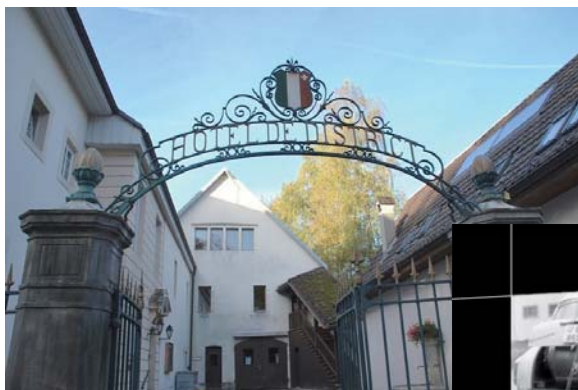


THEMATIS

CREATION D'UNE MAISON DE L'ABSINTHE À MÔTIERS, VAL-DE-TRAVERS

DEFINITION DE L'OFFRE TOURISTIQUE ET CULTURELLE,
PRE-PROGRAMME ET ECONOMIE DU PROJET

ETUDE PREALABLE DE FAISABILITE



Rapport définitif

Vevey, le 2 mai 2011

THEMATIS SA

Ingénierie culturelle et touristique

12, rue du Clos 1800 Vevey tél. (021) 923.68.70 fax: (021) 923.68.78 e-mail: info@thematis.ch

TABLE DES MATIERES

1. Introduction	3
1.1 Un contexte favorable.....	3
1.2 Objectifs de l'étude de faisabilité.....	3
1.3 La démarche menée	4
2. La Maison de l'Absinthe: definition de l'offre culturelle et touristique	5
2.1 Objectifs du projet	5
2.2 Vision, mission, stratégie : esquisse	5
2.3 L'offre culturelle et touristique : proposition d'orientation.....	6
2.4 Les bonnes pratiques, et les offres attractives repérées ailleurs.....	9
2.5 La proposition unique de vente (USP) de la Maison de l'Absinthe.....	10
2.6 Les points forts de la visite	11
2.7 Analyse de l'offre de la concurrence	14
2.8 Le modèle d'exploitation : proposition	15
3. Etude de marché: benchmarks, fréquentation prévisionnelle	16
3.1 Méthodologie	16
3.2 Les 11 benchmarks observés et leurs offres	16
3.3 Marchés à 30, 60 et 90 minutes : calcul d'une fréquentation prévisionnelle.....	18
3.4 Fréquentation prévisionnelle de la Maison de l'Absinthe	23
3.5 Fréquentation : 3 options pour un calcul prévisionnel du chiffre d'affaires.....	23
4. Pré-programme: locaux nécessaires	24
4.1 L'offre et les besoins en locaux : pré-programme	24
5. Analyse sommaire des bâtiments.....	26
5.1 Descriptif du bien-fonds à disposition	26
5.2 Surfaces et volumes	26
6. Adéquation des bâtiments au projet	28
6.1 Locaux nécessaires et surfaces à disposition : analyse	28
6.2 Adéquation des bâtiments au projet.....	28
6.3 Variantes possibles	28
7. Economie du projet.....	33
7.1 Budget d'investissement, variantes.....	33
7.2 Budget d'exploitation : méthode de calcul.....	35
7.3 Revenus et prix des prestations	35
7.4 Budget d'exploitation : variantes	35
7.5 Commentaires sur le budget d'exploitation prévisionnel	39
8. Développement du projet: calendrier.....	40
8.1 Développement du projet : les étapes	40
8.2 Calendrier prévisionnel : première approche.....	41
9. Prochaines étapes et coûts.....	42
9.1 Les prochaines étapes, dans le détail	42
9.2 Coûts des étapes du projet	43
10. Conclusions et recommandations.....	44
10.1 Conclusions	44
10.2 Recommandations.....	46
Annexes.....	48

1. INTRODUCTION

Notre étude de faisabilité répond à la demande du Groupe de réflexion constitué autour du projet de création d'une Maison de l'Absinthe, à Môtiers, dans le Val-de-Travers.

Ce Groupe de réflexion, constitué de 5 personnalités concernées de la région, a produit en date du 10 janvier 2011 un Concept de référence pour la future Maison de l'Absinthe. A l'issue de son travail, le Groupe a déterminé les conditions de faisabilité du projet, et a conclu à la pertinence de sa réalisation.

Notre étude développe le concept, définit l'offre culturelle et touristique envisagée, teste sa faisabilité économique et juge de la pertinence de son implantation dans le bâtiment envisagé : l'ancien Hôtel de District, à Môtiers.



L'ancien Hôtel de District, à Môtiers

1.1 Un contexte favorable

Le Groupe relevait dans son Concept de référence les éléments favorables du contexte local et régional, utiles à rappeler ici, comme la légalisation de l'absinthe, la création d'une interprofession autour de la spécialité, la demande en cours d'une indication géographique protégée sur le produit (IGP), la création imminente d'une Route de l'absinthe franco-suisse, la forte volonté régionale de développer le tourisme et, last but not least, les opportunités découlant de la fusion des communes locales. Nous y ajouterons la volonté de Tourisme Neuchâtelois et de Jura Trois Lacs de valoriser les produits touristiques et culturels neuchâtelois centrés sur l'absinthe.¹

1.2 Objectifs de l'étude de faisabilité

Il restait à démontrer la pertinence du concept proposé et à vérifier l'adéquation de la localisation envisagée, l'Hôtel du District à Môtiers. Restait surtout à chiffrer l'investissement nécessaire à la réalisation du projet, puis à déterminer la viabilité, ou non, de l'exploitation. En résumé, à démontrer la faisabilité conceptuelle et économique du projet.

Notre étude répond à ces questions. Elle propose un concept réorienté, adapté à la réalité économique locale. L'étude analyse en outre son implantation possible dans l'Hôtel du district de Môtiers, évalue l'investissement nécessaire, et donne un modèle et un budget d'exploitation possible.

¹ Entretien de M. Michel Etter avec M. Yann Engel, directeur de Tourisme Neuchâtelois, le 16.03.2011.

1.3 La démarche menée

Dans un projet comme celui de la Maison de l’Absinthe, qui est un projet touristique et culturel à part entière, une très grande partie du succès et de la viabilité économique de l’exploitation vient de l’accueil que lui réserve le grand public, ou autrement dit de sa capacité à attirer des visiteurs.

Nous nous sommes donc attachés à évaluer de la manière la plus précise possible une projection de fréquentation pour le projet, selon une méthodologie avérée, par la méthode du benchmarking. Avant cela, nous avons travaillé en étroite collaboration avec le Groupe de réflexion et le chef de projet désigné à redéfinir une offre unique et originale, orientée sur la gastronomie et les ressources naturelles de la région, destinée à assurer le succès culturel et commercial du projet.

En observant des benchmarks orientés dans cette voie, nous avons établi une projection de fréquentation.

A partir de l’estimation de fréquentation obtenue, nous avons pu établir les recettes du budget prévisionnel d’exploitation, puis évaluer des charges.

Une fois le budget d’exploitation prévisionnel obtenu, nous avons calculé une capacité d’investissement. Cette capacité d’investissement permet, dès qu’elle est connue, de dimensionner le projet d’investissement en fonction de sa réalité économique propre.

Nous proposons ainsi des variantes, et des étapes, pour le projet d’investissement.

Enfin, nous formulons des remarques et des propositions pour la bonne conduite et le bon déroulement du projet, jusqu’à sa mise en marché.



Ironie de l’histoire : l’ancien tribunal, destiné à devenir la Maison de l’Absinthe

2. LA MAISON DE L'ABSINTHE: DEFINITION DE L'OFFRE CULTURELLE ET TOURISTIQUE

Pour être en mesure de définir une offre culturelle et touristique de qualité, unique sur son marché, il convient de ne pas perdre de vue les objectifs de projet, puis d'établir une véritable vision (une esquisse à tout le moins). Dans ce genre d'exercice, observer ce qui se fait de mieux ailleurs, dans des domaines similaires, est toujours très instructif : c'est le repérage des bonnes pratiques. Une fois cette analyse réalisée, on peut alors faire preuve de créativité – doublée d'un certain sens commercial- et définir les points-clés de l'offre unique de vente (USP) ; nous en avons défini une quinzaine pour la future Maison de l'Absinthe.

2.1 Objectifs du projet

Les objectifs jugés prioritaires par le Groupe de réflexion ont été posés dans le Concept de référence, document du 10 janvier 2011.

Nous les citons ici pour mémoire :

« Cultiver le lien authentique et séculaire qui unit l'absinthe côté suisse en assurant :

- un point d'accueil à même de recevoir les visiteurs en tout temps ;
- un centre de coordination capable d'organiser le séjour des touristes qui veulent découvrir les richesses de la Route de l'Absinthe ;
- une compétence professionnelle pour assurer la coordination avec les professionnels français chargés du dossier ;
- un soutien logistique aux acteurs régionaux du Pays de l'Absinthe et un rayonnement auprès des professionnels publics et privés du tourisme ».

2.2 Vision, mission, stratégie : esquisse

A la suite de nos échanges avec le Groupe de réflexion, et en fonction des objectifs cités, nous proposons de formuler une esquisse de ce que devraient être la vision et les missions de la Maison de l'Absinthe.

La vision :

« La Maison de l'Absinthe est un centre d'interprétation moderne, attractif et de qualité, centré sur la mise en valeur d'un produit régional authentique, naturel, à l'indication géographique protégée. Son offre culturelle et touristique est articulée autour de trois éléments clés : les plantes, l'eau et la glace. Trois éléments caractéristiques et authentiques de la région du Val-de-Travers. »



l'absinthe



l'eau



la glace

Les missions :

Les missions de la Maison de l’Absinthe découlent de la vision « centre d’interprétation moderne, attractif et de qualité. » Elles pourraient se formuler ainsi :

- acquérir des connaissances sur le patrimoine naturel et culturel constitué par la tradition historique de la production de l’absinthe (en particulier sur la clandestinité) dans la région ;
- préserver ce patrimoine matériel (collection d’objets, de documents, etc.) et immatériel (tradition, recettes, savoir-faire) ;
- mettre en valeur ce patrimoine auprès d’un large public en lui proposant une offre culturelle et touristique diversifiée, axée sur les connaissances à diffuser, l’esprit du lieu et les attentes des publics à rejoindre.

En outre, la Maison de l’Absinthe a des missions d’ordre économique :

- être la vitrine des producteurs auprès du grand public, assurer la promotion et la vente du produit pour l’Interprofession.

Elle a également des missions d’ordre touristique :

- promouvoir la région du Val-de-Travers ;
- constituer le pôle suisse de la Route franco-suisse de l’Absinthe ;
- proposer aux touristes et aux excursionnistes une offre thématique originale, centrée sur les plantes et l’eau (voire la glace) : hébergement, gastronomie et cuisine, visites thématiques, etc.

La stratégie pour remplir ces missions et atteindre la vision proposée doit encore être établie.

Elle passera certainement par la constitution d’un solide réseau de partenaires autour du projet :

- partenaires de l’Interprofession ;
- partenaires touristiques ;
- partenaires scientifiques et culturels.

2.3 L’offre culturelle et touristique : proposition d’orientation

Le Val-de-Travers est une belle région, naturelle, caractérisée par des paysages particuliers (le Creux-du-Van, les mines, les grottes et cascades, les sources, etc.) propices au développement d’un tourisme doux. La Glacière de Monlesi, en dessus de Couvet, et la Cascade de Môtiers, rendue célèbre par Jean-Jacques Rousseau, sont deux curiosités remarquables de la région, facilement reliables à la thématique de la Maison de l’Absinthe². Mais la région est excentrée. L’économie et les infrastructures touristiques y sont peu développées.

Nous proposons en conséquence d’y développer pour la Maison de l’Absinthe une offre très qualitative, basée sur la découverte des plantes et les ressources naturelles de la région, et caractérisée par l’excellence des prestations. Ainsi, mieux vaudrait offrir à 10 personnes, dans un tel cadre, un beau cours de cuisine basé sur les plantes (à 150 francs) plutôt que de penser vendre 100 entrées (à 10 francs) à un large mais plus hypothétique public.

² Voir à ce propos l’annexe n°1 : Ressources naturelles : informations régionales.

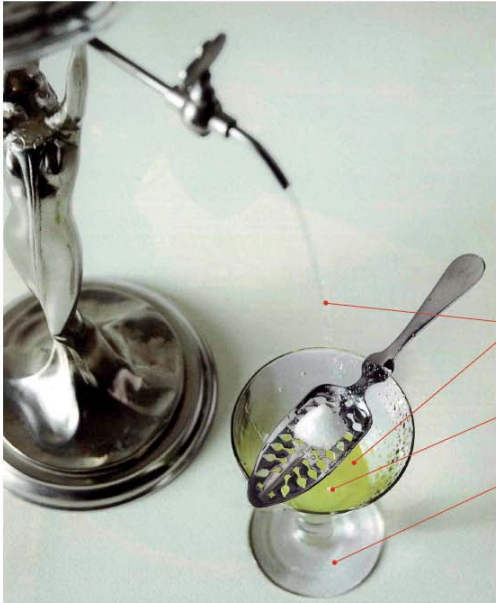
Notre proposition est de centrer l'offre culturelle et touristique sur le produit phare : l'absinthe et les plantes qui entrent dans sa composition, avec en complément l'eau et la glace, deux produits représentatifs du Val-de-Travers.

Grâce à cette orientation, la Maison de l'Absinthe pourrait proposer une offre thématique complète, originale, authentique, basée sur les ressources de la nature environnante et les traditions ancrées chez ses habitants. Une offre viable, inscrite dans une stratégie de développement économique et touristique durable.

« Respect de l'environnement, respect des habitants, viabilité économique du projet » : nous avons bien là toutes les caractéristiques d'un tourisme culturel durable. C'est vers ce standard, exigeant d'un point de vue qualitatif, mais extrêmement valorisant pour la région, que nous recommandons d'orienter l'offre de la Maison de l'Absinthe.

En résumé, les différents aspects de cette offre pourraient être :

- une offre de visite interactive des expositions du Centre d'interprétation de la Maison de l'Absinthe, avec spectacle audiovisuel et distillerie clandestine de démonstration ;
- une offre de cours de cuisine à base de plantes ;
- une offre de dégustation et de vente d'absinthe, et de produits régionaux ;
- une offre d'événements et d'animations, y compris d'expositions temporaires ;
- une offre de visites guidées dans la région ;
- une offre d'hébergement, en chambres d'hôtes thématiques « nature et plantes » ;
- un service de documentation thématique à l'intention des amateurs, des professionnels et des journalistes.



ABSINTHE :
**La mise en valeur du produit et de son patrimoine :
une démarche durable**

CONCEPT :
La mise en valeur du produit et du patrimoine est une démarche centrée sur le produit, et qui valorise par extension toutes les ressources naturelles et culturelles du Vallon qui y sont liées.

LE PATRIMOINE NATUREL :

- Les plantes : la grande absinthe et la petite absinthe, l'hysope, la mélisse, l'anis, la badiane, la menthe poivrée, la coriandre, la tanaisie, le fenouil et l'angélique.
- L'eau : les sources du Val de Travers, la Cascade de Môtiers, la nappe phréatique, ...
- La glace : la glacière de Monlési.

LE PATRIMOINE CULTUREL :

- Le patrimoine matériel :
les objets : le verre, la cuillère, la fontaine, la bouteille, l'alambic, ...
(+ les documents)
- Le patrimoine immatériel :
les traditions : la ou les recettes, les récits de la clandestinité, ...

Définition de l'offre culturelle et touristique : images de références



la clandestinité (le spectacle audiovisuel)



l'interactivité (l'exposition)



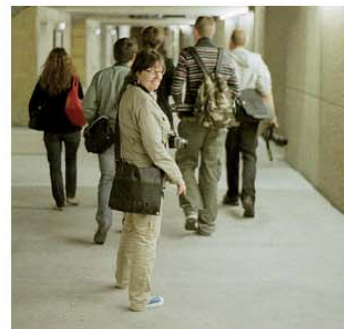
le patrimoine (la collection)



la tradition (le savoir-faire)



le jardin (plantes - absinthes, etc.)



les jeunes adultes urbains
(un public cible)



la nature (patrimoine naturel du Val-de-Travers)



la cuisine (cours gastronomiques avec de grands chefs)



la dégustation (espace de dégustation)



les chambres d'hôtes thématiques



boutique-bar (dégustation et promotion des ventes)



route de l'Absinthe franco-suisse
(cœur d'un réseau)

2.4 Les bonnes pratiques, et les offres attractives repérées ailleurs

Une observation attentive des bonnes pratiques repérées ailleurs, dans l'orientation « nature et gastronomie » donne des résultats intéressants. Voir à ce propos le tableau récapitulatif en annexe³. Relevons, parmi les informations récoltées, les exemples suivants :

- les cours de cuisine, et les nombreux circuits de visite touristiques de l'hôtel Relais et Châteaux de la Côte Saint-Jacques en France : www.cotesaintjacques.com;
- la cohabitation hôtel et musée, avec activités de gastronomie proposées par de grands chefs amérindiens dans une architecture intérieure très réussie à l'Hôtel musée des Premières nations de Wendake, au Canada, avec un forfait original « couette et musée » : www.hotelpremieresnations.com ;
- les cours de cuisine à base de plantes sauvages de la Cuisine de Stéphane, à Montagny-les-Monts en Suisse : www.lacuisinedestephane.ch ;
- les stages de terrain et de cuisine à base de plantes sauvages ou médicinales de François Couplan à Massonnens, en Suisse : www.couplan.com ;
- L'accueil de groupes et sociétés, avec visite de l'absintherie et repas à base de produits dérivées de l'absinthe à l'Absintissimo, le bar alambic de Saconnex d'Arve, en Suisse : www.absintissimo.ch ;
- Les expositions interactives du nouveau Musée de la vigne et du vin à Aigle, en Suisse, et son programme d'animations et d'expositions temporaires : www.museeduvin.ch.



Espace thématisé, bar de dégustation
Absintissimo – alambic Bar – Saconnex d'Arve



Cuisine avec des plantes sauvages locales
La cuisine de Stéphane – Montagny-les-Monts

³ Annexe n°2 : Benchmarking : repérage des bonnes pratiques.



Spectacle audiovisuel / Calvados
Père Magloire – Pont l'Evêque



Exposition interactive / Musée de la
vigne et du vin - Aigle

2.5 La proposition unique de vente (USP) de la Maison de l'Absinthe

Forts de l'observation des bonnes pratiques repérées ailleurs, et du potentiel des ressources locales, nous pouvons définir ainsi l'unicité de la proposition de vente (unique selling proposition : USP) de la future Maison de l'Absinthe : c'est une offre d'accueil touristique et de visite articulée en 3 volets, autour de plusieurs produits coordonnés de qualité, à prix différenciés, pour des publics choisis :

- une offre de visite du Centre d'interprétation de l'absinthe, « nature et goût » à l'intention d'un large public d'excursionnistes et de touristes amateurs de nature, y compris des familles et des jeunes urbains, francophones et germanophones;
- une offre de formation à la cuisine naturelle « plantes du terroir » à destination d'un public d'adultes amateurs de gastronomie et de cuisine authentique ;
- une offre d'hébergement de type « Bed and Breakfast » écologique, accueillant et de qualité, à l'intention d'un public de touristes amateurs de confort, de design et de cuisine « verte ».

Cette offre en trois volets se décline en un certain nombre de points, 15 au total.

Les 15 points caractéristiques cités ci-dessous forment, tous ensemble et au même niveau de qualité, la proposition unique de vente de la Maison de l'Absinthe :

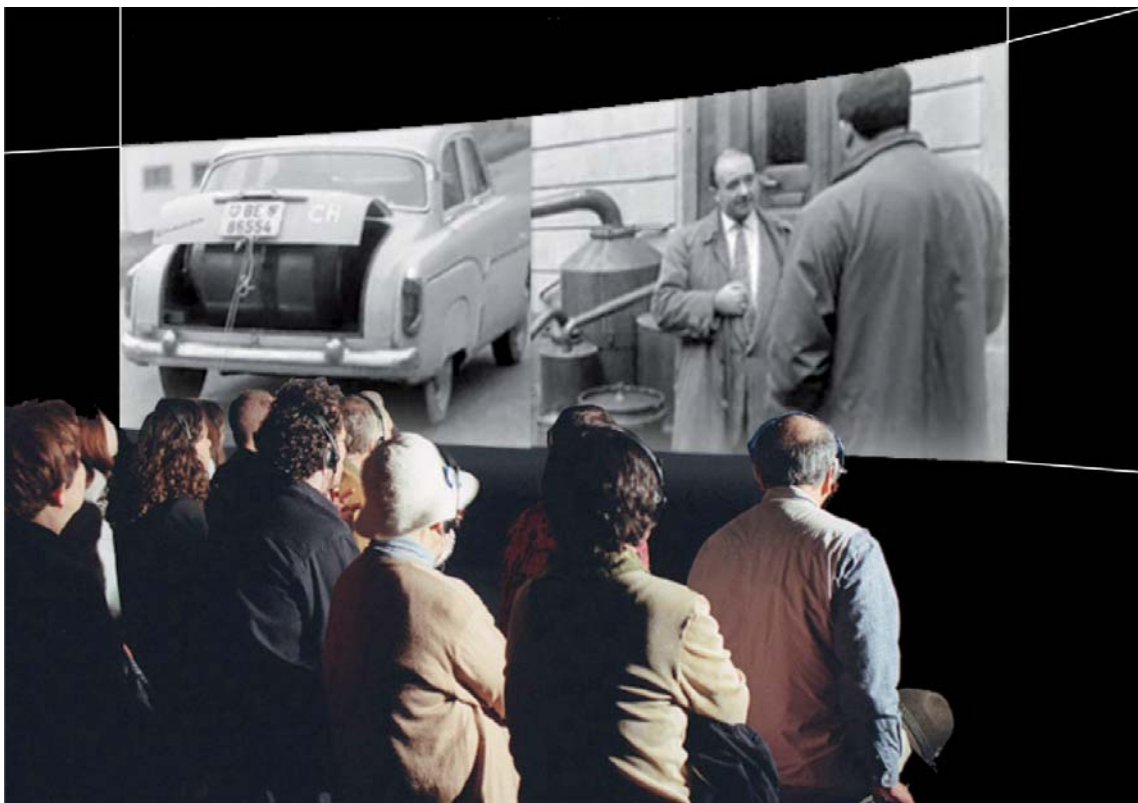
1. Accueil touristique et point d'information touristique
2. Centre d'interprétation de l'absinthe, avec plusieurs petites expositions permanentes différentes
3. Exposition temporaire renouvelée chaque année
4. Distillerie clandestine de démonstration
5. Jardin des plantes
6. Visite guidée et/ou audioguidée

7. Spectacle audiovisuel : point fort de la visite (Val-de-Travers, absinthe et clandestinité)
8. Espace de dégustation et bar à absinthe
9. Programme d'activités et événements saisonniers (festival, fête des fontaines)
10. Programme d'accompagnement pour les enfants
11. Activités de formation et d'initiation : cours de cuisine
12. Hébergement en chambres d'hôtes thématiques
13. Espace de vente et boutique en ligne
14. Lieu de départ de visites thématiques en extérieur, dans la nature environnante (Route de l'Absinthe, sentiers, etc.)
15. Centre de compétences dans le domaine de l'absinthe : promotion de l'innovation, développement de nouveaux produits et du marketing de la branche, centre de documentation

2.6 Les points forts de la visite

Les points forts de l'expérience de visite sont le spectacle audiovisuel et les expositions interactives.

Le spectacle audiovisuel : un point fort de la visite



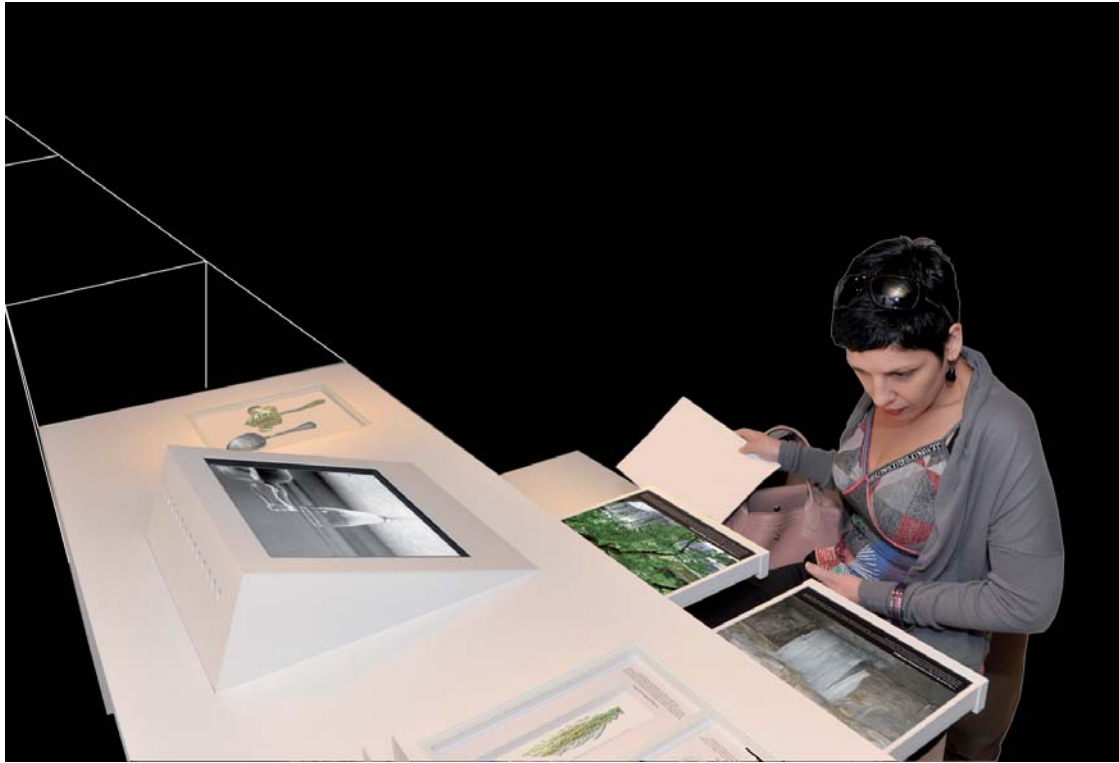
Montage photographique : le spectacle audiovisuel : un point fort de la visite

Le spectacle audiovisuel est le point culminant de la visite de la Maison de l'Absinthe. En une douzaine de minutes, il raconte en images et sur grand écran les richesses naturelles de la région, l'incroyable histoire de l'absinthe et sa longue clandestinité, son renouveau. Par la qualité de ses prises de vues et celle des témoignages qu'il recueille, il est fortement émotionnel.

Il constitue une part importante du souvenir mémorable de l'expérience de visite.

Les expositions permanentes : interactivité, et diversité des points de vue

Les expositions permanentes sont par définition multiples et offrent des angles d'approche différents, à l'intention de plusieurs types de public. Nous sommes dans un centre d'interprétation. Ainsi, on peut imaginer une exposition axée sur les sciences naturelles, une autre sur le terroir et la gastronomie, une autre encore sur les arts, et une exposition-spectacle ou parcours-découverte sur l'histoire et l'ethnographie régionale (la clandestinité, etc.).



Montage photographique : une exposition interactive : « A la découverte de l'absinthe et des richesses naturelles du Vallon »

Une des expositions permanentes pourrait être consacrée à la découverte interactive des richesses naturelles de la région : les sources, les cascades, la glacière de Monlési, la culture de l'absinthe... Bornes interactives et tables-découvertes permettent au visiteur curieux d'en savoir plus à leur sujet et donnent l'envie d'une balade en extérieur... Axe : science et nature.



Montage photographique : une exposition interactive : « Arômes et saveurs »

Comment se cultivent les plantes qui entrent dans la composition de l'absinthe ? Quel parfum ont-elles ? Quels sont les secrets de la fameuse recette de l'absinthe ? Une des expositions permanentes – toujours interactive – pourrait être consacrée aux savoir-faire locaux... Axe : gastronomie et traditions.

Renouvellement de l'offre, événements et animations : une composante essentielle du succès

Le renouvellement de l'offre culturelle et touristique de la future Maison de l'Absinthe est un élément-clé de son bon développement. Chaque nouvelle année de programmation doit ainsi offrir au public son lot de nouveautés à découvrir.

Parmi les événements et animations principaux à prévoir, nous pouvons citer :

- une exposition temporaire annuelle, sur un thème lié au champ scientifique de l'institution : les sciences naturelles, la gastronomie, l'histoire et l'ethnographie, les arts...
- un Festival de l'Absinthe, à créer, par exemple sur un rythme biennal (les années paires) en alternance avec la Fête de l'Absinthe à Pontarlier qui se tient en juillet les années impaires
- la Fête des Fontaines du 12 septembre, une fête traditionnelle des villages de Buttes et de Môtiers commémorant l'entrée du canton de Neuchâtel dans la Confédération (1814). Cette fête populaire authentique pourrait, si elle était mise en valeur par la Maison de l'Absinthe, devenir un rendez-vous annuel incontournable des amateurs et des amis de l'institution.

2.7 Analyse de l'offre de la concurrence

Afin de vérifier l'originalité et l'unicité de l'offre de la Maison de l'Absinthe, nous avons sélectionné 11 sites remarquables proposant une offre plus ou moins similaire. Le tableau ci-dessous résume l'analyse faite auprès des 11 benchmarks observés, en fonction des 15 points retenus pour l'offre qui sera proposée par le projet.

Analyse de l'offre des benchmarks observés

	Site-relais d'information touristique	Musée / Centre d'interprétation	Espace d'exposition temporaire	Espace de production visitable	Jardin / Espace extérieur thématique	Visite guidée, audioguide	Spectacle audiovisuel	Espace de dégustation	Activités événementielles	Programme spécial enfants et scolaires	Activités culinaires thématiques- cours	Offre hôtelière	Boutique / Lieu de vente	Cœur d'un réseau (route thématique, sentiers)	Fonction de promotion des ventes, centre de compétences
Benchmarks															
1. Alimentarium - Vevey		o	o		o	o			o	o	o		o	o	
2. Maison des terroirs - Grandson	o		o					o					o		o
3. Vins mousseux Mauler - Môtiers		o	o			o	o	o					o		o
4. Musée de la vigne et du vin - Aigle		o	o			o	o	o	o	o			o	o	
5. Maison du blé et du pain - Echallens		o	o	o		o			o	o	o		o	o	
6. Musée valaisan de la vigne et du vin - Sierre		o	o		o	o			o	o			o	o	
7. Musée d'histoire et d'artisanat, Môtiers		o	o												
8. Musée municipal de Pontarlier		o	o			o			o	o			o		
9. Musée des Eaux de vie - Lapoutroie		o		o		o		o	o				o		o
10. Carré Cointreau - Saint-Barthélémy d'Anjou		o		o		o		o	o		o		o		o
11. Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque		o		o	o	o	o	o	o	o					o
Maison de l'Absinthe - Môtiers	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o

On remarque aisément, à la lecture du tableau ci-dessus, que les différentes caractéristiques de la Maison de l'Absinthe – du centre d'accueil touristique à la promotion des ventes, en passant par le jardin, les cours de cuisine et l'offre d'hébergement, le tout en accord parfait avec l'identité de la région- lui confèrent un avantage de vente unique et remarquable.

2.8 Le modèle d'exploitation : proposition

Les caractéristiques de l'offre proposée par la Maison de l'Absinthe sont de deux natures différentes : certaines tiennent de la mise en valeur du patrimoine régional, et d'autres sont plus commerciales, comme la vente de cours et de produits.

La définition d'un bon modèle d'exploitation, adapté à cette particularité, devrait tenir compte de la nature différenciée de ces activités.

Une structure commerciale de type entrepreneurial, comme une société coopérative ou une société à responsabilité limitée (Sàrl) serait à notre sens assez adaptée à l'exploitation dynamique de l'ensemble des activités commerciales et touristiques de la Maison de l'Absinthe. Cette structure serait en relation directe avec l'Interprofession de l'Absinthe.

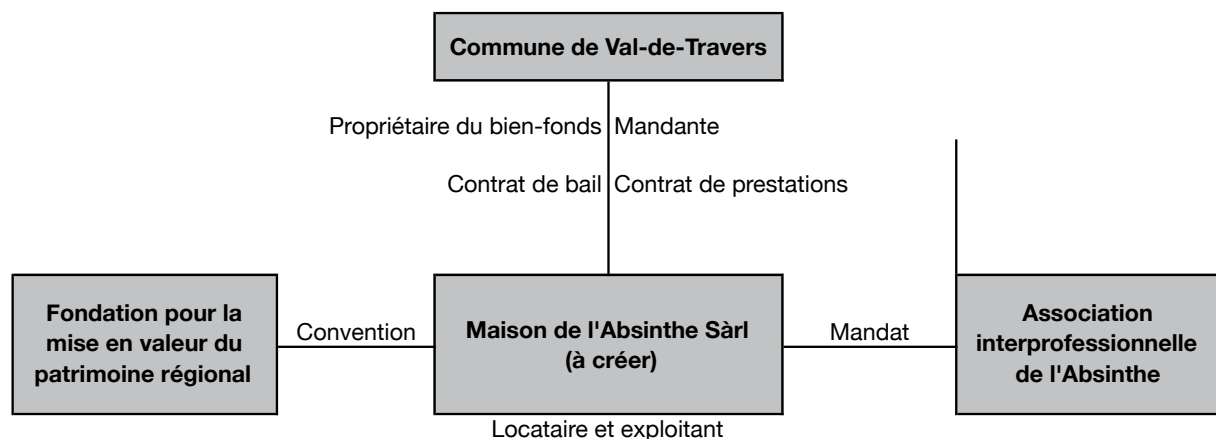
D'autre part, certaines activités de mise en valeur du patrimoine (expositions temporaires programmes patrimoniaux, constitution d'un Centre de documentation, etc.) sont des activités sans but lucratif. Elles pourraient être prises en charge, financièrement parlant, par une structure à but idéal, de type fondation.

Nous proposons ainsi, dans cette optique, un modèle où l'exploitant et locataire de la Maison de l'Absinthe est une Sàrl, et le donateur pour les programmes de mise en valeur du patrimoine est une fondation existante et mobilisée pour cela, ou créée spécifiquement dans ce but.

Le propriétaire du bâtiment est la Commune de Val-de-Travers. Les relations entre le propriétaire et le locataire sont réglées par un Contrat de bail. Les relations entre la Sàrl et la fondation sont régies par une Convention.

Le schéma ci-dessous résume le modèle d'exploitation proposé :

Modèle d'exploitation : représentation schématique : société d'exploitation, fondation et Interprofession



3. ETUDE DE MARCHE: BENCHMARKS, FREQUENTATION PREVISIONNELLE

Le but de l'étude de marché réalisée ici est de définir le potentiel de fréquentation de la future Maison de l'Absinthe. Pour cela, on choisit différents sites comparables au niveau de leur offre et de leur situation géographique, - les mêmes que ceux observés au chapitre précédent - et on analyse leur performance de fréquentation.

3.1 Méthodologie

La méthodologie que nous mettons en œuvre est basée sur la méthode du benchmarking et du géomarketing. Elle comporte les étapes suivantes :

- sélection de 11 benchmarks pertinents actifs sur le marché et analyse de leurs données⁴ ;
- obtention de données concernant leur fréquentation, et leur bassin de chalandise : population résidente à 30, 60 et 90 minutes du site, et arrivées touristiques dans les mêmes zones de chalandise ;
- mise en relation de ces indicateurs dans un ratio : c'est le taux de pénétration du benchmark sur son marché (ce ratio, exprimé en %, permet de mesurer précisément la performance de fréquentation du benchmark) ;
- calcul de la moyenne de la performance de l'ensemble des benchmarks, en % ;
- par équation, en appliquant le % au marché local, calcul de la fréquentation prévisible pour le projet.

3.2 Les 11 benchmarks observés et leurs offres

La fréquentation des 11 institutions observées, leurs offres et les tarifs qu'ils pratiquent sont résumés dans le tableau de la page suivante.

Les fréquentations annuelles observées sont les suivantes :

1. Alimentarium – Vevey : 61'356 (2009)
2. Maison des terroirs – Grandson : 10'000 (estimation 2009)
3. Vins mousseux Mauler – Môtiers : 9'320
4. Musée de la vigne et du vin – Aigle : 17'044 (2010)
5. La Maison du blé et du pain – Echallens : 11'087 (2009)
6. Musée valaisan de la vigne et du vin – Sierre : 4'808
7. Musée d'histoire et d'artisanat – Môtiers : 1'687
8. Musée municipal de Pontarlier : 14'426
9. Musée des Eaux de vie – Lapoutroie : 35'978
10. Carré Cointreau – Saint-Barthélemy : 20'000
11. Calvados Père Magloire – Pont l'Evêque : 19'500

⁴ Voir annexe n°3 : Benchmarks économiques : fiches individuelles détaillées n°1 à 11.

Maison de l'Absinthe - Môtiers - 2011
Tableau comparatif des fréquentations et du chiffre d'affaires des différents benchmarks
(Sommes exprimées en francs suisses - 1euro = CHF 1.30)

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
1 Alimentarium - Vevey	61'358 (2009)	Adulte 12.- / Enfants (-16ans): 2.- / Etudiant: 8.- / Groupe dès 10pers.: 8.-	12.00	7.33	6.- + prix d'entrée	13.33	Visites guidées: groupes: 10.- + prix entrée / Ecoles 6.- /	Animations pédagogiques / Atelier cuisine au musée / 1h: 8.- + entrée visite du Jardin suivie d'une dégustation: + de nombreux ateliers / Espace junior (atelier cuisine)		Menu thématique: 18.- + entrée au musée			
2 Maison des terroirs - Grandson	10'000						13.- / personne (min. 10personnes) Forfait de 120.- pour groupe de moins de 10 personnes Les visites comprennent film et dégustation.						
3 Vins mousseux Mauler - Môtiers	9'320						Film et dégustation: 8.- /pers. (min. 8 personnes)						
4 Musée de la vigne et du vin - Agle	17'044 (2010)	Musée: adulte 11.- / Etudiant 9.- / Enfants (-16-16) 5.- / AVS: 9.- / Groupe (dès 10pers.) 7.- /pers.	11.00	8.50			*Visite guidée: 80.- / guide + prix d'entrée Dégustation: 11./pers. Pour un vin avec un verre souvenir*	Diverses animations					
5 La Maison du blé et du pain - Echallens	11'087 (2009)	Adulte 8.- / Etudiant 6.- / Enfants (-16) 5.- / AVS: 7.- / Groupe (dès 10pers.) 7.- /pers.	8.00	6.50				Sentier viticole Conférence / colloque Animations (journée découverte avec un scientifique: 25.- / personne)					
6 Musée valaisan de la vigne et du vin - Sierre	4'808	Adulte 6.- / Famille 14.- / Enfant-apprenti 4.- /	6.00	5.00			5.- / personne + 70.-	Animations pour les scolaires					
7 Musée régional d'histoire et d'artisanat - Môtiers	1'687	Adulte 7.- / Etudiant 5.- / Enfant 3.- / Famille 10.- Plein tarif: 4.94 / Tarif réduit (étudiants / groupe + de 10 personnes): 2.47 / Gratuit: groupes scolaires et moins de 18 ans.	7.00	5.00				Nombreuses animations.					
8 Musée municipal de Pontarlier	14'426	Visite guidée seulement sur réservation uniquement.	8.06	3.70				Vente de produits alcoolisés.					
9 Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	Visite et dégustation gratuite	0.00	0.00				De grands chefs proposent des recettes à base du Cointreau.		Bar de dégustation		268-450'000.- Chiffre d'affaire de la marque Cointreau.	X Marque du groupe Rémy Cointreau (Cointreau, Rémy Martin, Piper, etc.)
10 Carré Cointreau - Saint-Barthélemy	20'000	Visite guidée seulement sur réservation uniquement.	8.06	10.40			8.06	Projection audiovisuelle		Bar de dégustation		10'203'450.- Chiffre d'affaire de la société Debrise Dulac.	Marque de la société Debrise Dulac.
11 Calvados Père Magloire - Pont l'Évêque	19'500	Visite semi-guidée Adulte: 3.90 / Gratuit: enfants moins de 18ans	3.90	3.90									

3.3 Marchés à 30, 60 et 90 minutes : calcul d'une fréquentation prévisionnelle

Les fréquentations des 11 benchmarks observés figurent dans les tableaux des pages suivantes. Dans les mêmes tableaux, on trouve les chiffres significatifs des marchés à 30 minutes, 60 et 90 minutes, soit la population résidente, et la population touristique (arrivées), qu'on additionne.

Chaque benchmark a un taux de pénétration donné sur son marché à 30, 60 et 90 minutes.

Un taux de pénétration moyen est calculé pour chaque marché.

Au bas du tableau, on peut lire la prévision de fréquentation calculée pour le projet de la Maison de l'Absinthe.

(voir tableaux pages suivantes : estimations de fréquentation à 30, 60 et 90 minutes).

Les marchés à 30, 60 et 90 minutes sont calculés par la méthode des isochrones, selon l'accessibilité routière depuis le centre du village de Môtiers. Voir carte en annexe⁵.

Le marché à 30 minutes comprend Pontarlier (et la Route de l'Absinthe), Neuchâtel et frôle Yverdon.

Le marché à 60 minutes s'étend jusqu'à Lausanne au sud et jusqu'à Bienne et Berne à l'est. Il frôle Fribourg.

Le marché à 90 minutes s'étend sur tout l'arc lémanique au sud, de Genève à Montreux et même jusqu'à Martigny ; au nord il comprend Besançon et Montbéliard, et à l'est Thoune, Soleure et Olten. Lucerne, Zürich et Bâle sont à 120 minutes de route.

Il faut noter en outre qu'il existe une clientèle internationale de passionnés d'absinthe (artémisiophiles), qui consomment aujourd'hui de l'absinthe produite au Val-de-Travers et qui viennent déjà de très loin pour découvrir le Val-de-Travers. Cette clientèle pourrait être augmentée sensiblement par la mise en place de la Route de l'absinthe et une promotion portée par les producteurs eux-mêmes.

⁵ Voir annexe n°4 : Carte géographique des isochrones de 30, 60, 90 et 120 minutes au départ de Môtiers.

Fréquentation et marché régional: taux de pénétration pour 30 min.: 11 benchmarks

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Suisse					
1 Alimentarium - Vevey	61'358	323'290	536'948	860'238	7.13%
2 Maison des terroirs - Grandson*	10'000	261'930	368'372	630'302	1.59%
3 Vins mousseux Mauler - Môtiers	9'320	164'309	119'669	283'978	3.28%
4 Musée de la vigne et du vin - Aigle	17'044	201'780	517'785	719'565	2.37%
5 Maison du blé et du pain - Echallens	11'087	314'920	465'102	780'022	1.42%
6 Musée valaisan de la vigne et du vin - Sierre	4'808	142'639	446'677	589'316	0.82%
7 Musée d'histoire et d'artisanat - Môtiers	1'687	164'309	119'669	283'978	0.59%
France					
8 Musée municipal de Pontarlier	14'426	226'545	324'561	551'106	2.62%
9 Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	112'473	226'084	338'557	10.63%
10 Carré Cointreau - Saint-Barthélemy d'Anjou	20'000	389'437	361'651	751'088	2.66%
11 Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque	19'500	262'394	599'152	861'546	2.26%
Total institutions suisses (7)	115'304	1'573'177	2'574'222	4'147'399	2.78%
Total institutions françaises (4)	89'904	990'849	1'511'448	2'502'297	3.59%
Total général	205'208	2'564'026	4'085'670	6'649'696	3.09%

Maison de l'absinthe - Môtiers: fréquentation prévisionnelle à 30 minutes	x = ?	164'309	119'669	283'978	x 3.09% =	8'763
--	-------	---------	---------	---------	-----------	-------

*Fréquentation estimée

THEMATIS - 21.04.2011

Fréquentation et marché régional: taux de pénétration pour 60 min.: 11 benchmarks

Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Suisse					
1 Alimenterium - Vevey	61'358	1'306'500	2'351'298	3'657'798	1.68%
2 Maison des terroirs - Grandson*	10'000	1'422'473	2'347'527	3'770'000	0.27%
3 Vins mousseux Mauler - Môtiers	9'320	1'187'633	1'334'230	2'521'863	0.37%
4 Musée de la vigne et du vin - Aigle	17'044	1'092'076	2'238'123	3'330'199	0.51%
5 Maison du blé et du pain - Echallens	11'087	1'746'483	3'291'010	5'037'493	0.22%
6 Musée valaisan de la vigne et du vin - Sierre	4'808	355'428	1'003'115	1'358'543	0.35%
7 Musée d'histoire et d'artisanat - Môtiers	1'687	1'187'633	1'334'230	2'521'863	0.07%
France					
8 Musée municipal de Pontarlier	14'426	819'284	1'160'694	1'979'978	0.73%
9 Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	1'317'039	1'503'899	2'820'938	1.28%
10 Carré Cointreau - Saint-Barthélemy d'Anjou	20'000	1'290'309	1'339'703	2'630'012	0.76%
11 Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque	19'500	1'210'049	2'155'357	3'365'406	0.58%
Total institutions suisses (7)	115'304	8'298'226	13'899'533	22'197'759	0.58%
Total institutions françaises (4)	89'904	4'636'681	6'159'653	10'796'334	0.83%
Total général	205'208	12'934'907	20'059'186	32'994'093	0.62%

Maison de l'absinthe - Môtiers: fréquentation prévisionnelle à 60 minutes	x = ?	1'187'633	1'334'230	2'521'863	x 0.62% =	15'685
--	-------	-----------	-----------	-----------	-----------	--------

*Fréquentation estimée

Fréquentation et marché régional: taux de pénétration pour 90 min.: 11 benchmarks

Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Suisse					
1 Alimentarium - Vevey	61'358	2'630'771	5'508'318	8'139'089	0.75%
2 Maison des terroirs - Grandson*	10'000	2'685'989	5'429'195	8'115'184	0.12%
3 Vins mousseux Mauler - Môtiers	9'320	3'399'830	3'832'404	7'232'234	0.13%
4 Musée de la vigne et du vin - Aigle	17'044	2'376'667	5'133'277	7'509'944	0.23%
5 Maison du blé et du pain - Echallens	11'087	2'162'675	4'315'360	6'478'035	0.17%
6 Musée valaisan de la vigne et du vin - Sierre	4'808	1'012'409	2'383'418	3'395'827	0.14%
7 Musée d'histoire et d'artisanat - Môtiers	1'687	3'399'830	3'832'404	7'232'234	0.02%
France					
8 Musée municipal de Pontarlier	14'426	1'679'559	3'180'140	4'859'699	0.30%
9 Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	2'983'933	3'994'048	6'977'981	0.52%
10 Carré Coitreau - Saint-Barthélemy d'Anjou	20'000	2'084'423	2'541'275	4'625'698	0.43%
11 Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque	19'500	2'115'391	3'765'666	5'881'057	0.33%
Total institutions suisses (7)	115'304	17'668'171	30'434'376	48'102'547	0.28%
Total institutions françaises (4)	89'904	8'863'306	13'481'129	22'344'435	0.40%
Total général	205'208	26'531'477	43'915'505	70'446'982	0.29%

Maison de l'absinthe - Môtiers: fréquentation prévisionnelle à 90 minutes	x = ?	3'832'404	7'232'234 x 0.29% =	21'067
---	--------------	------------------	-----------------------------------	---------------

*Fréquentation estimée

Estimation de la fréquentation: synthèse

Fréquentation et marché régional: agrégation des résultats à 30, 60 et 90 minutes

Site	Marché	Fréquentation
Maison de l'Absinthe - Môtiers	Fréquentation à 30 minutes	8'763
	Fréquentation à 60 minutes	15'685
	Fréquentation à 90 minutes	21'067
	Fréquentation moyenne	15'172
Options pour un calcul prévisionnel du chiffre d'affaires		
	Option haute: optimiste (best case)	90% de la moyenne
	Option moyenne: réaliste (medium case)	75% de la moyenne
	Option basse: conservatrice (worst case)	60% de la moyenne
		13'655
		11'379
		9'103

3.4 Fréquentation prévisionnelle de la Maison de l’Absinthe

La fréquentation prévisionnelle du projet, selon l’étude de marché donnée dans les pages précédentes, s’établit à :

- 8’763 visiteurs par année sur un marché à 30 minutes ;
- 15’685 visiteurs par année sur un marché de 60 minutes ;
- 21’067 visiteurs par année sur un marché à 90 minutes.

On voit ainsi nettement que le projet a intérêt, pour capter un plus grand nombre de visiteurs, à proposer une offre attractive loin à la ronde, autrement dit une offre capable de faire se déplacer un public situé à 1h30 de route du site de Môtiers. Et que, sur ce marché, ¼ environ de la zone considérée est germanophone. Dans ce cas, la Maison de l’Absinthe pourrait prétendre à une fréquentation se situant entre 15’000 et 20’000 visiteurs, par année, si elle proposait une offre parfaitement trilingue (français, anglais, allemand) et si cette offre était bien vendue en Suisse alémanique.

Par expérience, nous sommes d’avis que l’offre assez originale et qualitative proposée dans le chapitre précédent est de nature à capter un tel public.

A ce stade de l’étude, on peut admettre que le projet rayonnera à part égale dans ses 3 bassins de chalandise à 30, 60 et 90 minutes.

Ainsi, la moyenne des 3 estimations données ci-dessus s’établit à :

- 15’172 visiteurs, soit en arrondi, 15’000 visiteurs par année.

La projection de fréquentation est estimée, de manière arrondie, à 15’000 visiteurs par année.

3.5 Fréquentation : 3 options pour un calcul prévisionnel du chiffre d’affaires

Dans la perspective de calculer de manière réaliste un chiffre d’affaires prévisionnel, qui serait basé sur les recettes réalisées par les différents centres de profit de la Maison de l’Absinthe, nous proposons d’adopter les bases suivantes :

- option haute : optimiste (best case) : 90% de la moyenne, soit : 13’655 visiteurs par année.
- option moyenne : réaliste (medium case) : 75% de la moyenne, soit 11’379 visiteurs par année.
- option basse : conservatrice (worst case) : 60% de la moyenne, soit : 9’103 visiteurs par année.

4. PRE-PROGRAMME: LOCAUX NÉCESSAIRES

4.1 L'offre et les besoins en locaux : pré-programme

Les 15 points caractéristiques de l'offre identifiés plus haut nécessitent des locaux ou des espaces spécifiques, à aménager.

Le pré-programme du projet (estimation des surfaces nécessaires) peut s'établir de la manière suivante :

Maison de l'Absinthe : pré-programme : besoins en locaux

1. Centre d'accueil de la Route de l'Absinthe et site-relais d'information touristique :	30m ² – 40m ²
2. Centre d'interprétation de l'absinthe, avec quatre expositions permanentes différentes :	300m ² -500m ²
3. Exposition temporaire renouvelée chaque année :	100m ² – 120m ²
4. Distillerie clandestine de démonstration :	30m ² – 40m ²
5. Jardin des plantes (surface extérieure 150m ² – 200m ²) :	
6. Visite guidée et/ou audioguidée :	
7. Spectacle audiovisuel : point fort de la visite (Val-de-Travers, absinthe et clandestinité) et salle de conférence :	60m ² – 80m ²
8. Espace de dégustation et bar à absinthe :	50m ² – 60m ²
9. Programme d'activités et événements saisonniers :	
10. Programme d'accompagnement enfants :	
11. Activités de formation et d'initiation : cours de cuisine (cuisine semi-professionnelle) :	60m ² – 70m ²
12. Hébergement en chambres d'hôtes thématiques (4 chambres d'hôtes à 25m ² env.):	100m ² – 120m ²
13. Espace de vente et boutique en ligne (avec l'accueil) :	20m ² – 30m ²
14. Lieu de départ de visites thématiques en extérieur, dans la nature environnante (Route de l'Absinthe, sentiers, etc.) :	
15. Centre de compétences dans le domaine de l'absinthe : promotion de l'innovation, développement de nouveaux produits et du marketing de la branche ; Centre de documentation, bibliothèque et bureau :	50m ² – 80m ²
TOTAL :	800m ² – 1140m ²

La première estimation des besoins montre des surfaces nécessaires estimées entre 800 et 1'140 m². Ainsi que des surfaces extérieures de l'ordre de 150 à 200 m². (Le nombre de places de parc nécessaires reste à définir).

La décomposition de ces surfaces montre les chiffres suivants :

	Variante minimale	Variante optimale
Surfaces commerciales :	280 m ²	370 m ²
Surfaces muséales :	520 m ²	770 m ²
Total :	<hr/> 800 m ²	<hr/> 1'140 m ²

5. ANALYSE SOMMAIRE DES BATIMENTS

5.1 Descriptif du bien-fonds à disposition

Le bâtiment de l'Hôtel du District est une construction du XVIIIème siècle à la typologie assez marquée. C'est un bâtiment d'allure majestueuse, situé au milieu de la Grande-Rue de Môtiers.

Sa cage d'escalier principale est classée à l'inventaire des Monuments historiques⁶.

Le local des pompes, une ancienne annexe à fonction rurale, est accolé au bâtiment principal à son angle nord-ouest.

Les deux bâtiments sont situés sur un bien-fonds de 2'795 m², disposant d'une place jardin.

Le bâtiment principal A totalise 900 m² et le bâtiment arrière B 780 m². Une petite annexe totalise 40m². Le détail des surfaces disponibles figure à la page suivante.

5.2 Surfaces et volumes

Les surfaces et volumes offerts par les bâtiments mis à disposition sont, au total, de 1'720 m² et respectivement 7'266 m³. (à calculer plus précisément lors de l'étude d'avant-projet).

Le tableau de la page suivante résume les surfaces et volumes à disposition.

⁶ Voir annexe n°5 : Hôtel de District : fiche de classement des Monuments historiques.

HOTEL DE DISTRICT – MOTIERS : SURFACES ET VOLUMES DISPONIBLES (estimation, à préciser lors de l'étude d'avant-projet).

BATIMENT PRINCIPAL (BATIMENT A)

	SURFACES		VOLUMES
Niv.0 : rez : 20 x 15 m =	300 m ²	x h = 4 m =	1'200 m ³
Niv.1 : 1 ^{er} : 20 x 15 m =	300 m ²	x h = 4 m =	1'200 m ³
Niv.2 : combles : 20 x 15 m =	300 m ²	x h = 7/1.4 = 5 m =	1'500 m ³
Sous-total :	<u>900 m²</u>		<u>3'900 m³</u>

BATIMENT ARRIERE (BATIMENT B)

Niv.0 : rez : 26 x 10 m =	260 m ²	x h = 3.20 m =	832 m ³
Niv.1 : 1 ^{er} : 26 x 10 m =	260 m ²	x h = 4m =	1040 m ³
Niv.2 : combles : 26 x 10 m =	260 m ²	x h = 7/1.4 = 5 m =	1'300 m ³
Sous-total :	<u>780 m²</u>		<u>3'172 m³</u>

ANNEXE :

Niv.0 : rez : 7 x 5.7 m =	40 m ²	x h = 3 m =	120 m ³
Niv.1 : combles : 7 x 5.7 m =	0 m ²	x h = 2.6/1.4 = 1.85m =	74 m ³
Sous-total :	<u>40 m²</u>		<u>194 m³</u>

TOTAL BATIMENTS :	<u>1'720 m²</u>	<u>7'266 m³</u>
--------------------------	----------------------------	----------------------------

EXTERIEURS : PLACE / JARDIN

Place : parking et accès :	1'143 m ²	
Jardin :	765 m ²	
Divers extérieurs :	287m ²	
TOTAL EXTERIEURS :	<u>2'195m²</u>	

Total des surfaces considérées : 2'795 m² (voir le détail selon l'extrait du cadastre, en annexe⁷).

⁷ Voir annexe n°6 : Hôtel de District : extrait du cadastre : descriptif et plans.

6. ADEQUATION DES BATIMENTS AU PROJET

6.1 Locaux nécessaires et surfaces à disposition : analyse

La comparaison entre les surfaces nécessaires et les surfaces à disposition montre que l'implantation du projet dans le bâtiment est possible.

Les surfaces nécessaires à la réalisation du projet sont de l'ordre de 800 à 1'140 m².

Les surfaces disponibles sont de l'ordre de 900 m² pour le bâtiment principal (bâtiment A), et de 1'720 m² au total (bâtiments A et B).

Selon la variante choisie, le projet peut s'implanter soit dans le bâtiment A, soit dans le bâtiment A et une partie du bâtiment B.

6.2 Adéquation des bâtiments au projet

On voit que les bâtiments proposés sont assez vastes pour accueillir le projet. Ils peuvent même, et cela sera fort utile, offrir de la réserve pour un développement futur. Par contre, ils sont divisés en locaux relativement exigus, qui seront une contrainte pour l'aménagement des expositions⁸.

Nous jugeons cependant que leur valeur historique, en regard du thème traité (le tribunal alors sis dans le bâtiment y a jugé des contrevenants distillateurs d'absinthe) est importante. Elle apporte un supplément d'authenticité au projet, et justifie son implantation dans le lieu envisagé⁹.

6.3 Variantes possibles

A ce stade, nous imaginons quatre variantes d'implantation possibles du programme dans les bâtiments à disposition.

Variante 1 : optimale

Utilisation du bâtiment principal bâtiment A, sur 3 niveaux et du rez du bâtiment arrière B (au total 1'160 m²) pour l'implantation du programme optimal (1'140m²). Rénovation et transformation partielle des 2 bâtiments.

Variante 2 : minimale

Utilisation du seul bâtiment principal bâtiment A, sur 3 niveaux, (900 m²) pour l'implantation du programme minimal (800 m²). Rénovation et transformation partielle du bâtiment A.

Variante 3 : minimale, à prix réduit (rénovation douce, transformations légères)

Utilisation du seul bâtiment principal, bâtiment A, sur 3 niveaux, (900 m²) pour l'implantation du programme minimal (800 m²). Rénovation douce et légères transformations partielles du bâtiment A.

Variante 4 : minimale, à prix réduit, sans chambres d'hôtes

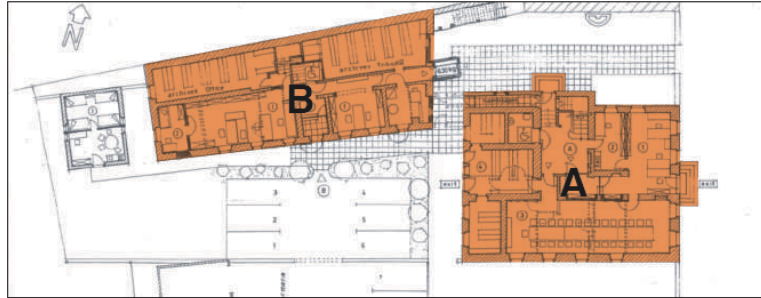
Utilisation du seul bâtiment principal, bâtiment A, sur 2 niveaux, (env. 600 m²) pour l'implantation d'un programme réduit, mais sans les chambres d'hôtes (env. 600 m²). Rénovation douce et légères transformations partielles du bâtiment A, sur 2 niveaux seulement.

⁸ Voir annexe n°7 : Hôtel de District : plans et coupes

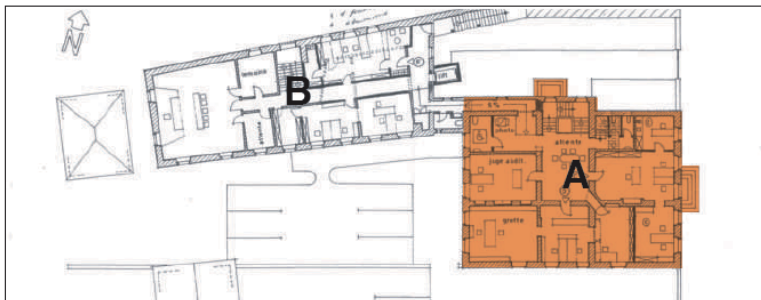
⁹ Voir annexe n°8 : Visite de l'Hôtel de District : planche photographique

VARIANTE 1 : Optimale

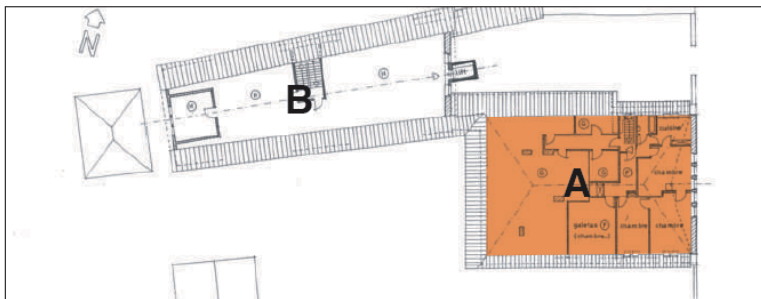
Utilisation du bâtiment principal bâtiment A, sur 3 niveaux et du rez du bâtiment arrière B (au total 1'160 m²) pour l'implantation du programme optimal (1'140m²). Rénovation et transformation partielle des 2 bâtiments.



REZ - DE - CHAUSSEE



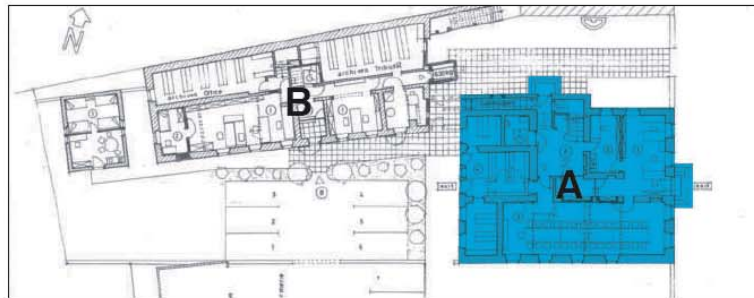
1er ETAGE



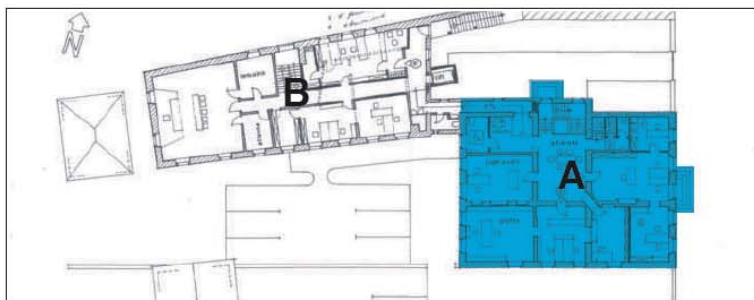
COMBLES

VARIANTE 2 : Minimale

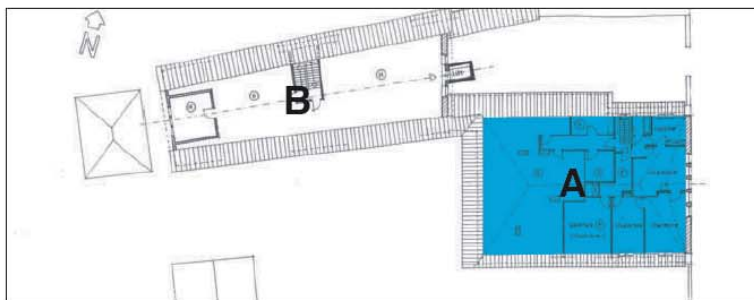
Utilisation du seul bâtiment principal bâtiment A, sur 3 niveaux, (900 m²) pour l'implantation du programme minimal (800 m²). Rénovation et transformation partielle du bâtiment A.



REZ - DE - CHAUSSEE



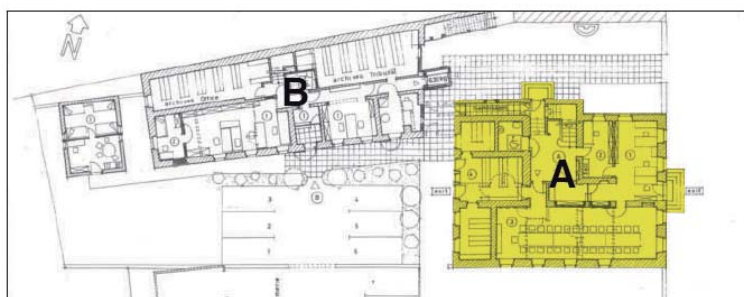
1^{er} ETAGE



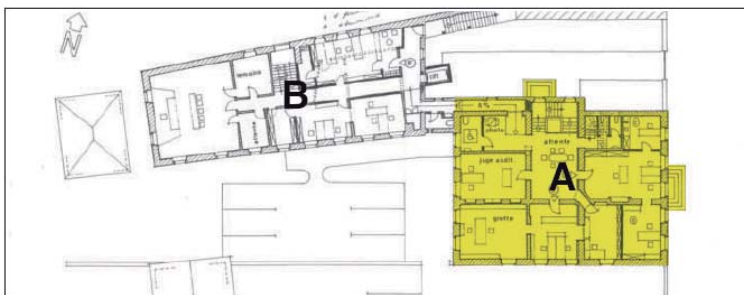
COMBLES

VARIANTE 3 : Minimale, à prix réduit (rénovation douce, transformations légères)

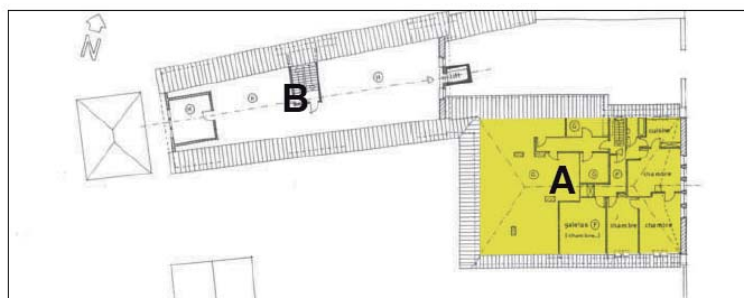
Utilisation du seul bâtiment principal bâtiment A, sur 3 niveaux, (900 m²) pour l'implantation du programme minimal (800 m²). Rénovation douce et légères transformations partielles du bâtiment A.



REZ - DE - CHAUSSEE



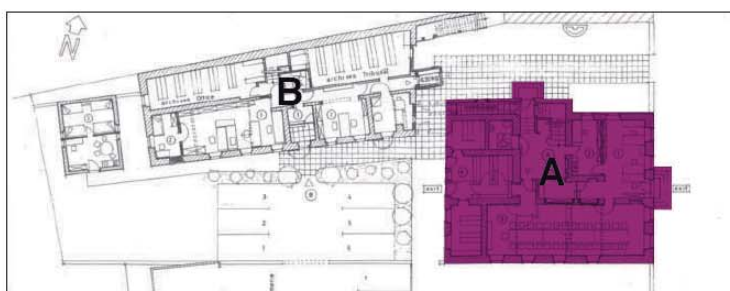
1^{er} ETAGE



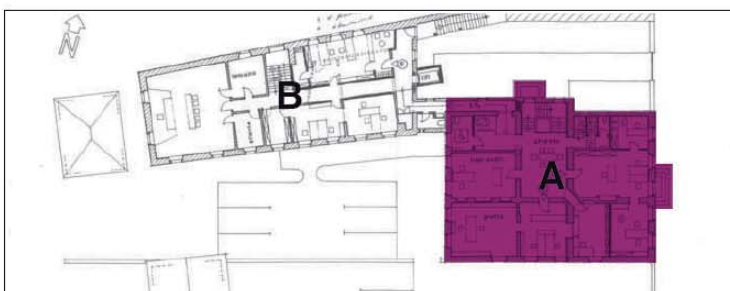
COMBLES

VARIANTE 4 : Minimale, à prix réduit, sans chambres d'hôtes

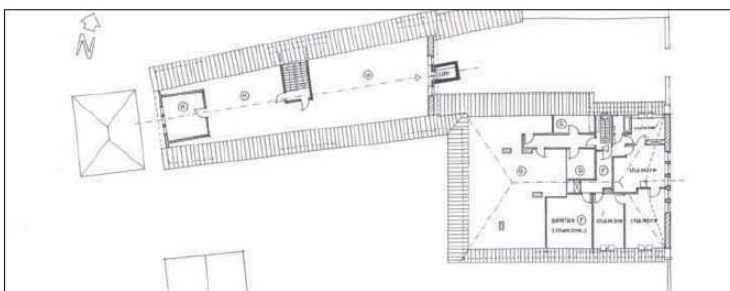
Utilisation du seul bâtiment principal bâtiment A, sur 2 niveaux, (env. 600 m2) pour l'implantation d'un programme réduit, mais sans les chambres d'hôtes (env. 600 m2). Rénovation douce et légères transformations partielles du bâtiment A, sur 2 niveaux seulement.



REZ - DE - CHAUSSEE



1^{er} ETAGE



COMBLES

7. ECONOMIE DU PROJET

L'économie du projet est définie par le calcul d'un budget d'investissement, en 4 variantes, puis par le calcul d'un budget d'exploitation.

7.1 Budget d'investissement, variantes

Une première approche du budget d'investissement montre les estimations suivantes, selon les 4 variantes proposées d'implantation du projet dans le bâtiment.

Budget d'investissement (variante 1 : optimale)

		Prix HT	Prix TTC
Partie immobilière :			
- Rénovation et transformation du bâtiment A (3 niveaux) et du rez du bâtiment B :	4'732 m ³ à 600.-/m ³ :	2'839'000.-	3'066'000.-
- Aménagement des espaces extérieurs : en bloc :		200'000.-	216'000.-
- Divers et imprévus : 25%		760'000.-	821'000.-
Total partie immobilière :		3'799'000.-	4'103'000.-
Partie équipements :			
- Aménagement des surfaces muséales :	770 m ² à 3'000.-/m ² :	2'310'000.-	2'495'000.-
- Aménagement des surfaces commerciales :	370 m ² à 1'000.- / m ² :	370'000.-	400'000.-
- Divers et imprévus (y.c. budget marketing d'ouverture) : 25% :		670'000.-	723'000.-
Total partie équipements :		3'350'000.-	3'618'000.-

Budget d'investissement (variante 2 : minimale)

		Prix HT	Prix TTC
Partie immobilière :			
- Rénovation et transformation du bâtiment A :	3'900 m ³ à 600.-/m ³ :	2'340'000.-	2'527'000.-
- Aménagement des espaces extérieurs : en bloc :		200'000.-	216'000.-
- Divers et imprévus : 25%		635'000.-	686'000.-
Total partie immobilière :		3'175'000.-	3'429'000.-
Partie équipements :			
- Aménagement des surfaces muséales :	520 m ² à 3'000.-/m ² :	1'500'000.-	1'620'000.-
- Aménagement des surfaces commerciales :	280 m ² à 1'000.- / m ² :	280'000.-	302'000.-
- Divers et imprévus (y.c. budget marketing d'ouverture) : 25% :		445'000.-	481'000.-
Total partie équipements :		2'225'000.-	2'403'000.-

Budget d'investissement (variante 3 : minimale, à prix réduit)

Partie immobilière :		Prix HT	Prix TTC
- Rénovation douce et transformations légères du bâtiment A:	3'900 m ³ à 400.-/m ³ :	1'560'000.-	1'685'000.-
- Aménagement simple des espaces extérieurs : en bloc:		150'000.-	162'000.-
- Divers et imprévus : 25%		428'000.-	462'000.-
Total partie immobilière :		2'138'000.-	2'309'000.-
Partie équipements :			
- Aménagement simple des surfaces muséales :	520 m ² à 2'500.-/m ² :	1'300'000.-	1'404'000.-
- Aménagement simple des surfaces commerciales :	280 m ² à 1'000.- / m ² :	280'000.-	302'400.-
- Divers et imprévus (y.c. budget marketing d'ouverture) : 25% :		395'000.-	426'400.-
Total partie équipements :		1'975'000.-	2'133'000.-

Budget d'investissement (variante 4 : minimale, à prix réduit, sans chambres d'hôtes)

Partie immobilière :		Prix HT	Prix TTC
- Rénovation douce et transformations légères du bâtiment A, sans les combles :	2'400m ³ à 400.-/m ³ :	960'000.-	1'037'000.-
- Aménagement simple des espaces extérieurs : en bloc :		150'000.-	162'000.-
- Divers et imprévus : 25%		278'000.-	300'000.-
Total partie immobilière :		1'388'000.-	1'499'000.-
Partie équipements :			
- Aménagement simple des surfaces muséales :	520m ² à 2'500/m ² :	1'300'000.-	1'404'000.-
- Aménagement simple des surfaces commerciales, sans les chambres d'hôtes :	180m ² à 900.-/m ² :	162'000.-	175'000.-
- Divers et imprévus (y.c. budget marketing d'ouverture) : 25%		365'000.-	394'000.-
Total partie équipements :		1'827'000.-	1'973'000.-

7.2 Budget d'exploitation : méthode de calcul

Le budget d'exploitation prévisionnel de la future Maison de l'Absinthe est établi en identifiant d'abord les sources de revenus, et les prix des prestations vendues. La part variable des revenus est due aux variantes de fréquentation adoptées, qui sont au nombre de 3 (optimale, réaliste et conservatrice). Les charges sont calculées en partie sur les variables, liées à la fréquentation, et en partie sur des éléments fixes. Ainsi, 3 variantes budgétaires ont été établies.

7.3 Revenus et prix des prestations

Les revenus d'exploitation de la Maison de l'Absinthe sont dûs à 6 centres de profit :

- la billetterie
- la boutique
- la restauration (dégustations et cours de cuisine)
- les services, et autres prestations
- les locations de salles et la para-hôtellerie
- les dons de la Fondation pour les programmes patrimoniaux et les animations

Les revenus de ces 6 centres de profit dépendent de la fréquentation, pour 5 d'entre eux, et des prix attachés aux prestations vendues.

Prix des prestations

Les prix exacts des prestations devront être définis dans un business plan. Pour les besoins de l'étude, nous adoptons les prix suivants :

- billetterie : ticket moyen à 6.- (adulte : 8.-)
- boutique : ticket moyen à 4.-
- restauration : ticket moyen à 3.- pour les dégustations, et à 100.- pour les cours de cuisine et autres forfaits de séjour
- services :
 - o visites guidées (audioguide ou guide) : ticket moyen à 5.-
 - o prestations du responsable de l'exploitation pour la promotion de l'Interprofession, en bloc : 15'000.-
 - o prestations du responsable de l'exploitation pour le portage suisse de la Route de l'Absinthe, en bloc : 60'000.-
- locations des salles : ticket moyen à 150.-
- locations des chambres d'hôtes : ticket moyen à 140.- (chambre double)

7.4 Budget d'exploitation : variantes

Selon le scénario adopté pour sa fréquentation prévisionnelle, le budget d'exploitation prévisionnel de la Maison de l'Absinthe s'établit en 3 variantes :

- variante 1 : optimale (best case) à 13'500 visiteurs par année
- variante 2 : réaliste (medium case) à 11'000 visiteurs par année
- variante 3 : conservatrice (worst case) à 9'000 visiteurs par année.

Les tableaux des pages suivantes montrent les recettes et les charges possibles pour chaque variante, dans une première approche.

Il est clair que l'élaboration d'un business plan détaillé devra, par la suite, venir affiner ces premiers chiffres, selon les options choisies par le maître d'ouvrage.

**MAISON DE L'ABSINTHE: BUDGET PREVISIONNEL, VARIANTE 1 : OPTIMALE
(BEST CASE) : 13'500 VISITEURS / AN**

REVENUS	CHF
1. Revenus de billetterie : 13'500 visiteurs à 6.-	81'000
2. Revenus de la boutique : 13'500 visiteurs à 4.-	54'000
3. Revenus de la restauration 7'000 dégustations à 3.-	21'000
400 participants aux cours de cuisine et autres forfaits de séjour à 100.-	40'000
4. Services 1'000 visites guidées à 5.-	5'000
prestations pour l'Interprofession	15'000
prestations pour le portage suisse de la Route de l'Absinthe	60'000
5. Location des salles 40 locations à 150.-	6'000
chambres d'hôtes: 4 chambres louées 120 jours : 480 locations à 140.- (prix moyen)	67'200
6. Dons : participation de la Fondation aux programmes d'animation et de mise en valeur du patrimoine	30'000
7. Autres dons (loyer Commune)	90'000
8. Divers, dons	5'800
TOTAL DES REVENUS	475'000
CHARGES	CHF
1. Ressources humaines: 1,7 ETP, 6 jours sur 7	227'000
auxiliaires ponctuels: bénévoles	0
2. Charges de la boutique: 35% des revenus des ventes	19'000
3. Charges de la restauration 30% des revenus des dégustations	6'300
60% des revenus des cours de cuisine	24'000
4. Charges sur les services: 80% des visites guidées	4'000
5. Charges sur les locations de salles 10% des locations de salles	600
10% des revenus des chambres d'hôtes	6'800
6. Animations, exposition temporaire	50'000
7. Locaux: loyer et charges	100'000
8. Frais de fonctionnement	24'000
9. Divers et autres charges (Centre de documentation)	13'300
TOTAL DES CHARGES	475'000
RESULTAT ANNUEL (EQUILIBRE)	0.-

**MAISON DE L'ABSINTHE: BUDGET PREVISIONNEL, VARIANTE 2 : REALISTE
(MEDIUM CASE) : 11'000 VISITEURS / AN**

REVENUS	CHF
1. Revenus de billetterie : 11'000 visiteurs à 6.-	66'000
2. Revenus de la boutique : 11'000 visiteurs à 4.-	44'000
3. Revenus de la restauration 6'000 dégustations à 3.-	18'000
300 participants aux cours de cuisine et autres forfaits de séjour à 100.-	30'000
4. Services 900 visites guidées à 5.-	4'500
prestations pour l'Interprofession	15'000
prestations pour le portage suisse de la Route de l'Absinthe	60'000
5. Location des salles 35 locations à 150.-	5'250
chambres d'hôtes: 4 chambres louées 100 jours : 400 locations à 140.- (prix moyen)	56'000
6. Dons : participation de la Fondation aux programmes d'animation et de mise en valeur du patrimoine	35'000
7. Autres dons (loyer Commune)	90'000
8. Divers, dons	6'250
TOTAL DES REVENUS	430'000
CHARGES	CHF
1. Ressources humaines: 1,6 ETP, 6 jours sur 7	213'000
auxiliaires ponctuels: bénévoles	0
2. Charges de la boutique: 35% des revenus des ventes	15'400
3. Charges de la restauration 30% des revenus des dégustations	5400
60% des revenus des cours de cuisine	18'000
4. Charges sur les services: 80% des visites guidées	3'600
5. Charges sur les locations de salles 10% des locations de salles	530
10% des revenus des chambres d'hôtes	5'600
6. Animations, exposition temporaire	35'000
7. Locaux: loyer et charges	100'000
8. Frais de fonctionnement	24'000
9. Divers et autres charges (Centre de documentation)	9'470
TOTAL DES CHARGES	430'000
RESULTAT ANNUEL (EQUILIBRE)	0.-

**MAISON DE L'ABSINTHE: BUDGET PREVISIONNEL, VARIANTE 3 : CONSERVATRICE
(WORST CASE) : 9'000 VISITEURS / AN**

REVENUS	CHF
1. Revenus de billetterie : 9'000 visiteurs à 6.-	54'000
2. Revenus de la boutique : 9'000 visiteurs à 4.-	36'000
3. Revenus de la restauration	
4'000 dégustations à 3.-	12'000
250 participants aux cours de cuisine et autres forfaits de séjour à 100.-	25'000
4. Services	
700 visites guidées à 5.-	3'500
prestations pour l'Interprofession	15'000
prestations pour le portage suisse de la Route de l'Absinthe	60'000
5. Location des salles	
30 locations à 150.-	4'500
chambres d'hôtes: 4 chambres louées 80 jours : 320 locations à 140.- (prix moyen)	44'800
6. Dons : participation de la Fondation aux programmes d'animation et de mise en valeur du patrimoine	40'000
7. Autres dons (loyer Commune)	90'000
8. Divers, dons	5'200
TOTAL DES REVENUS	390'000
CHARGES	CHF
1. Ressources humaines:	
1,5 ETP, 6 jours sur 7	200'000
auxiliaires ponctuels: bénévoles	0
2. Charges de la boutique: 35% des revenus des ventes	12'600
3. Charges de la restauration	
30% des revenus des dégustations	3'600
60% des revenus des cours de cuisine	15'000
4. Charges sur les services: 80% des visites guidées	4'480
5. Charges sur les locations de salles	
10% des locations de salles	450
10% des revenus des chambres d'hôtes	4'480
6. Animations, exposition temporaire	25'000
7. Locaux: loyer et charges	100'000
8. Frais de fonctionnement	24'000
9. Divers et autres charges (Centre de documentation)	2'070
TOTAL DES CHARGES	390'000
RESULTAT ANNUEL (EQUILIBRE)	0.-

7.5 Commentaires sur le budget d'exploitation prévisionnel

Les 3 variantes du budget d'exploitation prévisionnel exposées plus haut appellent quelques commentaires :

- en premier lieu, on remarque que – quelle que soit la variante – l'objectif d'atteindre un budget d'exploitation équilibré est rempli.
- en second lieu, on doit remarquer que cet équilibre est atteint grâce à deux mesures d'aide importantes : l'abandon de loyer de la Commune (au titre de participation à la promotion culturelle et touristique régionale) et la participation de la Fondation adhoc aux programmes d'animations et de mise en valeur du patrimoine par des dons réguliers (30'000 à 40'000 francs par année, selon les cas).
- il faut aussi remarquer la faible dotation en ressources humaines du projet (1,5 à 1,7 ETP selon les variantes), qui nécessitera un engagement particulièrement important du chef de projet, et le recrutement d'auxiliaires ponctuels bénévoles qu'il s'agira de former correctement pour assurer la qualité des prestations.
- il s'agit également de noter qu'on n'a pas renoncé à un budget d'animations et d'exposition temporaire, même minime (25'000 à 50'000 francs par année selon les variantes) : c'est une mesure indispensable au renouvellement de l'offre et à la progression des chiffres de fréquentation.
- enfin, il faut remarquer que la meilleure des variantes (variante 1, best case, 13'500 visiteurs/an) est établie de manière prudente sur les 90% de la moyenne donnée par l'étude de marché (15'000 visiteurs/an), et que la marge de progression va jusqu'à 20'000 visiteurs par année si le marché à 90 minutes (incluant ¼ de Suisses alémaniques) est bien mobilisé.
- dans le cas d'une fréquentation de ce type, il est évident que le budget d'exploitation s'en trouvera amélioré, et qu'un loyer pourra être payé à la Commune, par exemple, ou que les dons de la Fondation pourront être investis dans de nouveaux équipements.

On remarque donc ici, dans les 3 variantes, la possibilité d'atteindre un budget équilibré, à certaines conditions, et la possibilité réaliste de voir le chiffre d'affaires de la Maison de l'Absinthe évoluer vers le haut en travaillant le marché à 90 minutes. Une option tout-à-fait envisageable, déjà pratiquée par les Mines d'Asphalte de Travers, par exemple.

8. DEVELOPPEMENT DU PROJET : CALENDRIER

8.1 Développement du projet : les étapes

Le développement du projet et sa réalisation peuvent être planifiés en deux grandes étapes :

- étape 1 : études de développement du projet en vue de sa réalisation (12 mois)
- étape 2 : réalisation du projet architectural et muséographique (18 mois)

Au total, dès le démarrage des études de projet jusqu'au bouclage final, nous estimons le temps de travail nécessaire à 30 mois, pour autant que les décisions d'octroi de crédit et de permis soient prises dans les temps, et que les délais administratifs d'obtention des diverses autorisations restent dans la norme usuelle. L'ouverture au public de la Maison de l'Absinthe et son inauguration peuvent être planifiées, au mieux, pour le printemps 2013.

Le détail des étapes à prévoir dans le développement du projet sont :

- 2^{ème} trimestre 2011 :
 - adoption des conclusions de l'étude de faisabilité, choix d'une variante
 - obtention d'une aide financière pour le développement des études de projet en vue de sa réalisation
- 3^{ème} trimestre 2011 :
 - étude d'un business plan, d'un master plan, d'un plan d'action stratégique et d'un plan de communication, établissement d'un programme définitif de projet
 - étude d'un avant-projet architectural et d'un avant-projet muséographique, les 2 en parallèle ; validation des avant-projets par le M.O.
- 4^{ème} trimestre 2011 :
 - étude d'un projet architectural et d'un projet muséographique, les 2 en parallèle ; validation des projets par le M.O.
- 1^{er} trimestre 2012 :
 - étude d'un projet définitif pour l'architecture, et d'un projet définitif pour la muséographie, les 2 en parallèle, ainsi que les appels d'offres
- 2^{ème} trimestre 2012 :
 - validation des projets définitifs et des coûts de construction, sur la base des offres rentrées
 - obtention du crédit de réalisation
 - obtention du permis de construire
- 3^{ème} et 4^{ème} trimestres 2012 :
 - adjudications aux entreprises du bâtiment et aux entreprises de la muséographie
 - réalisation des travaux de rénovation et de transformation du bâtiment
 - réalisation des travaux de muséographie et d'aménagements intérieurs
- 1^{er} trimestre 2013 :
 - fin des travaux de muséographie et des aménagements intérieurs
 - installation du mobilier et des équipements
 - mise en service, rodage
- 2^{ème} trimestre 2013 :
 - ouverture au public, inauguration (au mieux)
- 3^{ème} trimestre 2013 :
 - travaux de finition et de garantie
- 4^{ème} trimestre 2013 :
 - bouclage

8.2 Calendrier prévisionnel : première approche

Le calendrier prévisionnel ci-dessous montre l'étagage des travaux dans le temps, en 2 grandes étapes, comme indiqué en page précédente :

- étape 1 : études de développement du projet en vue de sa réalisation (12 mois)
- étape 2 : réalisation du projet architectural et muséographique (18 mois)

La première date d'ouverture possible, si toutes les phases se suivent sans rupture et que le financement des 2 étapes est obtenu dans les temps, est donnée pour le 2^{ème} trimestre 2013.

MAISON DE L'ABSINTHE: PLANIFICATION SOMMAIRE DU PROJET (1^{ère} APPROCHE)

années trimestres	2011				2012				2013				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Etude de faisabilité préalable													
Obtention d'un crédit pour les études de projet, et utilisation du crédit de projet													
Etape 1: études de développement du projet en vue de sa réalisation													
Business plan et masterplan													
Avant-projet architectural et muséographique													
Projet architectural et muséographique													
Projet définitif, appels d'offres													
Validation, obtention du crédit de réalisation et du permis de construire, utilisation de crédit de réalisation													
Etape 2: réalisation du projet													
Réalisation des travaux de rénovation et transformations													
Réalisation des travaux d'aménagements intérieurs: locaux commerciaux et muséographie													
Mise en service, rôdage													
Ouverture au public, inauguration (au mieux)													
Bouclément													

9. PROCHAINES ETAPES ET COÛTS

9.1 Les prochaines étapes, dans le détail

Les prochaines étapes à prévoir sont, dans l'ordre, et dans le détail:

- mai 2011 : fin de l'étape d'étude préalable actuelle :
 - adoption des conclusions de l'étude de faisabilité, et choix d'une variante
 - préparation d'une demande d'aide financière NPR au Canton, et d'une demande d'aide communale
- juin 2011 :
 - obtention d'une aide financière pour les études de développement du projet en vue de sa réalisation
- de juillet à septembre 2011 :
 - début de la première étape du projet : études de projet (12 mois)
 - réalisation d'un business plan détaillé et d'un masterplan, réalisation d'un plan d'action stratégique, réalisation d'un plan de communication, réalisation d'un programme définitif de projet
 - étude d'avant-projet architectural
 - étude d'avant-projet muséographique, en parallèle
 - validation des études d'avant-projet
- de octobre à décembre 2011 :
 - étude de projet architectural
 - étude de projet muséographique, en parallèle
 - validation des études de projet
- de janvier à mars 2012 :
 - étude du projet définitif architectural
 - étude du projet définitif muséographique, en parallèle
 - validation des études de projet définitif
 - dépôt de la demande de permis de construire, appels d'offres
- d'avril à juin 2012 :
 - obtention du permis de construire
 - obtention du crédit de réalisation
- de juillet à décembre 2012 :
 - début de la deuxième étape de projet : réalisation (18 mois)
 - travaux de rénovation et transformations
 - travaux de muséographie et aménagements intérieurs
- de janvier 2013 à mars 2013 :
 - fin des travaux de muséographie et des aménagements intérieurs, installation du mobilier et des équipements
 - mise en service, rodage
- d'avril à juin 2013 :
 - ouverture au public, inauguration
- de juillet à décembre 2013 :
 - travaux de finitions et de garantie, bouclage

9.2 Coûts des étapes du projet

Selon la définition des étapes de projet, le coût de chacune des étapes s'établit de la manière suivante (par mesure de simplification, seule la variante 3 du budget d'investissement, privilégiée par le Groupe de travail, est chiffrée ici) :

Coût de l'étape 1 : étude de développement de projet en vue de sa réalisation (12 mois) de mi 2011 à mi 2012

	Prix TTC
Partie immobilière	
- Coût des études d'avant-projet, de projet, de projet définitif et appels d'offres : architecte, mandataires et spécialistes (50% des honoraires)	163'000.-
- Divers (frais, demande d'autorisation, etc.)	
Partie équipements	
- Coût des études d'avant-projet, de projet, de projet définitif et appels d'offres : muséographes, mandataires et spécialistes (50% des honoraires)	137'000.-
- Coût de réalisation du business plan, masterplan, plan d'action stratégique	32'500.-
- Coût de réalisation du plan marketing et communication, y.c. charte graphique :	21'500.-
- Divers : frais de fondation, recherches scientifiques et documentaires (contenus) :	21'600.-
Total des coûts de l'étape 1 :	375'600.-

Coût de l'étape 2 : réalisation du projet, mise en service, bouclage (18 mois) de mi 2012 à fin 2013

	Prix TTC
Partie immobilière	
- Coût des travaux de réalisation architecturale (y.c. DT)	1'522'000.-
- Coût des aménagements extérieurs	162'000.-
- Frais divers, et imprévus bâtiments	462'000.-
Partie équipements	
- Coût des travaux de muséographie et aménagements intérieurs (y.c.DT)	1'569'400.-
- Frais divers (y.c. marketing d'ouverture)	351'000.-
Total des coûts de l'étape 2 :	4'066'400.-

Le coût de l'étape 1 est réparti sur les années 2011 et 2012. Le coût de l'étape 2 sur les années 2012 et 2013. La répartition de ces investissements sur les années 2011-2013 fait l'objet d'une planification financière plus détaillée¹⁰.

¹⁰ Voir annexe n°9 : Plan financier des investissements (variante n°3, minimale, à prix réduit).

10. CONCLUSIONS, RECOMMANDATIONS

10.1 Conclusions

A l'issue de notre étude de faisabilité, nous pouvons faire part des conclusions suivantes :

- Le projet de création d'une Maison de l'Absinthe au Val-de-Travers, maintenant orienté vers un tourisme culturel durable, a toute sa raison d'être. Il est fondé sur une histoire locale, un patrimoine, des traditions et une industrie régionale en plein développement. C'est un projet culturel et touristique de qualité, axé sur la culture, la nature et la gastronomie, qui mettra en valeur la région du Val-de-Travers, contribuera à son économie touristique et renforcera son image de destination verte et naturelle.
- L'implantation du projet dans l'ancien Hôtel de District à Môtiers fait du sens. A la fois pour des raisons historiques – l'ancien tribunal où étaient jugés les distillateurs contrevenants est dans le bâtiment – et pour des raisons de localisation et de volume, le bâtiment est adéquat. S'il n'offre pas toujours de vastes locaux, de par son architecture du XVIII^e siècle, il recèle cependant de manière globale les volumes nécessaires à l'implantation du projet, et même ceux utiles à un futur agrandissement ; un avantage non négligeable en cas de succès du projet dépassant les espérances actuelles.
- L'étude de marché montre des prévisions de fréquentation raisonnables, tournant autour de 15'000 visiteurs annuels, avec des perspectives à 20'000 si le marché suisse alémanique est bien travaillé. C'est un nombre suffisant pour prouver la pertinence du concept, articulé autour d'une offre unique incluant un centre d'interprétation, un centre d'accueil et d'information touristique thématique (pôle suisse de la Route de l'Absinthe), une cuisine semi-professionnelle pour des cours et des chambres d'hôtes thématiques.
- Le budget d'investissement du projet, dans sa variante 3 (variante minimale, à prix réduit), est de 2,31 millions de francs pour la rénovation et la transformation du bâtiment, et de 2,13 millions de francs pour les équipements, tout compris. Cette variante d'investissement, minimale, nous paraît raisonnable mais nécessaire en regard du niveau de qualité désiré et de l'impact prévisible du projet sur l'économie touristique régionale, et pour que celui-ci atteigne la masse critique nécessaire. Le financement de l'investissement, prévu à la fois par des fonds communaux, cantonaux et fédéraux, avec un apport de fonds privés, selon le modèle de la NPR, nous paraît réaliste.
- Le budget prévisionnel d'exploitation – donné en 3 variantes en fonction des prévisions de fréquentation – oscille entre 390'000 et 475'000 francs par an. Il est équilibré dans les 3 variantes, une condition sine qua non selon nous à la faisabilité du projet.

- Au vu de la particularité du projet – la future Maison de l’Absinthe aura à la fois une mission touristique et commerciale, et à la fois une mission de mise en valeur du patrimoine – la structure d’exploitation proposée est double : elle est composée d’une Société à responsabilité limitée chargée d’exploiter la Maison, et d’une Fondation chargée de mettre en valeur le patrimoine. Une convention règle les relations entre les 2 entités, qui sont à créer. La Sàrl d’exploitation sera locataire du bâtiment, propriété de la Commune. Ce modèle particulier d’exploitation, bien adapté aux caractéristiques du projet, nous paraît receler un excellent potentiel de gestion : il est à la fois dynamique sur le plan commercial et respectueux des missions patrimoniales dictées par les règles d’un tourisme culturel durable.

En conclusion, et au vu des appréciations formulées ci-dessus, nous pouvons dire que l’étude démontre la faisabilité du projet, tant du point de vue de son concept, de son implantation et de sa viabilité économique.

Nous formulons plus loin, en conséquence, quelques recommandations pour l’étude de développement et de réalisation du projet.

10.2 Recommandations

Au vu des conclusions de l'étude de faisabilité, qui sont positives, nous faisons part ici de quelques recommandations pour la poursuite des travaux de développement et de réalisation du projet.

- Vision : « Respect de l'environnement, respect des habitants, viabilité économique » : la future Maison de l'Absinthe est un projet de tourisme culturel durable, axé sur une culture et des ressources naturelles régionales authentiques. C'est un projet qui doit se distinguer par la qualité de ses prestations et son originalité. Il est très important que tous les acteurs du projet et ses partenaires partagent cette vision, et s'y tiennent, tout au long du développement du projet.
- Travail en réseau : la future Maison de l'Absinthe sera le résultat du travail de plusieurs partenaires issus des réseaux scientifiques et culturels, touristiques, politiques, économiques et sociaux. Il est important que tous ces partenaires soient identifiés, informés et impliqués dans le développement du projet. Ce travail de mobilisation appartient au chef de projet désigné et au Groupe de travail.
- Obtention du crédit d'étude : le prochain pas est l'obtention du crédit d'étude communal et cantonal (NPR) nécessaire au développement du projet. Une concertation rapide doit avoir lieu entre les instances concernées (Groupe de travail, Commune de Val-de-Travers, RUN et Canton) pour déposer la demande d'aide dans les meilleurs délais.
- Bonne gouvernance : pour l'instant, la structure actuelle suffit au bon développement du projet : un Groupe de travail adhoc et un chef de projet désigné sont en place. A terme, il s'agira d'envisager la création de la Fondation prévue, et de la Sàrl d'exploitation. Auparavant, les responsables du projet devraient se doter sans délai des outils nécessaires à une bonne gouvernance : un business plan, un masterplan, un plan d'action stratégique et un plan de communication.
- Appui et qualité des mandataires spécialisés : dans le développement d'un projet touristique et culturel comme celui de la Maison de l'Absinthe, chaque étape à franchir nécessite une prise de décisions sur des éléments souvent complexes. L'apport des mandataires spécialisés (architecte, muséographe, ingénieurs de la culture et du tourisme) permet d'obtenir les bonnes informations au bon moment, et facilite la prise des décisions. L'apport de professionnels expérimentés du domaine de la culture et du tourisme favorise en outre l'atteinte du niveau de qualité requis par le projet.
- Communication : de l'été 2011 à l'été 2013, une communication adéquate doit être faite auprès des différents réseaux concernés par le projet. Nous recommandons ici l'adoption, outre d'un plan de communication et d'une charte graphique en 2011, d'un plan marketing en 2012 pour bien préparer le lancement du projet dans le grand public. D'expérience, nous savons qu'un budget marketing de lancement est décisif dans ce genre d'opération : seul un investissement massif de départ est garant du succès. Nous avons inclus un tel budget dans le budget d'investissement général de projet.

- Evolutivité du projet, renouvellement de l'offre et développements futurs : A notre sens, et s'il est bien mené, le projet de la Maison de l'Absinthe a tous les atouts pour devenir un succès. Il est important, dès le départ, d'avoir dans ce type de projet une politique culturelle de renouvellement de l'offre. Et un budget en conséquence. Nous avons en conséquence inclus une somme au budget d'exploitation pour une exposition temporaire et au moins un événement annuel d'importance.

Il est tout aussi important, en cas de succès, de pouvoir prévoir un agrandissement des locaux. Fort heureusement, les volumes à disposition dans l'ancien Hôtel de District permettront une extension, le cas échéant. Il serait d'ailleurs judicieux, pour le propriétaire, de porter dans un plan d'investissement à moyen terme le coût de la rénovation complète des bâtiments concernés. Il y a en effet des chances raisonnables de penser que, d'ici à quelques années, la Maison de l'Absinthe pense à s'agrandir.

D'une manière générale, les tendances dans lesquelles s'inscrit le projet de la Maison de l'Absinthe sont favorables. Tant le tourisme culturel que le tourisme vert ou l'oenotourisme sont des secteurs en hausse régulière depuis quelques années et la tendance n'est pas prête de s'inverser, selon nous.

La Suisse, elle, reste une destination privilégiée tant à l'interne qu'à l'externe pour la qualité de ses paysages naturels et de son accueil.

Les touristes et les excursionnistes amateurs de nature et de culture apprécient particulièrement une offre authentique et de qualité, qui se remarque par son originalité.

C'est exactement ce que proposera la Maison de l'Absinthe, avec les arômes et les saveurs en plus !

Pour toutes ces raisons, nous croyons au projet que nous venons d'étudier, et nous lui souhaitons de rencontrer le succès. Nous ne doutons pas qu'il y parviendra, s'il tient compte des recommandations formulées plus haut.

Fait à Vevey, le 2 mai 2011

Michel Etter, Johanne Blanchet, Mathieu Thibaud, Amandine Etter

THEMATIS SA . INGENIERIE DE LA CULTURE ET DU TOURISME
WWW.THEMATIS.CH

Contact :
THEMATIS SA
Ingénierie de la culture et du tourisme
Michel Etter et collaborateurs
Rue du Clos 12
1800 Vevey
Suisse

Tél : 021/923'68'70
E-mail : michel.etter@thematis.ch

ANNEXES

ANNEXE 1 : RESSOURCES NATURELLES : INFORMATIONS REGIONALES

ANNEXE 2 : BENCHMARKING : REPERAGE DES BONNES PRATIQUES

ANNEXE 3 : BENCHMARKS ECONOMIQUES : FICHES INDIVIDUELLES DETAILLEES
N°1 A 11

ANNEXE 4 : CARTE GEOGRAPHIQUE DES ISOCHRONES DE 30, 60, 90 ET 120 MINUTES
AU DEPART DE MOTIERS

ANNEXE 5 : HOTEL DE DISTRICT : FICHE DE CLASSEMENT DES MONUMENTS
HISTORIQUES

ANNEXE 6 : HOTEL DE DISTRICT : EXTRAIT DU CADASTRE : DESCRIPTIF ET PLANS

ANNEXE 7 : HOTEL DE DISTRICT : PLANS ET COUPES

ANNEXE 8 : VISITE DE L'HOTEL DE DISTRICT : PLANCHE PHOTOGRAPHIQUE

ANNEXE 9 : PLAN FINANCIER DES INVESTISSEMENTS (VARIANTE N°3 : MINIMALE, A
PRIX REDUIT)

ANNEXE 1 : RESSOURCES NATURELLES : INFORMATIONS REGIONALES

ABSINTHE – COMPOSITION ET RECETTES

Composition de l’Absinthe (liste non exhaustive):

- Absinthe : (grande absinthe ou absinthe officinale (*Artemisia absinthium*) et petite absinthe ou absinthe pontique (*Artemisia pontica*)
- Hysope (*Hyssopus officinalis*);
- Mélisse ou céline ou citronnelle (*Melissa officinalis*);
- Anis vert (*Pimpinella anisum*), la badiane ou anis étoilé ou anis de la Chine (*Illicium verum*);
- Menthe poivrée ou anglaise (*Mentha piperita*);
- Coriandre (*Coriandrum sativum*);
- Tanaisie commune (*Chrysanthemum vulgare*);
- Fenouil commun (*Foeniculum vulgare*);
- Angélique officinale (*Angelica archangelica*).

Trois plantes sont plus particulièrement utilisées pour la coloration :

- la petite absinthe;
- l’hysope;
- la mélisse;
- ainsi que la véronique officinale (*Veronica officinalis*).

Formules les plus employées pour la fabrication de l’absinthe :

Absinthe ordinaire.	Absinthe fine.	Absinthe extra-fine.
<ul style="list-style-type: none">- Grande absinthe sèche et mondée. 2.500 gr.- Hysope fleurie sèche 500 g- Mélisse citronnée sèche 500 g- Anis vert pilé 2.000 g- Alcool à 95 du-rés. 16 lit.	<ul style="list-style-type: none">- Grande absinthe sèche et mondée. 3.500 gr.- Anis vert 5.500 g- Fenouil 5.500 g- Badiane 10 g- Alcool à 95 degrés 95 lit. <p><i>Infusion de 24 heures, distillation et coloration avec :</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Petite absinthe 550 gr.- Hysope 600 g- Mélisse 800 g <p><i>Ajouter, après fabrication</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Essence de badiane 50 gr.- Dissolution de gaïac 50 g- Réglisse pulvérisée 20 g	<ul style="list-style-type: none">- Grande absinthe 5.000 gr.- Anis vert 5.000 g- Fenouil 5.000 g- Badiane 500 g- Carvi 125 g- Racine d’angélique 70 g- Alcool 95 lit. <p><i>Macération de 24 heures dans l’alcool à 80 degrés, distillation et coloration avec :</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Petite absinthe 900 gr.- Hysope 900 g- Mélisse 900 g- Menthe 100 g <p><i>Après coloration, addition de :</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Essence de badiane 50 gr.- Essence d’anis vert 50 g

ECOSYSTEMES ET PLANTES CARACTERISTIQUES DU VAL-DE-TRAVERS

Tourbière

Une tourbière est une zone humide caractérisée par l'accumulation progressive de la tourbe, un sol caractérisé par sa très forte teneur en matière organique, peu ou pas décomposée, d'origine végétale.

Drosera rotundifolia

La drosera à feuilles rondes (*Drosera rotundifolia*) est une plante carnivore de la famille des Droseraceae. Elle affectionne les tourbières acides à sphaignes localement abondante. Elles colonisent souvent en grand nombre les « coussins » de sphaigne vivante ou morte lorsque l'exposition au soleil est abondante. Elles se rencontrent généralement entre 600 à 2000 m d'altitude, mais on peut en trouver à des altitudes inférieures à 400 m.



Absinthe



Fritillaria meleagris est une endémique européenne, surtout présente en Europe centrale. On la rencontre depuis l'extrême sud-ouest et l'ouest de la France jusqu'en Russie ; elle est absente en Méditerranée et du massif des Alpes sauf à l'extrémité est de l'Autriche. En Suisse, l'espèce est indigène dans une partie du canton de Neuchâtel et, très rare, dans celui du Jura où elle se trouve au bord du Doubs. Anciennement utilisée et vendue comme plante médicinale, elle a été introduite à différents endroits, au Locle, dans le Val-de-Ruz, le **Val-de-Travers**, dans le canton de Vaud et celui de Berne.



SITES NATURELS ET SPECIFICITES GEOLOGIQUES

Gorges de l'Areuse

Creux-du-Van

Le cirque rocheux s'est formé suite à l'érosion provoquée par un glacier local qui rejoignait le glacier du Rhône. L'accumulation d'eau et les infiltrations ont provoqué des éboulis de forme circulaire, donnant ainsi cette forme d'amphithéâtre à la plus grande réserve naturelle, mais également la plus ancienne (1882) du Pays de Neuchâtel.

Le nom du Creux-du-Van n'est pas lié au vent mais viendrait du celte Vanno qui signifie "pente" ou du mot franco-provençal Van qui veut dire "rocher".

Glacière de Monlési (le plus grand des emposieux du Val-de-Travers)

Située à 1200 mètres d'altitude, en dessus de Couvet, la glacière du Monlési est un gouffre qui contient en permanence plus de 10'000 mètres cubes de glace. L'air froid piégé en hiver dans ce gouffre y reste en raison d'une circulation d'air entre trois puits.

Gorges de la Poëta-Raisse

L'excursion des Gorges de la Poëta-Raisse vous amènera, à dix minutes à pied environ de Môtiers, à découvrir la magnifique Cascade de Môtiers, au pied de laquelle s'ouvre la grotte de Môtiers (rendue célèbre par Jean-Jacques Rousseau).

Le Corridor aux loups

Le Corridor aux loups, galerie située dans la vallée du Sucre ; une grande grotte sur la montagne entre Malmont et Trémalmont, la cascade de la Roche et celle des Cambudes.

Emposieu (ou entonnoir)

Nom donné, dans le Jura, à des cavités en forme d'entonnoir où les eaux s'engouffrent pour reparaître, sous forme de sources abondantes, dans les vallées inférieures.

Emposieu du lac des Taillères / Emposieu de l'Anneta / Emposieu de la Brévine / Emposieu du Cervelet / etc. etc.

Sources

Le flanc S. du Val-de-Travers est assez riche en petites sources. L'eau s'infiltré à travers la couverture morainique et les éboulis pour jaillir là où cette couverture est très faible ou nulle. Il s'agit donc de sources assez superficielles, mais bien filtrées. On en a capté un grand nombre aux Prises, aux Champs Girard, au Burcle, etc., au S. de Couvet. Au S. de Fleurier, la nappe morainique est si mince que, peu de temps après des pluies insignifiantes, l'eau émerge sur les sentiers qui entament à peine la Molasse. Au Pré Monsieur existent des sources permanentes en partie captées et des sources temporaires. Les sources des Raisses excellent par leur emplacement sur la ligne d'un pli-faille.

Source du Chapeau de Napoléon, Source de l'Areuse, etc.

Nappe phréatique

Le noyau alluvial du Val-de-Travers, depuis Longeaigue jusqu'à Noiraigue, est occupé par une nappe phréatique continue dont le niveau est voisin de celui des cours d'eau superficiels.

ANNEXE 2 : BENCHMARKING : REPERAGE DES BONNES PRATIQUES

Nous avons repéré un certain nombre de bonnes pratiques en matière d'offre culturelle et touristique centrée sur la nature et la gastronomie, la cuisine à base de plantes en particulier. Le tableau ci-dessous résume nos observations.

Les sommes sont exprimées en francs suisses / cours de change: Teuro = CHF 1,286

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact	tarifs hôteliers	tarifs cours	tarifs musée / location salle
Forfaits hôtel/ cuisine	La Côte Saint-Jacques	FR	Joigny	relais-château****	spa, cours de cuisine, salle de jeux pour enfants, terrasse et jardins, boutique, réceptions et séminaires, nombreux circuits de visites touristiques, cours de cuisine avec chef étoilé	bel exemple de projet abouti, mais surdimensionné pour l'absinthe, VIP. Forfaits intéressants.	www.cotesaintjacques.com	oui	Cours et déjeuner: 238.-/pers. Cours, journée, chambre et excursion: 598.-/pers.	
Forfaits hôtel/ cuisine	Hôtel musée Premières nations	CA	Wendake	Hôtel- musée	forfait couette et musée, restaurant typique ,	cohabitation hôtel et musée + gastronomie amérindienne par de grands chefs, territoire huron-wendat, architecture et aménagements intérieurs très réussis	www.hotelpremieresnations.com	Chambre standard: 120.- / Menu à partir de 50.-	Forfait gastronomique: hébergement (1nuit), repas dégustation: 131.-/pers.	Musée: adulte 8.30 / Sénior 7.40 / Etudiant 6.50 / Enfants (7à16) 3.70 / Famille (2adultes+2enfants) 31.50
Forfaits hôtel/ cuisine	Le Manoir de Lys	FR	Bagnoles-de-l'Orne, à 1h00 du Mont Saint-Michel	relais du silence, hôtel ****, 11 chambres	nombreux forfaits: cours de cuisine, cuisine du cochon, plantes sauvages, rencontres œnologiques, w-e foie gras, champignons, forfait pique-nique, etc.	tarifs annoncés sur le site pour tous les forfaits	www.hotel-restaurant.manoir-du-lys.fr/forfaits.php	Chambre standard: 167.- / Menu à partir de 50.-	Forfait plantes sauvages: 1 nuit, repas et excursion: 308.-/pers.	
Cours de cuisine	La Cuisine de Stéphane	CH	Montagny-les-Monts	restaurant-table d'hôtes	cuisine de plantes sauvages / excursions	exemple local convivial, cuisine plantes sauvages	www.lacuisinedestephane.ch	Sur réservation: menu découverte 8 plats 120.-	Ateliers découvertes 1 plante et 2 recettes: 85.-/pers. Journée excursion et cuisine: 220.-/pers.	
Cours de cuisine	Le rouge et le blanc	CH	Genève	bar à vin	cours de cuisine groupe/ entreprises	cours, chef, serveurs.	www.lerougeblanc.ch/cours-cuisine.htm		Le cours de cuisine : 110 fr/pers. Les chefs : 45 fr/heure. Environ 6h de temps (45 fr X 6 X 2 pers = 540 fr) Les serveurs : 35 fr/heure Forfait boissons pour toute votre soirée à 35fr/pers.	
Cours de cuisine	Buffet de la gare	CH	Gland	restaurant hôtel	forfait cours de cuisine , hôtel, repas sur place	tarifs: 1 personne 2 jours CHF 450.- ; 2 personnes - 2 jours: CHF 700.-	www.buffet-gland.ch/crbst_6.html	Brasserie menu à partir de 50.- / Restaurant: 80.-	Cours: 2 jours de cours, 1 nuit + repas: 450.-/pers.	

Les sommes sont exprimées en francs suisses / cours de change: 1euro = CHF 1.286

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact	tarifs hôteliers	tarifs cours	tarifs musée / location salle
Cours de cuisine	Georges Wenger-Noirmont	CH	Le Noirmont	restaurant gastronomique	hôtel-restaurant - boutique - commerce de vin	cours de cuisine	www.georges-wenger.ch		Un tablier de cuisine « Georges Wenger » est remis à chaque participant. Début du cours : 14h30 Fin du cours : 17h30 Prix par personne : CHF 180.- Repas à la suite du cours (4 plats avec boissons comprises): CHF 165.- Forfait pour une nuitée et petit déjeuner CHF 165.-	
Formation, stage, cours	François Couplan	CH FR	Massonnens CH Barrême FR	association	formation, repas, stage, initiation	Plantes sauvages comestibles et médicinales	www.couplan.com		Stage de 4 demi-journées: observation, terrain et préparation d'un repas. 460.-/pers.	
Distillerie - Bar dégustation	Absintissimo - alambic Bar - René Wanner	CH	Saconnex d'Arve	distillerie bar	Accueil de groupes, sociétés, clubs, etc. pour comparer différents élixirs. Viste de l'absinthe. Comparaison de recettes et de repas de produits dérivés de l'absinthe.	absinthe ambiance capharnaüm	www.absintissimo.ch			
Cave musée dégustation	Distillerie d'absinthe 55° Officine de verre	CH	Couvet	cave musée	ouverture sur demande	monde de l'absinthe et de la pharmacie, tarifs annoncés	www.distab.ch/officine-de-verre			Visite musée et dégustation: Prix adulte, étudiants, AVS, apprenti: 7.-
Musée	Musée de l'absinthe	FR	Auvers-sur-Oise	musée	ateliers saveurs et senteurs, dégustation, expositions, expertise auprès des distillateurs, conférences, Journée de l'absinthe, bourse des collectionneurs, éditions de livres.	ambiance Café Belle époque + boissons: poètes et artistes, centre de doc. pour chercheurs et étudiants	www.musee-absinthe.com			Location de salle: 192.- /1/2journée / 385.- /journée / dégustation absinthe supp. Location salle + visite guidée + dégustation: 23.-/pers.
Economusée	Vignoble de l'orpailleur	CA	Dunham	économusée/ vins artisanaux	vinerie et atelier du tonnelier, restaurant, exposition d'interprétation, la route des vins	vente de vins et de produits gourmands	www.orpailleur.ca	Restaurant: Menu à partir de 36.-		Visite guidée et verre souvenir: 6.50

ANNEXE 3 : BENCHMARKS ECONOMIQUES : FICHES INDIVIDUELLES DETAILLEES DE N°1 A 11

Fiche n°1 : Alimentarium – Vevey

Fiche n°2 : Maison des terroirs – Grandson

Fiche n°3 : Vins mousseux Mauler – Môtiers

Fiche n°4 : Musée de la vigne et du vin – Aigle

Fiche n°5 : Maison du blé et du pain – Echallens

Fiche n°6 : Musée valaisan de la vigne et du vin – Sierre

Fiche n°7 : Musée d'histoire et d'artisanat – Môtiers

Fiche n°8 : Musée municipal de Pontarlier

Fiche n°9 : Musée des eaux de vie

Fiche n°10 : Carré Cointreau – Saint-Barthélemy d'Anjou

Fiche n°11 : Calvados Père Magloire – Pont l'Evêque

Maison de l'Absinthe – Môtiers

Benchmarks 2011

Benchmark n°1: Alimentarium - Vevey

Description:

Fondation de l'entreprise Nestlé, l'Alimentarium a été réalisé pour explorer toutes les facettes de l'alimentation. Pluridisciplinaire, avec un accent particulier porté sur la pédagogie, il propose en plus de son exposition permanente : un espace dédié à des expositions temporaires, un restaurant, un jardin, ainsi que de nombreuses activités.

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Musée	Alimentarium	CH	Vevey	musée de l'alimentation - Nestlé	expositions en lien avec le fait de se nourrir, repas dégustation avec une thématique cyclique, ateliers cuisine pour petits et grands	côté convivial, famille et chic tout à la fois	www.alimentarium.ch

Zone de chalandise et bassin touristique:

L'Alimentarium bénéficie d'une bonne situation géographique, facilement accessible par le réseau autoroutier et au coeur d'une haute zone touristique.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Alimentarium	61'358	323'290	536'948	860'238	7.13%

Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Alimentarium	61'358	1'306'500	2'351'298	3'657'798	1.68%

Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Alimentarium	61'358	2'630'771	5'508'318	8'139'089	0.75%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Alimentarium - Vevey	61'358 (2009)	Adulte 12.- / Enfants (-16ans): 2.- / Etudiant: 8.- / Groupe dès 10pers.: 8.-	12.00	7.33	6.- + prix d'entrée	13.33	Visites guidées: groupes: 10.- +prix entrée / Ecoles 6.- /	Animations pédagogiques / Atelier cuisine 1h: 8.- + entrée au musée / viste du Jardin suivie d'une dégustation: + de nombreux ateliers / Espace junior (atelier cuisine)	x	Menu thématique: 18.- + entrée au musée			

Maison de l'Absinthe – Môtiers

Benchmarks 2011

Benchmark n°3: Vins mousseux Mauler - Môtiers

Description:

La famille Mauler créer depuis 1829 dans un ancien monastère bénédictin des vins mousseux. Outre leur activité commerciale elle propose une visite et des dégustation au caveau. La visite est accompagnée d'un film sur l'histoire du prieuré et la tradition Mauler.

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Cave	Vins Mousseux Mauler	CH	Môtiers	cave	visite du caveau, découverte d'une méthode traditionnelle, dégustation et projection vidéo	produit du terroir présenté dans un cadre historique	www.mauler.ch

Zone de chalandise et bassin touristique:

Malgré une situation dans une zone difficile d'accès et de faibles arrivées touristiques, les résultats du calcul du taux de pénétration sur le marché sont satisfaisant, voire bon à 30 min.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Vins mousseux - Mauler	9'320	69'395	80'941	150'336	6.20%

Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Vins mousseux - Mauler	9'320	316'470	567'169	883'639	1.05%

Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Vins mousseux - Mauler	9'320	1'079'080	1'704'682	2'783'762	0.33%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Vins mousseux Mauler - Môtiers	9'320						13.- / personne (min. 10 personnes) Forfait de 120.- pour groupe de moins de 10 personnes Les visites comprennent film et dégustation.	Film et dégustation: 8.- /pers. (min. 8 personnes)					

Maison de l'Absinthe – Môtiers

Benchmarks 2011

Benchmark n°4: Le Musée de la vigne et du vin - Aigle

Description:

Tout juste rénové le Musée de la vigne et du vin occupant certaines salles du Château d'Aigle, présente des expositions thématiques ludiques et interactives autour des thèmes: nature et paysage, science et biologie, les fêtes, etc. Le Musée propose aussi des expositions temporaires et de nombreuses activités tout au long de sa saison d'ouverture.

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Musée	Musée de la vigne et du vin - Aigle	CH	Aigle	musée	expositions, visite dégustation, animations, volet pédagogique	nature-culture, expositions, multimédia, expériences, interactivité, découvertes, sens en éveil...collections	www.museedevin.ch/page.php?id=fr2

Zone de chalandise et bassin touristique:

Après rénovation, le Musée de la vigne du vin tire un meilleur partie de sa zone de chalandise et des arrivées touristiques de la région. Le bilan de la saison touristique passée montre une multiplication par deux de sa fréquentation et les estimations sur sa fréquentation à venir sont encourageantes.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée de la vigne et du vin - Aigle	17'044	201'780	517'785	719'565	2.37%
Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée de la vigne et du vin - Aigle	17'044	1'092'076	2'238'123	3'330'199	0.51%
Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée de la vigne et du vin - Aigle	17'044	2'376'667	5'133'277	7'509'944	0.23%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Musée de la vigne et du vin - Aigle	17'044 (2010)	Musée: adulte 11.- / Etudiant 9.- / Enfants (-16-16) 5.- / AVS.9.- / Groupe (dès 10pers.) 7.-/pers.	11.00	8.50			*Visite guidée: 80.-/guide + prix d'entrée Dégustation: 11/pers. Pour un vin avec un verre souvenir*	Diverses animations					

Maison de l'Absinthe – Môtiers

Benchmarks 2011

Benchmark n°6: Musée valaisan de la vigne et du vin - Sierre

Description:

Au cours de la visite, le musée propose de découvrir les secrets de la fabrication du vin et les gestes traditionnels du vigneron. Remontez le temps, suivez l'évolution des coutumes, du paysage et des objets viticoles. Situé au cœur du Valais, le Musée se présente en deux espaces : l'Espace Vin au Château de Villa à Sierre et l'Espace Vigne dans la Maison Zumofen à Salgesch. Un superbe sentier relie les deux sites à travers les vignes, dévoilant les beautés et les réalités du vignoble au fil des saisons.

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Musée	Musée valaisan de la vigne et du vin	CH	Sierre	musée sur la tradition viticole en Valais	expositions, animations, sentier découverte	programme muséal ayant pour thème un produit traditionnel: le vin.	www.museevalaisanduvin.ch

Zone de chalandise et bassin touristique:

Le musée valaisan de la vigne et du vin placé dans le canton suisse annonçant les meilleurs chiffres d'arrivées touristiques peine avec sa faible fréquentation à annoncer un taux de pénétration satisfaisant. Cette faible fréquentation s'explique par une politique de l'institution qui met la priorité sur la recherche scientifique.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée valaisan de la vigne et du vin	4'808	142'639	446'677	589'316	0.82%
Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée valaisan de la vigne et du vin	4'808	355'428	1'003'115	1'358'543	0.35%
Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée valaisan de la vigne et du vin	4'808	1'012'409	2'383'418	3'395'827	0.14%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Musée valaisan de la vigne et du vin - Sierre	4'808	Adulte 6.- / Famille 14.- / Enfant-aprenti 4.- /	6.00	5.00			5.- / personne + 70.-	Sentier viticole Conférence / colloque Animations (journée découverte avec un scientifique: 25.-/personne)	?				

Maison de l’Absinthe – Môtiers
Benchmarks 2011

Benchmark n°8: Musée municipal de Pontarlier

Description:

Le musée est probablement installé dans la plus ancienne maison de la ville (15ème et 16ème siècles). Expositions sur l’histoire de la ville depuis ses origines jusqu’au 20ème siècle, l’absinthe, la faïence, l’absinthe et l’archéologie. Une salle est consacrée à l’écrivain et grand voyageur pontissalien Xavier Marmier qui légua sa bibliothèque à sa ville natale. Nombreuses expositions temporaires.

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Musée	Musée de Pontarlier	FR	Pontarlier	musée	nouvelles salles d'exposition dédiées à l'absinthe		www.ville-pontarlier.fr/vie_culturelle/musee/infos_pratique_musee.php

Zone de chalandise et bassin touristique:

Situé dans un bassin de population peu important, le musée municipal de Pontarlier donne un bon taux de pénétration à 30 min. et satisfaisant à 60 min.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée municipal de Pontarlier	14'426	226'545	324'561	551'106	2.62%

Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée municipal de Pontarlier	14'426	819'284	1'160'694	1'979'978	0.73%

Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée municipal de Pontarlier	14'426	1'679'559	3'180'140	4'859'699	0.30%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Musée municipal de Pontarlier	14'426	Plein tarif: 4.94 / Tarif réduit (étudiants / groupe + de 10 personnes): 2.47 / Gratuité: groupes scolaires et moins de 18 ans.	4.94	3.70				Animations pour les scolaires	x				

Maison de l'Absinthe – Môtiers

Benchmarks 2011

Benchmark n°9: Musée des eaux de vie - Lapoutroie

Description:

L'ancien relais de poste du 18e siècle abrite une collection unique au monde de quelque 300 bouteilles de liqueurs et eaux de vie fabriquées en France dans les années 1950. Les amateurs de liqueurs et spiritueux découvriront l'histoire de leurs boissons préférées, leur mode de fabrication, la manière de les consommer et l'influence de l'histoire sur cette production suite à la séparation de l'Église et de l'État, le rôle de l'absinthe dans les conquêtes coloniales, sans oublier le rapport entre l'alcool et les artistes, l'armée, la médecine...

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Musée, distillerie	Musée des eaux de vie	FR	Lapoutroie	musée, distillerie	distillerie d'eaux de vie ouverte à la visite, musée et animations	dégustation, fabrication de produits du terroir	www.musee-eaux-de-vie.com

Zone de chalandise et bassin touristique:

Implanté dans un village, le Musée des eaux de vie donne de très bon résultat. Même à 90 min. le taux de pénétration est satisfaisant au regard de la situation géographique du musée et de sa thématique.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	112'473	226'084	338'557	10.63%

Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	1'317'039	1'503'899	2'820'938	1.28%

Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	2'983'933	3'994'048	6'977'981	0.52%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Musée des eaux de vie - Lapoutroie	35'978	Visite et dégustation gratuite	0.00	0.00				Nombreuses animations.	Vente de produits alcoolisés.				

Maison de l'Absinthe – Môtiers
Benchmarks 2011

Benchmark n°10: Carré Cointreau - Saint-Barthélémy d'Anjou

Description:

Au coeur de l'Anjou, le Carré Cointreau propose d'entrer dans le secret en visitant l'unique site de production de la célèbre liqueur. On peut y découvrir la salle des alambics et une collection d'objets publicitaires exceptionnels. En fin de visite des expérience produit unique autour du Cointreau sont proposer par un barman.

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Musée, site de production	Carré Cointreau	FR	Saint-Barthélémy	musée, site de production	visite du lieu de production, bar, boutique	lieu de fabrication, dégustation, de grands chefs cuisiniers proposent des recettes à bas du produit	www.cointreau.fr

Zone de chalandise et bassin touristique:

Avec une bonne fréquentation le Carré Cointreau affiche des taux de pénétrations intéressants, même à 90 min.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Carré Cointreau - Saint-Barthélémy d'Anjou	20'000	389'437	361'651	751'088	2.66%

Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Carré Cointreau - Saint-Barthélémy d'Anjou	20'000	1'290'309	1'339'703	2'630'012	0.76%

Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Carré Cointreau - Saint-Barthélémy d'Anjou	20'000	2'084'423	2'541'275	4'625'698	0.43%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Carré Cointreau - Saint-Barthélémy	20'000	Visite guidée seulement sur réservation uniquement.	8.06	10.40			Rendez-Vous Découverte (durée : 2h00) : 12.74 Expérience Produit (durée : 40 minutes) : 8.06	De grands chefs proposent des recettes à base du Cointreau.	x	Bar de dégustation		268'450'000.- Chiffre d'affaire de la marque Cointreau.	X Marque du groupe Rémy Cointreau (Cointreau, Rémy Martin, Piper,etc.)

Maison de l'Absinthe – Môtiers

Benchmarks 2011

Benchmark n°11: Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque

Description:

Calvados Père Magloire propose: visite guidée du musée et des métiers anciens, film (15 min) dévoilant les secrets de l'élaboration du Calvados, découverte des chais, dégustation en boutique.

mots clés	dénomination	pays	lieu	type	services et activités, les +	intérêt	contact
Musée, site de production	Calvados Père Magloire	FR	Pont-l'Evêque	musée, site de production	visite du lieu de production, cave, boutique	lieu de fabrication, dégustation, film	www.calvados-pere-magloire.com

Zone de chalandise et bassin touristique:

Malgré un faible taux de pénétration à 90 min. les résultats sont intéressants si l'on tient compte du fort marché touristique de la région.

Site	Fréquentation	Population résidente à 30 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque	19'500	262'394	599'152	861'546	2.26%

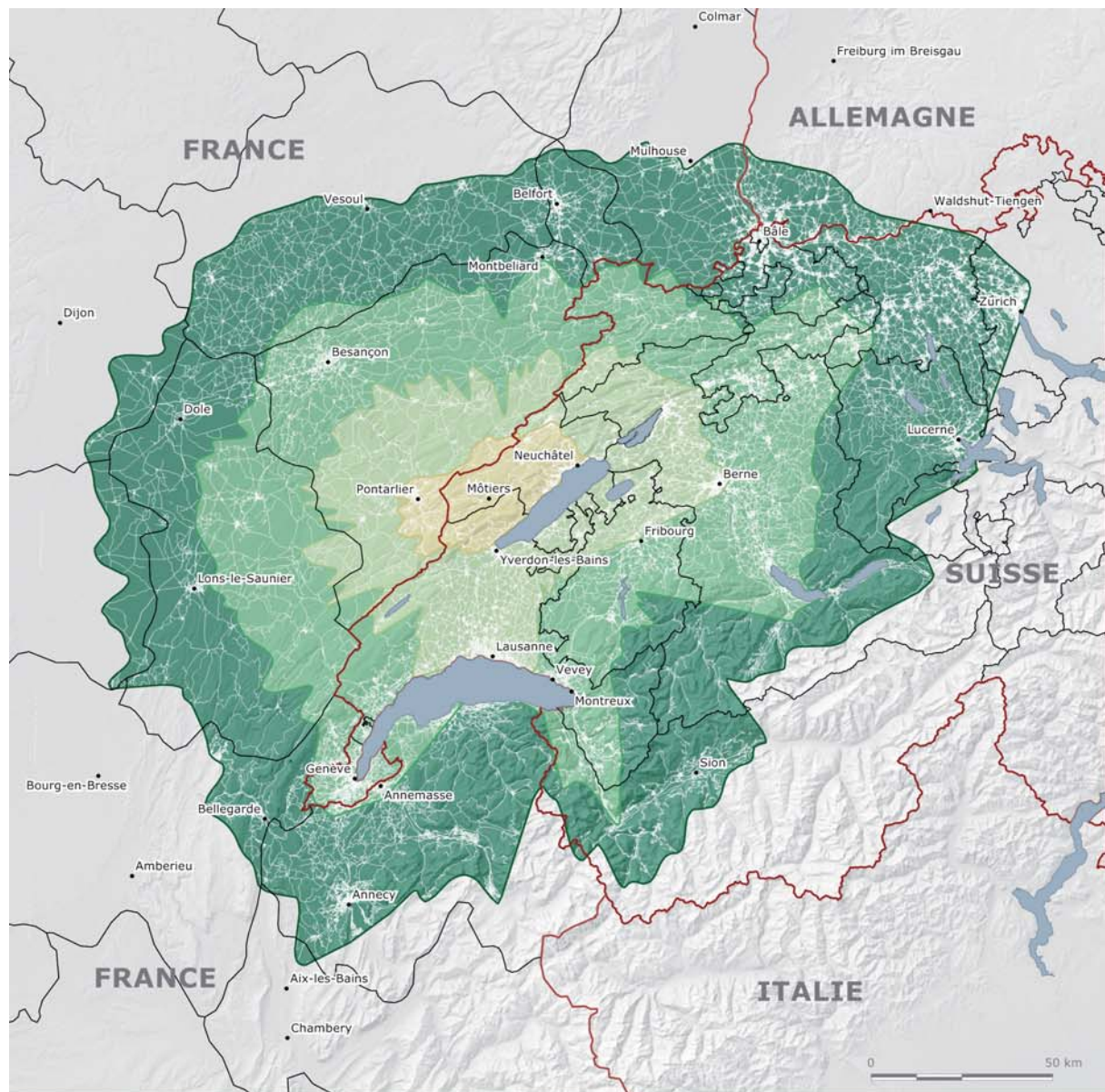
Site	Fréquentation	Population résidente à 60 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque	19'500	1'210'049	2'155'357	3'365'406	0.58%

Site	Fréquentation	Population résidente à 90 minutes	Marché touristique global de la région	Total	Taux de pénétration sur le marché régional
Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque	19'500	2'115'391	3'765'666	5'881'057	0.33%

Produits et prix:

INSTITUTION	Fréquentation	Tarifs d'entrée	Tarif adulte	Tarif moyen	Tarif entrée avec audioguide	Tarif moyen entrée avec audioguide	Tarif visite guidée	Autres activités	Tarifs librairie - boutique	Tarifs café - restaurant	Tarifs location salles	Chiffre d'affaires 2009	Rapport annuel
Calvados Père Magloire - Pont l'Evêque	19'500	Visite semi-guidée Adulte: 3.90 / Gratuit: enfants moins de 18ans	3.90	3.90			Visite de groupe (à partir de 20pers.): Visite dégustation classique: 3.25 / gourmande: 5.20 / prestige: 9.10	Projection audiovisuelle	x	Bar de dégustation		10'203'450.- Chiffre d'affaire de la société Debrise Dulac.	Marque de la société Debrise Dulac.

ANNEXE 4 : CARTE GEOGRAPHIQUE DES ISOCHRONES DE 30, 60, 90 ET 120 MINUTES AU DEPART DE MOTIERS



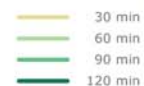
THEMATIS

Môtiers (NE)



Le tableau ci-dessous présente les données de population (nombre d'habitants total en Allemagne et par classe d'âge en Suisse et en France), les données socio-professionnelles (Suisse et France) ainsi que les données touristiques (Suisse) associées à chacune des isochrones calculées.

Isochrones de 30, 60, 90 et 120 minutes selon l'accessibilité routière depuis le centre ville de Môtiers (NE)



Isochrone	Pop TOT	Pop CH	Pop 0-14 CH	Pop 14-39 CH	Pop 40-64 CH	Pop >65 CH	Pop CSP1 CH	Pop CSP2 CH
30 min	164'309	121'465	20'897	41'498	38'020	21'050	6'868	31'489
60 min	1'187'633	1'064'329	176'718	377'843	339'588	170'180	67'547	294'256
90 min	3'399'830	2'683'294	460'015	937'289	867'469	418'521	168'854	728'724
120 min	7'051'245	4'741'994	799'416	1'672'287	1'534'178	736'113	299'783	1'316'437

Isochrone	Pop CSP3 CH	Act Prim CH	Act Sec CH	Act Ter CH	Arrivées CH	Nuitées CH	Pop FR	Pop 0-14 FR	Pop 15-39 FR
30 min	23'256	2'806	18'215	37'943	119'669	216'079	42'844	8'432	14'596
60 min	207'865	23'378	133'842	386'252	1'334'230	2'495'609	123'304	25'395	40'813
90 min	531'395	59'572	336'757	970'990	3'832'404	7'819'551	716'536	135'353	243'098
120 min	948'496	96'081	613'880	1'746'433	8'630'120	17'847'511	2'046'157	390'193	665'900

Isochrone	Pop 40-64 FR	Pop >65 FR	Act Prim FR	Act Sec FR	Act Tert FR	Pop CSP1 FR	Pop CSP2 FR	Pop CSP3 FR	Pop DE
30 min	13'425	6'391	386	7'847	11'718	3'194	9'253	7'503	0
60 min	38'247	18'849	3'033	23'309	31'518	10'273	25'959	21'633	0
90 min	230'447	107'638	8'148	88'360	223'248	67'273	165'254	87'255	0
120 min	677'477	312'587	19'412	272'863	617'920	184'459	467'292	258'466	263'094

ANNEXE 5 : HOTEL DE DISTRICT : FICHE DE CLASSEMENT DES MONUMENTS HISTORIQUES

RECENSEMENT ARCHITECTURAL DU CANTON DE NEUCHATEL

VAL-DE-TRAVERS **FICHE 026-6507-00062 (072-6512)**

<small>anc. MOTIERS</small>		
ANCIEN NUMERO D'INVENTAIRE	26.5.1.8., ZAL 5, 5a, 5b, 5c	
ADRESSE	Grand-Rue, 10	
LIEU-DIT	Hôtel judiciaire, hôtel de district	
COORDONNEES	536992 195778	
No PARC. CAD.	879	
No CANT. DU BAT.	169	
ZONE	ZAL	
ID THEMES THESAURUS		
ARCHITECTURE ADMINISTRATION / VIE PUBLIQUE, hôtel de ville/mairie/maison de commune ARCHITECTURE ADMINISTRATION / VIE PUBLIQUE, local des pompes ARCHITECTURE ADMINISTRATION / VIE PUBLIQUE, établissement		
FICHE(S) EN RAPPORT AVEC CELLE-CI		

RESUME

Construit en 1794 comme maison privée, rachetée par la commune et transformée en 1853, devenu Hôtel de district depuis 1877. Bâtiment d'allure majestueuse situé au milieu de la Grande-Rue. Façade nord-est ordonnancée symétriquement, s'élevant plus haut que la croupe de la toiture, et encadrée de chaînes d'angle en bossage avec chapiteau. Porte avec perron, moulures et corniche, cinq travées de fenêtres à l'étage et une rangée de baies géminées à arc dans le pignon qui s'affiche comme un fronton. En façade nord-ouest, cage d'escalier en saillie, revêtue d'un appareil en bossage, avec une porte à fronton s'appuyant sur consoles moulurées. Le local des pompes, anciennement annexes à fonctions rurales, s'étire vers l'ouest, accolé à l'angle nord-ouest et délimite une cour fermée d'un portail de fer forgé fixé sur deux colonnes. (AC 2006-04-05)

MESURES CANTONALES (mise sous protection et mise à l'inventaire)

MISE SOUS PROTECTION, DATE 1974-12-20 **MISE A L' INVENTAIRE, DATE**

PARTIE (S) CONCERNEE(S)

Intérieur cage d'escalier.

RECENSEMENT ARCHITECTURAL DU CANTON DE NEUCHATEL				
DATE	TYPE	RECENSEURS	VALEUR	DATE EVALUATION
1986-11-19	ZAL	N. Maillard	2 (4 annexe)	1986-11-19
2005-12-13	RURAL	D. Glauser + A. Combe		

ANNEXE 6 : HOTEL DE DISTRICT : EXTRAIT DU CADASTRE : DESCRIPTIF ET PLANS

Cadastre de Môtiers - Bien-fonds n° 879

Propriétaire(s) :
COMMUNE DE VAL-DE-TRAVERS

Descriptif (Plan folio 1, MOTIERS)

surface du bien-fonds : 2795 m2

route, chemin. Surface inférieure à 0,5 m" : m2

accès, place : 1143 m2

jardin : 765 m2

bâtiment administratif maison de commune N° de construction 169 (Grande Rue 10) : 587 m2

local du feu N° de construction 170 (Chemin des Ecoliers, Grande Rue) : 173 m2

Natures selon DDP N° 1200 : 48 m2

<http://intraprive.ne.ch/SITN/lien_terris/prop.asp?numcom=26&nummai=879>

garage N° de construction 202 (Chemin des Ecoliers, Grande Rue) : 40 m2

remise N° de construction 171 (Grande Rue) : 39 m2

Servitude(s) et charge(s) foncière(s)

4845 Ch. Ecoulements des eaux

FD : No 1200

4842 Ch. Droit de superficie sur 48 m"

FD : No 1200

4844 Ch. Surplomb d'avant-toit

FD : No 1200

4157 Ch. Ligne électrique souterraine

Au profit de : GROUPE E SA

4843 Ch. Passage à pied et pour tous véhicules

FD : No 1200

4158 Ch. Passage à pied et pour tous véhicules

FD : No 803

528 D. Conduite d'eau

FS : No 880

4233 D. Interdiction de bâtir. Acte reçu A. ROSSELET, notaire

FS : No 1213

Mention(s) et annotation(s)

Rubriques volontairement supprimées.

Gage(s) immobilier(s)

Rubrique volontairement supprimée.

Informations dépourvues de foi publique.

Pour plus d'informations, utiliser les liens ci-dessous :

Par TERRIS (Registre Foncier)

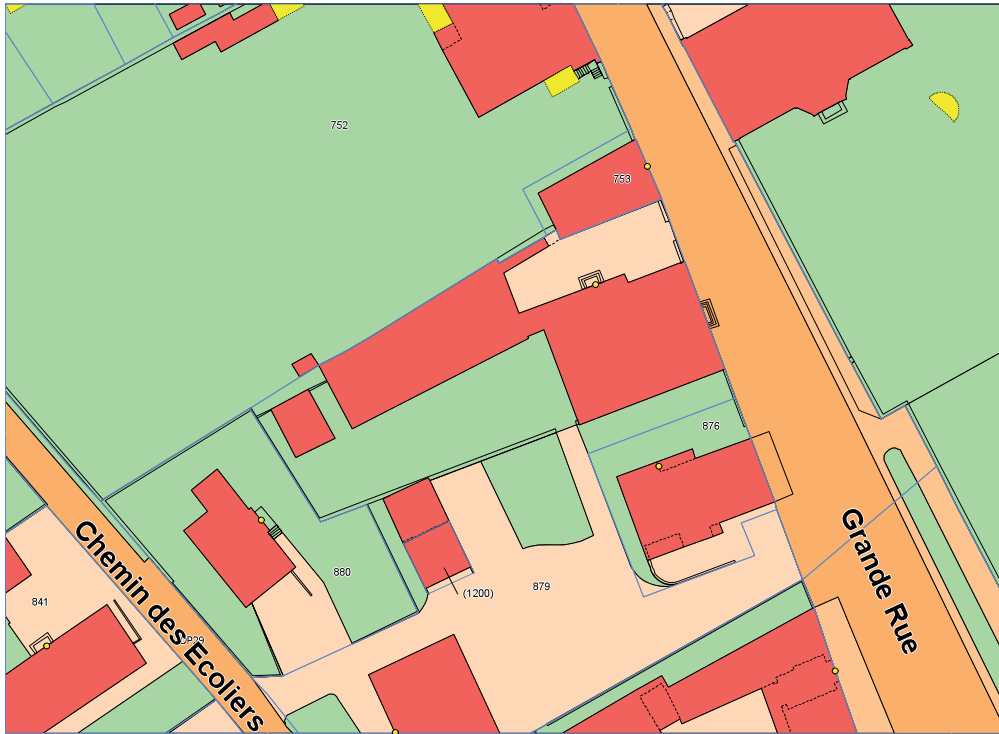
1°/ Connection à TERRIS <<http://necosmos1.ne.ch/teraspp/>>

2°/ Extrait de la parcelle 879 <[javascript:openPropTerris\(\)](javascript:openPropTerris())>

Par EC2000 (Estimation cadastrale)

1°/ Connection à EC2000 <<http://necosmos1.ne.ch/ecaspp/>>

2°/ Extrait de la parcelle 879 <[javascript:openPropEC2000\(\)](javascript:openPropEC2000())>



ANNEXE 7 : HOTEL DE DISTRICT : PLANS ET COUPES



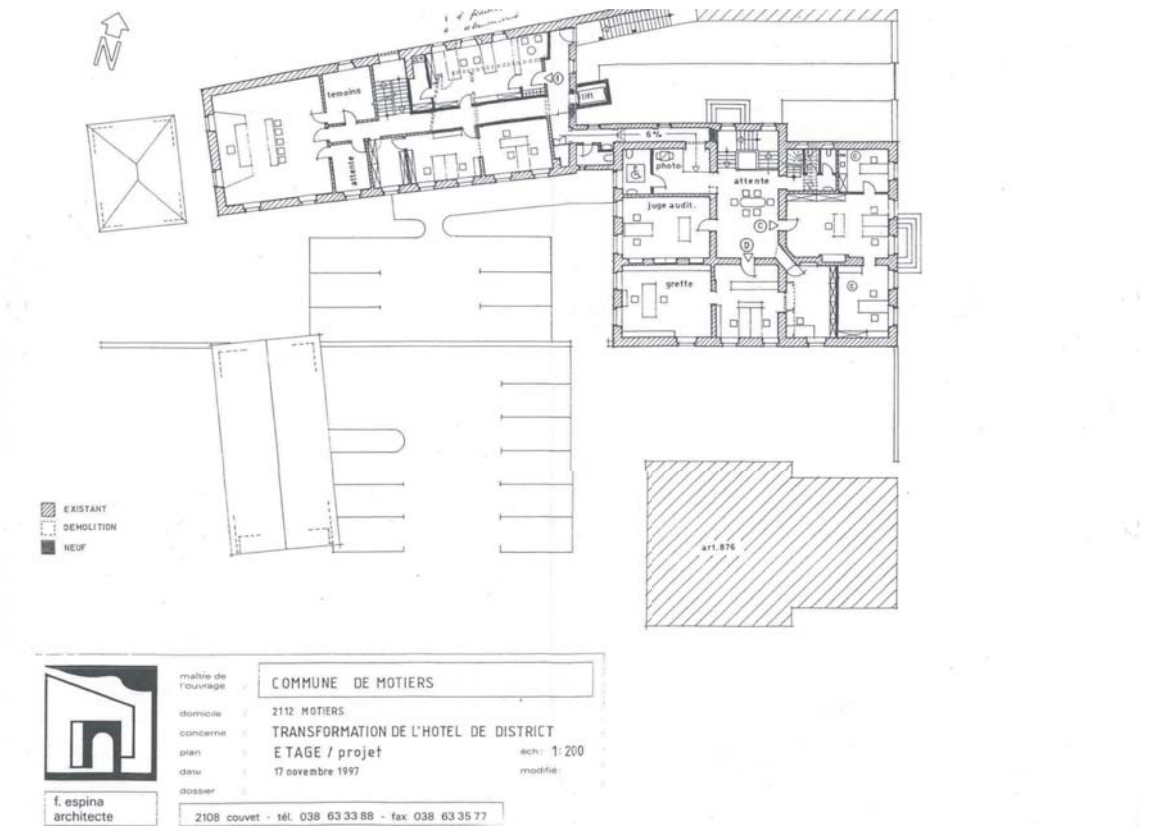
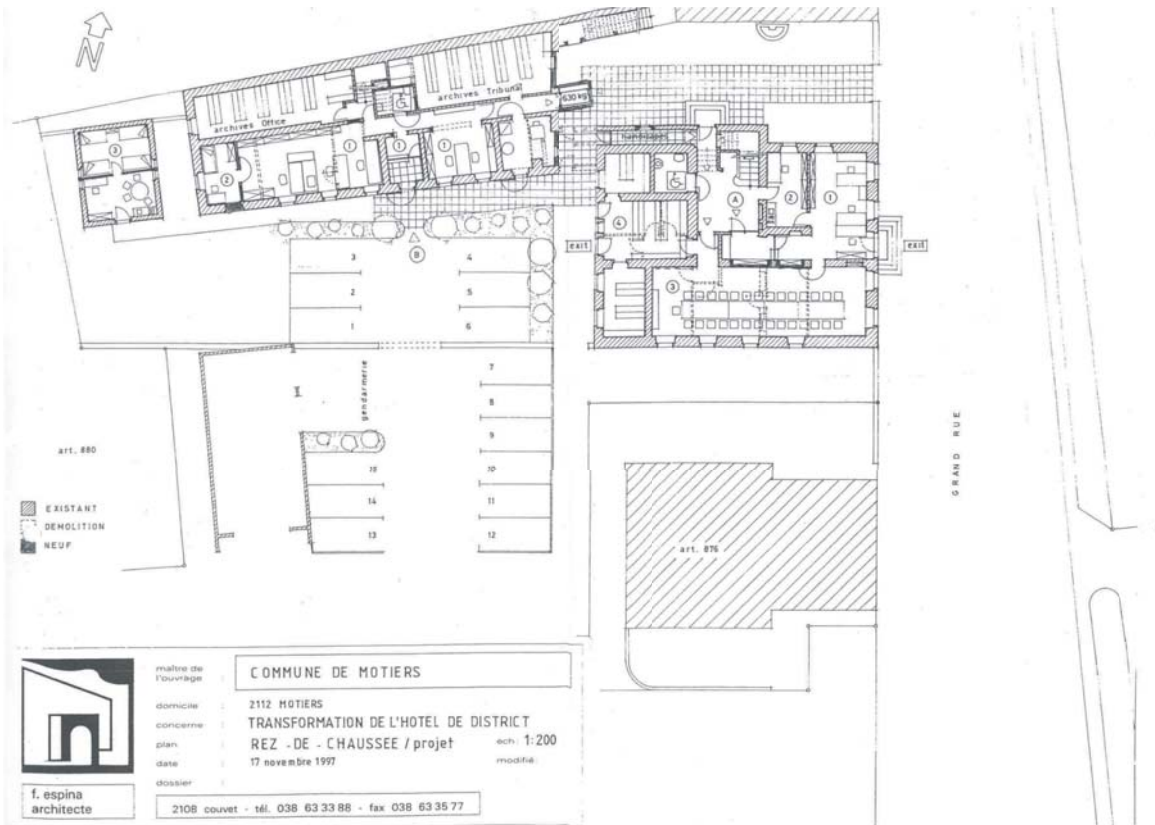
- EXISTANT
- DEMOLITION
- NEUF

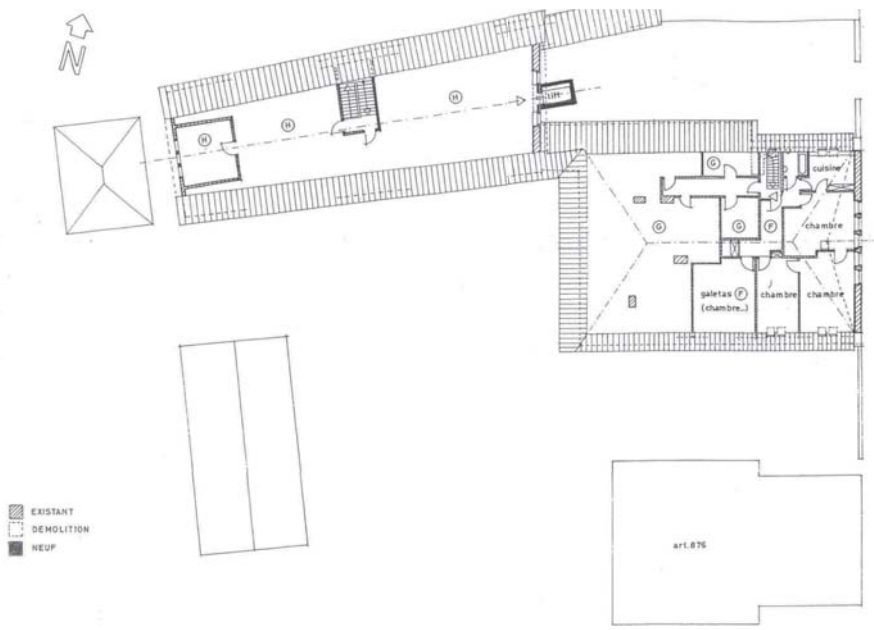


f. espina
architecte

maître de l'ouvrage	COMMUNE DE MOTIERS		
domicile	2112 MOTIERS		
concerne	TRANSFORMATION DE L'HOTEL DE DISTRICT		
plan	COUPE & FAÇADE SUD / projet	éch.	1-200
date	17 NOVEMBRE 1997	modifié	
dossier	2108 couvet - tél. 038 63 33 88 - fax 038 63 35 77		

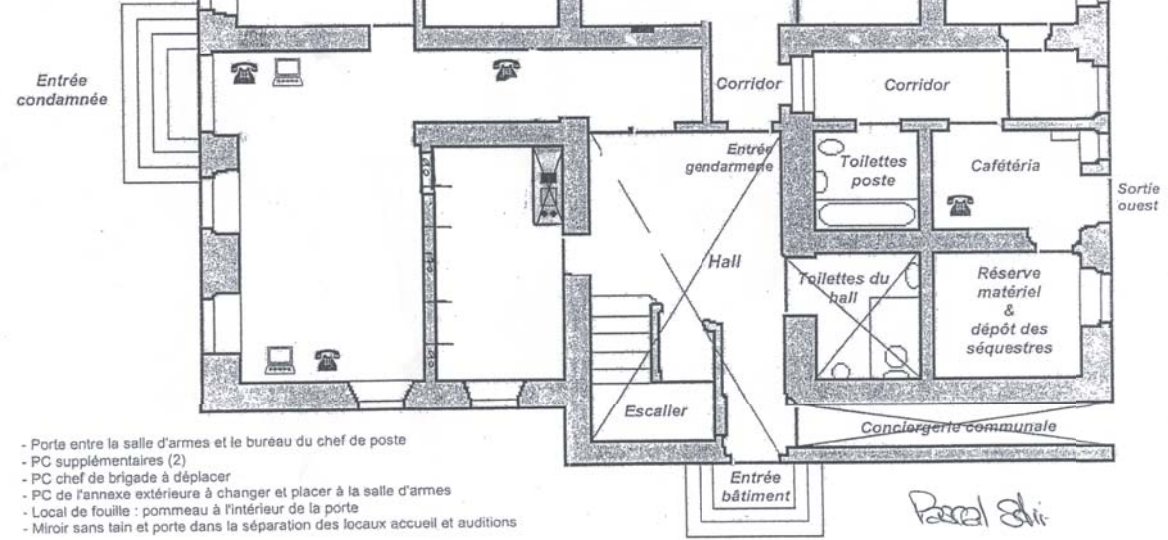






maître de l'ouvrage : **COMMUNE DE MOTIERS**
 domicile : 2112 MOTIERS
 concerne : TRANSFORMATION DE L'HOTEL DE DISTRICT
 plan : COMBLES / projet éch. 1:200
 date : 17 novembre 1997 modifié
 dossier :
 2106 couvert - tél. 038 63 33 88 - fax 038 63 35 77

**Hôtel de district
Môtiers**
 Transformations
gendarmerie
 Affectation des locaux
 Plan définitif
 24.04.2001 / kge / stp



- Porte entre la salle d'armes et le bureau du chef de poste
- PC supplémentaires (2)
- PC chef de brigade à déplacer
- PC de l'annexe extérieure à changer et placer à la salle d'armes
- Local de fouille : pommeau à l'intérieur de la porte
- Miroir sans tain et porte dans la séparation des locaux accueil et auditions

Parcel 8/11

ANNEXE 8 : VISITE DE L'HOTEL DE DISTRICT : PLANCHE PHOTOGRAPHIQUE



Môtiers: la Grand Rue et l'Hôtel des Six-Communes



L'Hôtel de District, vu de la Grand Rue



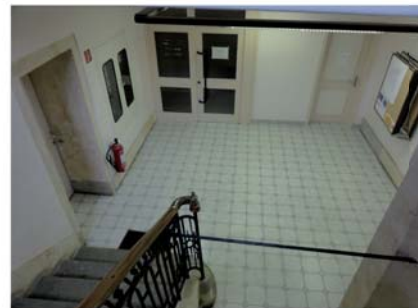
L'Hôtel de District, architecture XVIIIème



L'entrée latérale



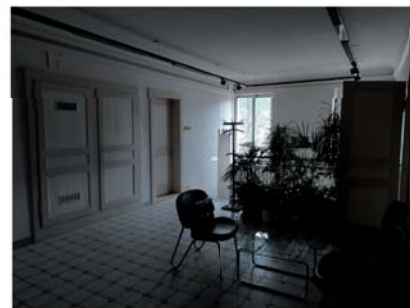
Rez-de-chaussée: vue



Entrée et cage d'escaliers



La cage d'escaliers: élément classé



Premier étage: vue



Premier étage: vue



Combles



L'ancien tribunal et le jardin



Ancien tribunal: vue intérieure (rez)



Ancien tribunal: vue intérieure (combles)



L'annexe



Jardin et parking

