

Date de dépôt: 18 avril 2007

**Rapport du Conseil d'Etat
au Grand Conseil sur la motion de M^{me} et MM. Jean-Marc Odier,
Thomas Büchi, Hervé Dessimoz, Daniel Ducommun, John
Dupraz, Pierre Froidevaux, Jean-Louis Mory, Walter Spinucci,
Marie-Françoise de Tassigny et Pierre-Pascal Visseur en faveur
d'une promotion touristique de Genève encore plus efficace**

Mesdames et
Messieurs les députés,

En date du 26 octobre 2000, le Grand Conseil a renvoyé au Conseil d'Etat une motion dont la teneur est la suivante :

*Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève
considérant :*

- plusieurs récents articles de presse confirmant les lacunes de la promotion touristique suisse en général ;*
- le fait que Genève n'était pas meilleure que le reste de la Suisse ;*
- l'importance du tourisme à Genève ;*
- les lacunes importantes sur le plan de l'information au sujet de Genève dans les lieux fréquentés par les touristes ;*
- la nécessité que les touristes perdus ou intéressés puissent obtenir facilement, dans les rues de Genève, des informations utiles et intéressantes sur notre canton ;*
- la nécessité de faire bénéficier Genève d'une promotion touristique digne de sa réputation internationale ;*

– *la diversité des origines de nos touristes, mais aussi la multitude des langues parlées à Genève ;*

invite le Conseil d'Etat :

- à améliorer encore la promotion touristique de Genève, en insistant particulièrement sur les points suivants :
 - *fiabilité et mise à jour des informations relatives à Genève ;*
 - *mise à disposition de ces informations aux points stratégiques à Genève ;*
 - *utilisation efficace des nouvelles technologies de l'information ;*
 - *collaboration active avec la Confédération et les autres cantons ;*
- à sensibiliser la population genevoise sur l'importance d'un accueil chaleureux des touristes et des nouveaux arrivants ;
- à définir une politique du tourisme axée sur un accueil aussi large que possible ;
- à présenter au Grand Conseil un projet afin de promouvoir Genève en tenant compte notamment des axes énoncés ci-dessus et à proposer, le cas échéant, les modifications législatives indispensables ainsi qu'un projet de crédit.

RÉPONSE DU CONSEIL D'ETAT

1. Préambule

La présente motion avait pour but d'attirer l'attention des pouvoirs publics sur un certain nombre de lacunes existant à l'époque dans l'organisation de la promotion touristique de Genève.

Vu l'importance capitale de ce secteur d'activité pour l'économie du canton, les motionnaires demandaient au Conseil d'Etat de prendre des mesures dans des domaines tels que :

- l'*information* (offrir des informations concrètes, pertinentes et accessibles, dans plusieurs langues et disponibles dans les lieux fréquentés par les touristes) ;
- la *qualité de l'accueil*, chez les professionnels concernés, mais aussi – et surtout – de la part des habitants de ce canton, qu'il convenait de « sensibiliser (...) sur l'importance d'un accueil chaleureux des touristes et des nouveaux arrivants » ;
- l'*offre touristique* (pour ne pas se concentrer uniquement sur le tourisme d'affaires, mais offrir également des prestations en matière de tourisme culturel ou sportif, par exemple) .

2. La situation actuelle

Le tourisme revêt une importance capitale pour Genève et son économie. Ses retombées, directes ou indirectes, s'élèvent à environ 2,5 milliards par année. La restauration, l'hébergement et le commerce de détail en sont les principaux bénéficiaires.

En 2006, Genève a enregistré plus de 2,6 millions de nuitées hôtelières ; le nombre de visiteurs d'un jour se montait, lui, à environ 13 millions par année. Sur la base de ces données, on constate que la progression genevoise est de 10,4 % par rapport à 2005 (contre + 5,5 % au plan national). Genève confirme ainsi sa place de première ville touristique de Suisse.

L'évolution de l'offre touristique en matière d'accessibilité, d'infrastructures ou d'événements marquants explique une partie de cette progression. Quant au pays d'origines des visiteurs, les plus fortes augmentations concernent principalement les touristes venus d'autres parties de la Suisse, des pays voisins, d'Amérique du Nord et des pays du Golfe. Parmi les pays émergents, on citera en particulier la Russie et l'Inde.

Aujourd'hui, l'image de Genève est cependant parfois encore celle d'une ville chère et un peu austère. Genève offre certes des prestations élevées, ainsi qu'une organisation adéquate pour le tourisme d'affaires et de congrès, mais l'offre doit encore être diversifiée. En effet, si la promotion de ce segment est évidemment essentielle, un accent doit toutefois aussi être porté sur le tourisme culturel, l'écotourisme et le tourisme «low cost». L'image magnifique mais quelque peu désuète de la rade et du jet d'eau doit absolument être complétée, grâce aux autres atouts de notre cité!

Le défi à relever est de taille, mais il est à la mesure des enjeux et de l'importance de ce secteur d'activité pour le canton.

3. De l'Office du tourisme de Genève à « Genève Tourisme et Bureau des Congrès »

Plus de 120 ans après sa création, l'Office du tourisme s'est offert un nouveau nom lors de sa 122^e assemblée générale. Depuis le 27 juin 2006, l'ancien Office du tourisme de Genève est en effet devenu «Genève Tourisme et Bureau des Congrès» ; un changement qui n'est pas que sémantique, mais qui témoigne au contraire de la stratégie dans laquelle il entend désormais inscrire son activité.

3.1 Les missions de Genève Tourisme

La politique du tourisme à Genève est actuellement définie dans la loi éponyme, qui en définit les buts et les organes chargés de sa mise en vigueur. C'est ainsi à Genève Tourisme qu'il échoit de¹ :

- a) proposer à la Fondation pour le tourisme le concept touristique de Genève, de l'appliquer et de l'actualiser si nécessaire ;
- b) d'assurer l'accueil, l'information et l'assistance touristiques ;
- c) d'assurer l'organisation d'animations d'intérêt touristique ;
- d) d'encourager et coordonner toutes les actions de développement et de promotion du tourisme, qu'elles émanent d'entités publiques ou privées ;
- e) de mettre en œuvre une politique active de promotion touristique de Genève, en Suisse et à l'étranger ;
- f) de veiller au développement coordonné des activités et de la promotion touristique à l'échelle régionale, nationale et internationale ;

¹ Loi sur le tourisme (I 1 60) : art. 7, al. 2

g) de donner son préavis à la Fondation sur l'octroi d'une aide financière à des projets privés ou publics en faveur du développement du tourisme.

Concrètement, Genève Tourisme doit donc être à la fois un partenaire et un coordinateur entre tous les milieux concernés du tourisme.

3.2 Les prestations de Genève Tourisme

Genève Tourisme fournit toutes informations utiles aux visiteurs du canton actuels ou futurs. Son activité se concentre en particulier dans le domaines suivantes :

- hébergement ;
- découvertes touristiques ;
- événements culturels ;
- événements locaux et régionaux ;
- gastronomie ;
- congrès.

Pour ce dernier secteur, il convient d'attirer l'attention sur le « Geneva Convention Bureau » ou le Bureau des Congrès., dont les ressources ont été très nettement augmentées en ce début d'année afin qu'il devienne la porte d'entrée pour tout organisateur de congrès à Genève. Véritable plateforme d'informations, d'échanges de prospection et de support pour toute personne et/ou organisation désireuse d'organiser une manifestation à Genève – qu'il s'agisse de groupes jusqu'à 300 personnes ou de congrès de plus de 300 personnes – il représente un rouage capital de l'accueil touristique à Genève.

L'une de ses tâches prioritaires consiste en l'acquisition de nouvelles manifestations. A cet effet, il envoie chaque année 60 à 80 dossiers de candidature pour des manifestations comprenant 500 à 12 000 participants, en expliquant les conditions offertes par ces partenaires très performants que sont Geneva Palexpo et le Centre international de conférences de Genève.

Sur le plan logistique, le Geneva Convention Bureau propose en outre ses compétences pour :

- réserver des espaces conférences, des contingents de chambres d'hôtels ;
- soumettre des offres de conférences et/ou d'incentive ;
- organiser des voyages d'inspection ;
- rechercher des lieux spéciaux ou insolites pour des événements particuliers (soirées à thème, lancement de produit, conférence, etc.) ;

- mentionner – gratuitement ! – l'événement dans son calendrier des expositions et congrès, ainsi que sur le site Internet de Genève Tourisme ;
- réaliser des présentations sur CD-Rom ;
- fournir gratuitement de la documentation aux participants à ces événements, etc.

3.3 Le contrat de prestations de Genève Tourisme

L'adoption par les citoyens genevois, le 26 mai 2006 (à plus de 85% des voix) de la nouvelle loi sur le tourisme a eu un certain nombre de conséquences concrètes pour Genève Tourisme.

La mise en œuvre d'un contrat de prestations² est l'une d'entre elles. Conclu entre la Fondation pour le tourisme et Genève Tourisme, ce document posera en quelque sorte les fondations sur lesquelles sera élaborée toute la politique du tourisme à Genève. Il devra en particulier :

- définir les buts de Genève Tourisme;
- définir le rôle des entités en charge du tourisme;
- définir les objectifs stratégiques de Genève Tourisme (et donc la politique à mener pour atteindre ces objectifs).

Ce contrat de prestations, qui devrait en principe être conclu d'ici fin 2007, sera joint au projet de loi de financement de la Fondation pour le tourisme qui sera ensuite soumis au Grand Conseil, vraisemblablement au début de l'année 2008. Rappelons que 95% des moyens financiers de Genève Tourisme est fourni grâce à la perception, par la Fondation pour le tourisme, des taxes de séjour et taxes de promotion du tourisme.

4. Un enjeu politique majeur

Ce secteur d'activités possède une importance capitale pour l'économie de ce canton. Conscient de ce fait, le département de l'économie et de la santé (DES) a consacré l'un de ses objectifs pour la législature 2005-2009 à la « réforme » de la politique touristique. Le but fixé est de mettre sur pied, en collaboration étroite avec la Fondation pour le tourisme et Genève Tourisme et Bureau des Congrès, une politique cantonale de tourisme dynamique et innovante.

Cette démarche consiste à renforcer et à diversifier l'offre touristique de Genève, en prenant notamment en considération la composante du

² Loi sur le tourisme (art. 4, al 1).

développement durable. Les démarches en faveur du tourisme d'affaires sont intensifiées, mais le tourisme culturel et de villégiature doit également être développé, ce à travers un programme homogène contenant l'ensemble des prestations offertes dans ce cadre.

Pour atteindre cet objectif, l'accent sera mis sur trois axes spécifiques :

- mettre en valeur la marque «Genève» ;
- définir et réaliser un programme d'accueil pour le tourisme de villégiature ;
- déterminer les conditions d'octroi des soutiens financiers pour les manifestations existantes comme pour les nouvelles.

4.1 Cibler les demandes et déterminer un concept touristique

Si, dans notre canton, le tourisme d'affaires englobe 80% des visiteurs, il ne faut pas pour autant négliger les autres catégories de touristes, que leur demande soit d'ordre culturel, sportif, historique, gastronomique ou autre.

Pour ce faire, il conviendrait de procéder à une étude de notoriété, pour mieux cibler les attentes des visiteurs, déterminer un concept touristique et attribuer les fonds là où ils sont nécessaires.

Pour une politique touristique efficace, il faut en effet d'abord et avant tout déterminer un concept en la matière. Mais il faut également être conscient qu'un concept possède une durée de vie limitée dans le temps, d'où la nécessité de constamment s'adapter à la demande et de proposer de nouvelles formules pour attirer les visiteurs.

Cela pourrait par exemple consister à tirer profit des événements, jubilés ou commémorations qui ont lieu dans la région, afin d'organiser autour d'eux des manifestations susceptibles d'attirer de nouveaux touristes ou de faire revenir des visiteurs réguliers. Tel pourrait par exemple être le cas pour la célébration des 500 ans de la naissance de Calvin (en 2009), sans omettre les festivals, les expositions importantes, etc.

5. Les prochaines échéances

Comme l'indique ce rapport dans son préambule, l'importance du tourisme pour notre canton n'est plus à démontrer. Si Genève possède de solides atouts en la matière (présence des organisations internationales, cadre de vie exceptionnel, renommée internationale, infrastructures de congrès très compétitives et innovantes telles que Geneva Palexpo), elle ne doit cependant pas se reposer sur ses lauriers. La concurrence internationale s'intensifie, la

décision de Telecom d'organiser son édition 2006 à Hong Kong, par exemple, l'a clairement démontré.

Il ne s'agit pas ici de renier l'excellent travail effectué par le passé. Il s'agit bien plutôt d'en renforcer les acquis, tout en réfléchissant à de nouvelles options et des stratégies innovantes.

Voilà pourquoi, sous l'égide du chef du DES, un groupe de travail conjoint entre la Fondation pour le tourisme et Genève Tourisme et Bureau des Congrès planche actuellement sur la définition d'un concept touristique pour Genève. Attendu pour fin octobre 2007, il devrait définir 5 à 6 principes, lesquels constitueront à leur tour la base du contrat de prestations de Genève Tourisme.

Parallèlement, il va être procédé à une évaluation de l'organisation et des activités de Genève Tourisme, une étude dont les résultats sont attendus pour octobre 2007 également.

Sur la base de ces réflexions, Genève pourra ensuite développer une stratégie touristique encore plus performante, avec des outils qui le seront tout autant.

Au bénéfice de ces explications, le Conseil d'Etat vous invite, Mesdames et Messieurs les députés, à prendre acte du présent rapport.

AU NOM DU CONSEIL D'ETAT

Le chancelier :
Robert Hensler

Le président :
Charles Beer