

Date de dépôt : 28 juillet 2016

Rapport du Conseil d'Etat au Grand Conseil concernant le rapport de gestion de l'exercice 2015 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès

Mesdames et
Messieurs les députés,

Conformément aux articles 3, alinéa 4, de la loi sur le tourisme, du 24 juin 1993 (L_{Tour}; I 1 60) et 4 du règlement d'application de la loi sur le tourisme (R_{Tour}, I 1 60.01), notre Conseil vous transmet pour information le rapport de gestion de l'exercice 2015 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

Il s'agit du quatrième rapport de gestion émis par la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

Notre Conseil souhaite souligner ce qui suit :

Le conseil de fondation est constitué de 11 membres nommés par le Conseil d'Etat sur proposition des milieux concernés par le tourisme. Il s'est réuni à 10 reprises en 2015.

Au niveau des produits, le revenu lié à la taxe de séjours, nets des frais de perception du département des finances, est de 15 343 701 F pour l'année 2015, montant légèrement inférieur à celui de 2014, soit 15 970 524 F, et au budget fixé à 15 446 047 F.

Le total des produits réalisés s'élève à 21 435 893 F.

Au niveau des charges, l'attribution pour la Geneva Transport Card en 2015 s'élève à 3 135 336 F. Les frais d'administration et de fonctionnement pour l'année 2015 s'élèvent à 6 698 553 F. Ils sont légèrement inférieurs au montant budgété de 6 816 582 F.

Afin d'être en conformité avec le règlement d'application de la loi sur le tourisme, la « réserve pour manifestations à caractère international » a été reconstituée à 500 000 F par transfert de 200 800 F au capital libre.

A noter que les Fêtes de Genève ont enregistré un bénéfice de 776 F.

La Fondation Genève Tourisme & Congrès clôture l'année 2015 sur un bénéfice de 1 383 F.

Au niveau opérationnel, l'année 2015 a été marquée par les éléments suivants :

- Le Bureau des congrès a adopté une organisation par cluster en se spécialisant par domaine. L'année 2015 a été excellente et les retombées économiques des congrès signés en 2015 ont dépassé les 80 millions de francs.
- Une focalisation sur les ventes a été réalisée au département Tourist Services. L'offre de produits touristiques a été renouvelée et une politique de merchandising a été mise en place. Ainsi, l'arcade du Tourist Information Centre a accueilli en 2015 près de 280 000 visiteurs, soit une croissance de 12%.
- L'édition 2015 des Fêtes de Genève aura été la dernière sous son format historique. Un important travail de réflexion et de préparation sur le renouveau des Fêtes de Genève a été effectué en 2015.
- Un travail important a été mené pour doter la destination « Genève » d'une nouvelle marque, en remplacement de « Genève un monde en soi ». Toutes les équipes de Genève Tourisme & Congrès ont participé activement à ce projet et la nouvelle marque « Genevalive » a été lancée en janvier 2016.
- En septembre 2015, Genève a été élue pour la seconde fois « meilleure destination européenne pour les courts séjours de loisirs » lors des « Travel Awards ».

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'ÉTAT

La chancelière :
Anja WYDEN GUELPA

Le président :
François LONGCHAMP

Annexe :

Rapport d'activité 2015 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès

RAPPORT D'ACTIVITE 2015**FONDATION GENEVE TOURISME & CONGRES (FGT&C)**

1.	Conseil de Fondation	page 2
2.	Organe de révision	page 2
3.	Gestion de la Fondation	page 2
4.	Aspects financiers	pages 3-4
5.	Synthèse opérationnelle de l'année	pages 5-6

1. Membres du Conseil de Fondation

Onze membres nommés par le Conseil d'Etat sur propositions des milieux concernés par le tourisme :

- 1 représentant du Canton : **M. Alexandre Epalle**
- 1 représentante de la Ville de Genève : **Mme Elvita Alvarez**
- 1 représentant des Communes : **M. Philippe Schwarm** (trésorier)
- 3 représentants des hôteliers : **M. Paul Muller** (président du Conseil de Fondation)
M. Thierry Lavalley
M. Marc-Antoine Nissille
- 2 représentants des commerçants : **M. Pierre Brunschwig**
M. Yves Menoud (vice-président)
- 1 représentant des cafetiers-restaurateurs : **M. Daniel Carugati**
- 1 représentante du secteur financier : **Mme Chantal Bourquin**
- 1 représentant de Palexpo : **M. Claude Membrez**

2. Organe de révision

La fiduciaire BfB Société Fiduciaire Bourquin frères et Béran SA a été nommée en qualité d'organe de révision pour l'exercice 2015.

3. Gestion de la Fondation

Le Conseil de Fondation s'est réuni à 10 reprises en 2015 :

- le 22 janvier
- le 18 mars
- le 16 avril
- le 11 mai
- le 9 juin
- le 2 juillet (séance stratégique)
- le 15 septembre
- le 3 novembre
- le 13 novembre
- le 24 novembre

Suivi de la gestion :

Le Conseil de Fondation du 16 avril 2015 a approuvé le rapport d'activité 2014, ainsi que les comptes 2014 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

Le Conseil de Fondation du 13 novembre 2015 a approuvé le budget 2016 de la Fondation, sans les Fêtes de Genève.

4. Aspects financiers

a) Au niveau des produits

Globalement, les produits de la taxe, nets des frais de perception, se sont élevés pour l'année 2015 à CHF 15'343'701.- (2014 : CHF 15'970'524.-), très légèrement en dessous du budget fixé à CHF 15'446'047.-.

L'Administration fiscale cantonale a procédé à des versements mensuels de CHF 900'000.-, complétés d'un montant supplémentaire aux mois de juin 2015 et janvier 2016, moyennant une commission de perception de 3,5%.

Le total des produits réalisés s'élève à CHF 21'435'893.-.

b) Au niveau des charges, des dépenses et affectations

L'attribution pour la Geneva Transport Card s'élève à CHF 3'135'336.-, alors que le budget prévoyait un montant de CHF 3'195'614. La différence correspond aux nuitées budgétées non-réalisées en 2015.

L'attribution 2015 se base sur les informations disponibles de l'OCSTAT au 31 décembre 2015 indiquant une augmentation des nuitées de 0,5%. L'augmentation est appliquée aux nuitées définitives 2014 (2'957'459) annoncées par le Service de la perception de l'AFC, ce qui donne un nombre de nuitées estimées pour 2015 de 2'975'203. Le prix considéré étant de CHF 1,10 par nuitée (selon la convention 2015/2016/2017/2018 avec UNIRESO/TPG). La charge pour 2015 s'élève donc à CHF 3'135'336.- en prenant en compte l'ajustement des nuitées définitives 2014, non connues au moment du bouclage précédent.

Les participations ponctuelles promises durant l'année 2015 et comptabilisées sur l'exercice, se sont élevées à CHF 184'000.- (2014 : CHF 285'000.-) alors que le budget prévoyait un montant de CHF 280'000.-.

Les frais d'administration et de fonctionnement se sont élevés pour l'année 2015 à CHF 6'698'553.-, soit une diminution de près de 2,55% par rapport au budget 2015 alloué de CHF 6'816'582.-.

Les intérêts relatifs au prêt de l'Etat de Genève pour 2015 s'élèvent à CHF 469'683.-. Le taux actuel est fixé à 2,125%.

Afin d'être en conformité avec le Règlement d'application de la loi sur le tourisme, la « réserve pour manifestations à caractère international » a été reconstituée à CHF 500'000.-, par transfert de CHF 200'800.- au capital libre (montant attribué en 2015). Pour rappel, le Règlement d'organisation de la FGT&C prévoit une réserve d'un montant minimum de CHF 300'000.- et d'au maximum CHF 500'000.-.

Les Fêtes de Genève 2015 ont enregistré un bénéfice de CHF 776.- (total des produits à CHF 5'488'544.- et des charges à CHF 5'487'768.-). A noter également les prestations de la Ville de Genève réalisées dans le cadre des Fêtes de Genève et non facturées, qui ont été valorisées en charges et en produits, ce qui conduit à une augmentation du budget global n'ayant aucune incidence sur le résultat.

Pour 2015, une attribution à la « réserve pour compensation du remboursement du prêt » de CHF 1'217'822.- a été effectuée conformément au budget (2014 : CHF 1'192'137.-). L'annuité fixe (remboursement de la dette et intérêts débiteurs) payée à l'Administration s'élève à CHF 1'700'000.-. A noter que l'augmentation de la réserve pour compensation du remboursement du prêt ne constitue pas une valeur absolue de fortune, celle-ci étant tributaire de la valeur intrinsèque de la participation de la FGT&C au capital-actions de Palexpo SA.

Finalement, un montant bénéficiaire de CHF 1'383.- a été attribué sur les fonds libres en 2015 (2014 : montant prélevé de CHF 12'319.-), en complète conformité avec le budget 2015 (CHF 1'895.-).

c) Au niveau du bilan

Le total du bilan s'élève à CHF 35'318'834.- au 31 décembre 2015 (31 décembre 2014 : CHF 35'837'865.-) et confirme ainsi la stabilité de la Fondation.

L'actif est composé : pour 67,49% (2014 = 66,86%) de la participation au capital-actions de Palexpo SA ; de 17,67% (2014 = 26,71%) des comptes de liquidités répartis auprès de la BCGe, UBS et Crédit Suisse ; le solde, soit 14,84% (2014 = 6,43%), concerne des créances à court terme.

Le passif est constitué : pour 59,91% (2014 = 62,70%) du prêt de l'Etat de Genève (tranches court et long terme) ; pour 4,99% (2014 = 5,59%) de créanciers et charges à payer (hors prêt de l'Etat de Genève, tranche court terme) ; de 35,10% (2014 = 31,71%) des fonds propres de la Fondation au 31 décembre 2015.

Le prêt de l'Etat de Genève s'élève au 31 décembre 2015 à CHF 21'062'072.- (2014 = CHF 22'379'894.-), soit CHF 19'919'261.- pour le prêt à long terme et CHF 1'242'811.- remboursables au 30 juin 2016.

Les fonds propres ont globalement augmenté de CHF 1'009'205.- au 31 décembre 2015. La réserve pour compensation du remboursement du prêt a été dotée de CHF 1'217'822.- correspondant au montant effectif du remboursement réalisé en 2015, alors que dans le même temps, la réserve pour manifestations à caractère international est restée stable. Le total des fonds propres s'élève au 31 décembre 2015 à CHF 12'392'564.-, contre CHF CHF 11'383'359.- une année plus tôt.

5. Synthèse opérationnelle de l'année 2015

En 2015, les équipes de Genève Tourisme ont gardé comme objectif de suivre en les anticipant les évolutions rapides de marché. Le constat est que les résultats obtenus en 2015 sont excellents, ils confortent les stratégies opérationnelles et de fonctionnement de la Fondation :

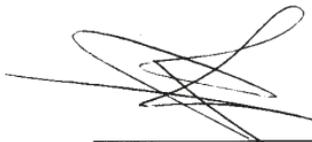
- Le département Marketing est maintenant doté d'une équipe complète de collaborateurs spécialisés, mettant en place des opérations de promotion intégrant toujours plus une relation directe B2C auprès de consommateurs finaux.
- Le Bureau des congrès a adopté une organisation par « clusters » (vs marchés). Dès lors, ses collaborateurs deviennent des spécialistes hautement efficaces dans leurs domaines de compétence en matière de congrès associatifs (Finance, Médical, CERN, Commodities, Biotech, Cleantech, Chimie...). Le département a intégré une force de vente supplémentaire dans le domaine des ventes « Corporate ». Il a en outre réalisé une excellente année, puisque les retombées économiques des congrès signés par le Bureau des congrès en 2015 ont dépassé les 80 millions de francs.
- Focalisation sur les ventes au département Tourist Services. L'offre renouvelée de produits touristiques (tours guidés et thématiques, tours privés, Geneva Amazing Experiences sur le thème de l'horlogerie, Geneva Pass enrichi de nouvelles prestations) a remporté un beau succès et confirme que les produits développés correspondent aux besoins évolutifs de visiteurs. En outre, une politique de Merchandising a été mise en place, laquelle a rapidement engrangé un chiffre d'affaires intéressant. L'arcade du Tourist Information Centre (TIC) a accueilli en 2015 près de 280'000 visiteurs, soit une croissance de 12%.
- Important travail de réflexion et de préparation sur le renouveau des Fêtes de Genève. Emmanuel Mongon, expert en parcs de loisirs et patrimoine historique, a été mandaté par la FGT&C pour travailler sur un nouveau concept de Fêtes de Genève. Au mois de mars 2015, il a présenté le fruit de sa réflexion au CF, ensuite aux autorités de la Ville de Genève. Après des mois de travail préparatoire, de séances, de longues négociations avec les autorités municipales, ce n'est que mi-novembre que le nouveau concept – respectant les principes directeurs édictés par le Conseil administratif – a finalement été approuvé.
- L'édition 2015 des Fêtes de Genève aura été la dernière sous son format historique de ces 15 dernières années. Le succès était au rendez-vous, favorisé par une belle météo. A noter que le résultat des comptes de cette édition est très légèrement bénéficiaire.
- Au premier trimestre de l'année 2015, lancement d'un appel d'offres pour doter la destination d'une nouvelle marque, en remplacement de « Genève un monde en soi ». Après une sélection rigoureuse ayant duré plusieurs mois, le CF avait approuvé début juillet, lors de la séance stratégique annuelle, le nouveau « Branding » de la destination Genève. La réalisation de cet important projet a mobilisé toutes les équipes de Genève Tourisme tout au long du second semestre et a abouti au lancement de la nouvelle marque « GenevaLive », en janvier 2016. Opération très réussie avec en parallèle un nouvel URL et un site Internet entièrement revu et doté de nombreuses fonctionnalités supplémentaires (langues, moteur de réservation, packages intégrés...).
- En septembre 2015, Genève a été élue pour la seconde fois « meilleure destination européenne pour les courts séjours de loisirs » lors des « Travel Awards » (ce sont les Oscars du tourisme). Ce deuxième Award récompense les efforts faits ces dernières années par Genève Tourisme pour valoriser les atouts uniques de Genève en matière de tourisme de loisirs. Ce prix décerné à notre destination a, à nouveau, été repris massivement dans les médias avec plus de 12 millions de mentions de Genève, contribuant à l'amplification de la notoriété de la destination sur les critères du tourisme de loisirs.

- La 2e édition de « Jet Off to Geneva », événement destiné au marché anglais, a été organisée pendant deux jours à Londres, au cœur de la City, en mai 2015. L'opération a rassemblé plus de 20 partenaires (anglais et suisses) et a généré d'excellentes retombées : plus de 30'000 participants aux concours et des dizaines de prix offerts (séjours à Genève pendant les mois d'été, chambres d'hôtels, billets d'avion, montres...). Les résultats dans les médias et les réseaux sociaux sont particulièrement intéressants : 10'000 mentions dans des médias internationaux, plus de 80'000 vues sur Youtube pour la vidéo de la campagne. Le package « Jet Off to Geneva » dédié à l'événement a généré des nuitées supplémentaires, ce qui est très intéressant en période estivale.
- « Blog your Geneva » est un événement organisé pour une douzaine de bloggeurs venant de toute l'Europe, pour leur faire découvrir la destination sous un angle insolite. Un nombre important de partenaires locaux (hôtels, horlogers, activités...) ont accepté de collaborer et ont contribué à la réussite de l'opération, qui a permis de valoriser la destination et son aspect loisirs.
- Parmi les nombreux voyages de presse organisés par l'équipe médias (près de 400 en 2015), à noter la publication dans le New York Times d'un article sur le Quartier des Bains, que le journaliste a qualifié de « Little Soho », positionnant Genève – toujours selon le journaliste – comme la New York de la Suisse !

Genève, le 11 avril 2016



Paul E. Muller
Président du Conseil de Fondation



Philippe Schwarm
Trésorier