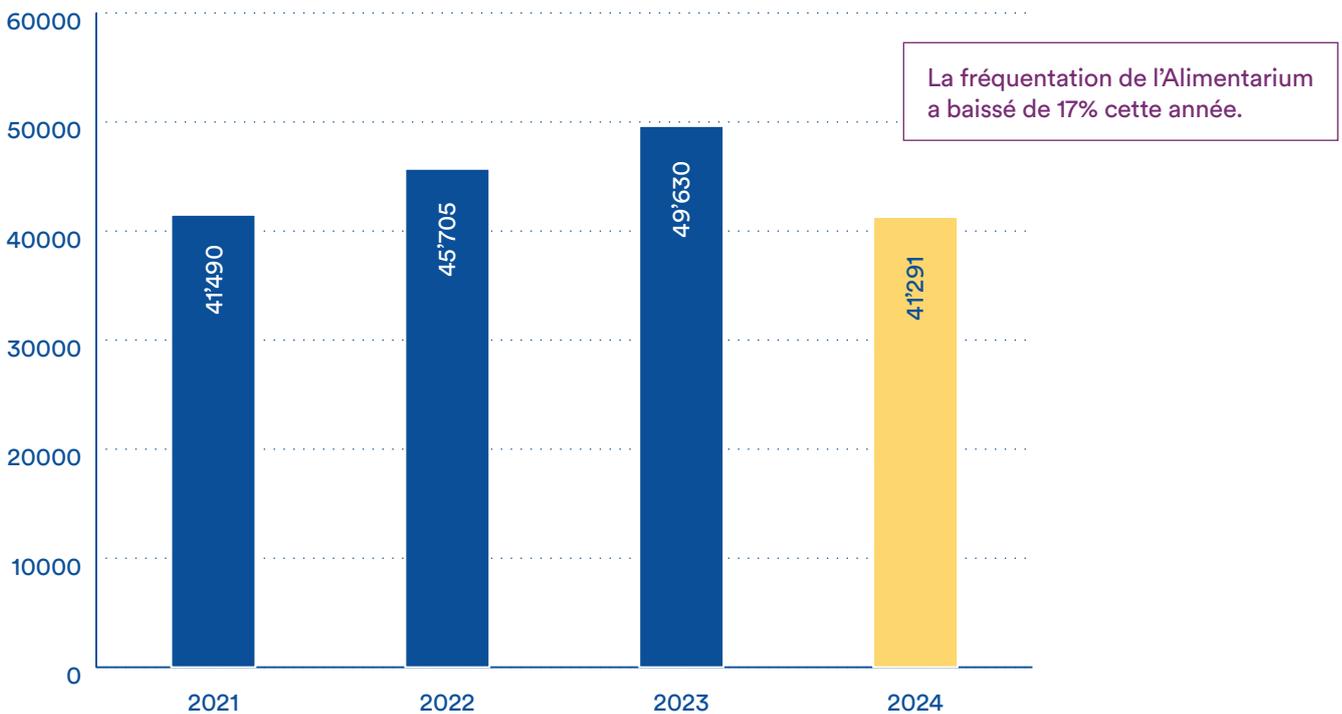
● CONTRIBUTION NESTLÉ
● AUTOFINANCEMENT

ÉVOLUTION DES RÉSULTATS ANNUELS

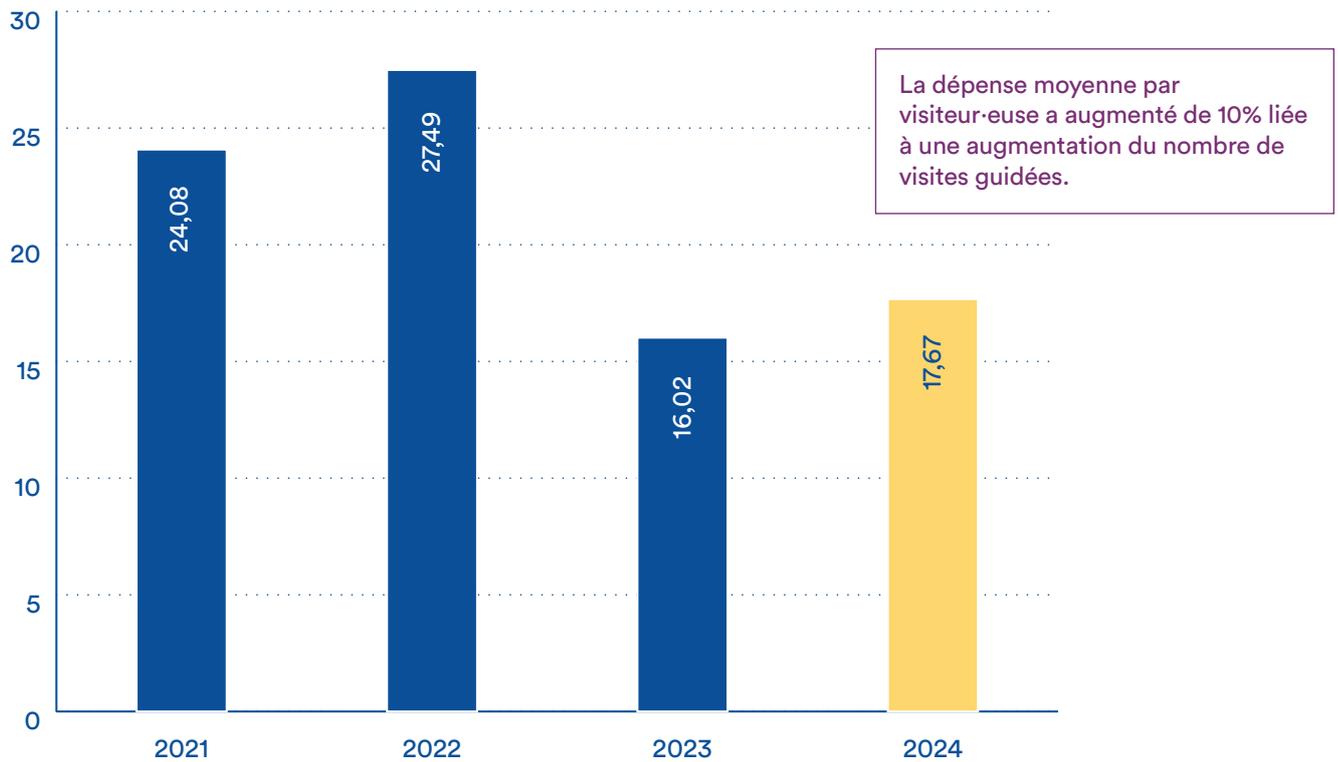
RECETTES DU MUSÉE (EN CHF)



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VISITEUR·EUSE·S

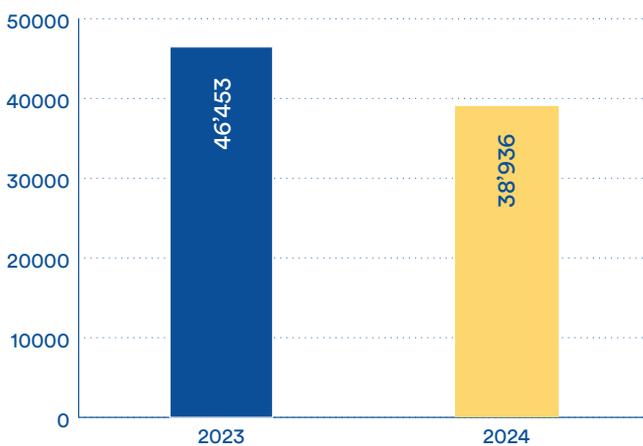


Dépense moyenne par visiteur-euse



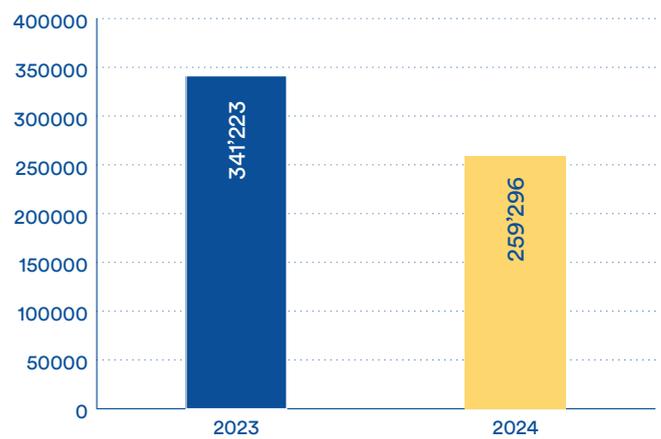
Évolution de la billetterie

NOMBRE DE BILLETS VENDUS



La billetterie a enregistré une baisse en volume de 16% atteignant 38'936 billets d'entrée vendus.

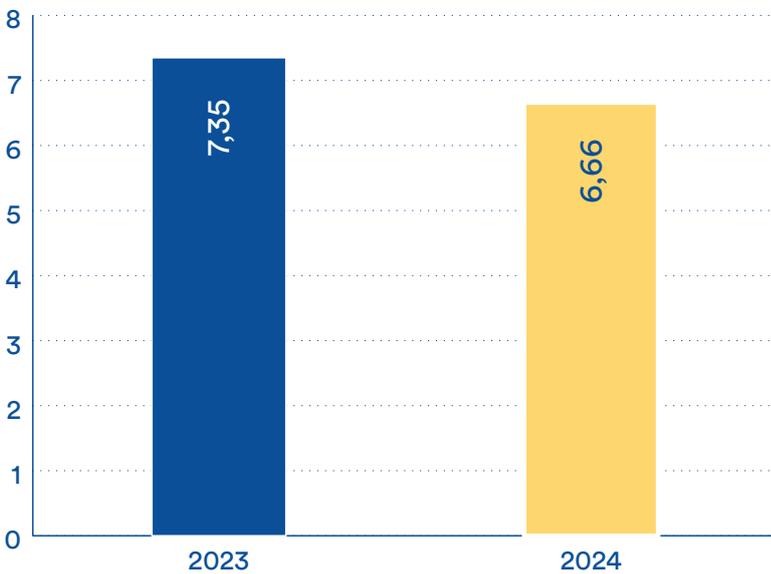
RECETTES (CHF) — BILLETTERIE



Les recettes ont baissé de 24% s'établissant à CHF 259'000 et contribuant pour 36% des recettes totales du musée.

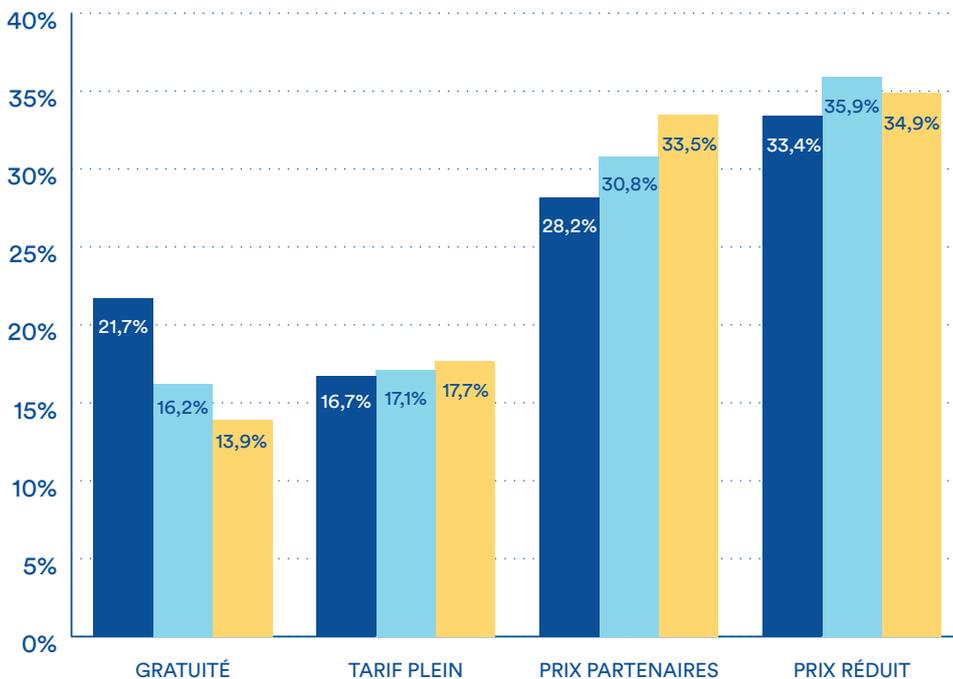
Coût moyen par visiteur·euse

COÛT MOYEN DU BILLET D'ENTRÉE



Le coût moyen du billet d'entrée s'établit à CHF 6.66 en 2024 avec une baisse de 9% par rapport à 2023.

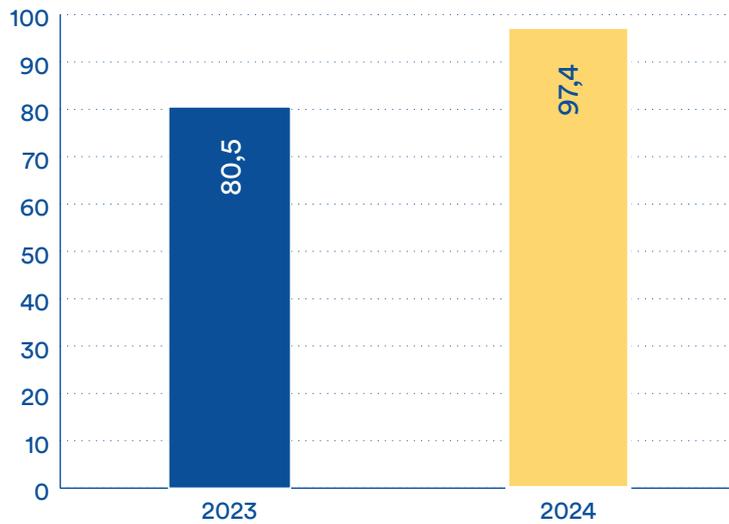
Segmentation des prix de la billetterie



La part des gratuits a diminué pour atteindre 13.9% tandis que la part de billets d'entrée en tarif plein a légèrement augmenté à 17.7%. Les partenaires (Raiffeisen, Riviera Card, STS) correspondent à 33.5% des ventes de billets d'entrée.

● 2022
● 2023
● 2024

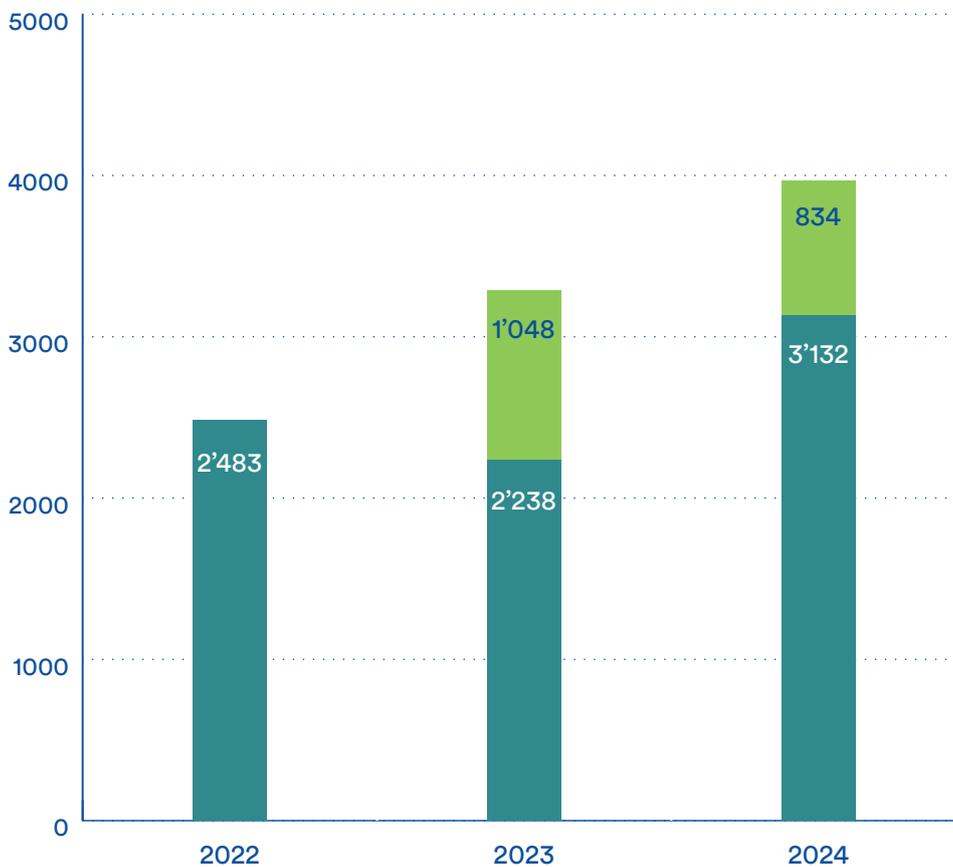
Coût par visiteur·euse



Le coût par visiteur·euse a augmenté de 21%, principalement en raison d'une baisse de fréquentation.

Visites guidées et escape game

NOMBRE DE PARTICIPANT·E·S



Le nombre de participant·e·s aux visites guidées a augmenté de 40%. Le nombre de participant·e·s aux sessions d'escape game a baissé de 20%.

● VISITES GUIDÉES
● ESCAPE GAME

Nombre de visites guidées et de sessions d'escape game



Le nombre de visites guidées a augmenté de 15%. Le nombre de sessions d'escape game a baissé de 35%.

Langues des visites guidées et des sessions d'escape game

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

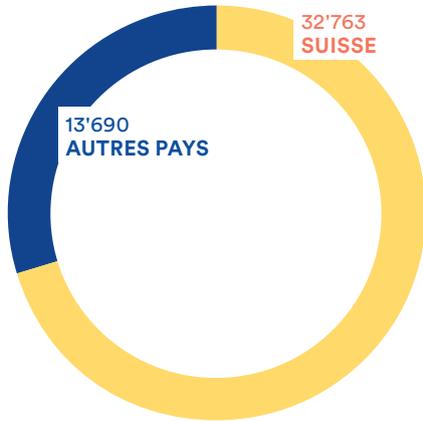


● ITALIEN ● ANGLAIS ● FRANÇAIS ● ALLEMAND

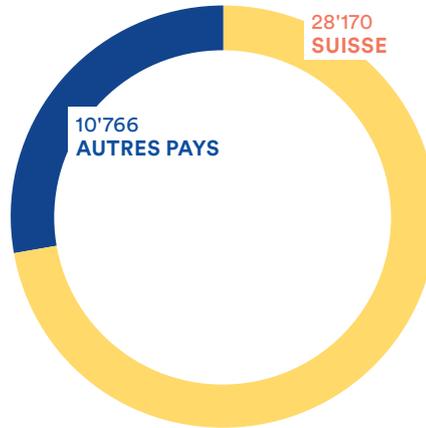
Le nombre de visites guidées et sessions d'escape game en français a augmenté de 9% tandis que celles en anglais a décliné 33%. Les visites en allemand sont restées stables.

Provenance géographique

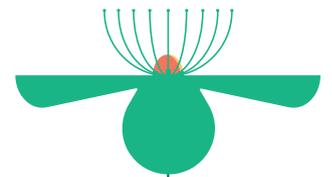
2023



2024



Les visiteur·euse·s provenant d'autres pays que la Suisse comptent pour 28% de la fréquentation en 2024. Ce segment de visiteurs est en déclin de 21% par rapport à l'année précédente.



GOUVERNANCE

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 (retraîtée)

Heike Steiling
Head of NPTC Dairy à Konolfingen (jusqu'au 30.06.24)

Jean-Christophe Thiébaud
Head of Legal & Compliance Nestlé Suisse S.A.

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

COMITÉ DU CONSEIL DE FONDATION

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

ORGANIGRAMME DE L'ALIMENTARIUM



