

*Date de dépôt : 25 septembre 2019*

## **Rapport du Conseil d'Etat au Grand Conseil concernant le rapport de gestion de l'exercice 2018 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 (LTour, I 1 60), et 4 du règlement d'application de la loi sur le tourisme (RTour, I 1 60.01), notre Conseil vous transmet pour information le rapport de gestion de l'exercice 2018 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C). Il s'agit du septième rapport de gestion émis par la fondation.

Notre Conseil souhaite souligner que l'année 2018 a été une année de transition. En effet, d'une part, suite aux pertes réalisées lors de l'édition 2016 du Geneva Lake Festival et lors de l'édition 2017 des Fêtes de Genève, la Fondation a dû puiser dans ses réserves financières et n'a plus été à même d'assurer l'organisation des Fêtes de Genève en 2018. D'autre part, la FGT&C a été confrontée au départ de son directeur général en décembre 2017.

Dans ce contexte, le département du développement économique (DDE), département de tutelle de la FGT&C (anciennement le département de la sécurité et de l'économie), a organisé, le 15 mai 2018, les Etats généraux du tourisme, dans le but d'élaborer et de construire avec les acteurs du tourisme de loisirs, ainsi que ceux des congrès, la vision du développement touristique de la région. La démarche a notamment consisté à redessiner l'image de Genève en répertoriant les atouts de la destination, puis en les évaluant pour mieux les valoriser.

Par ailleurs, en accord avec les conclusions des Etats généraux du tourisme, le DDE a élaboré un projet de loi visant à modifier la gouvernance de la FGT&C, à renforcer le contrôle de l'Etat sur la fondation et à simplifier le système de la taxe de séjour.

## 1. Organisation de la Fondation Genève Tourisme & Congrès

Le conseil de fondation se compose de 11 membres représentant, eu égard à leur contribution au financement du tourisme, les milieux de l'hôtellerie, de la restauration, du voyage, du commerce et autres secteurs de l'économie genevoise concernés par la promotion touristique, ainsi que l'Etat de Genève, la Ville de Genève et les autres communes genevoises. Il s'est réuni à 10 reprises en 2018.

La FGT&C est une fondation de droit privé au sens des articles 80 et suivants du code civil suisse, déclarée d'utilité publique. Elle a été constituée le 6 novembre 2012 dans le cadre de la réforme de la loi sur le tourisme (LTour, I 1 60). Elle est issue de l'intégration effective le 1<sup>er</sup> janvier 2013 de l'association Genève Tourisme & Congrès dans la Fondation pour le tourisme. Ses activités opérationnelles sont gérées conformément aux statuts du 6 novembre 2012 et au règlement d'organisation du 5 mars 2013, documents soumis à l'approbation du Conseil d'Etat.

Le financement de la FGT&C est assuré principalement par la taxe de séjour et la taxe de promotion du tourisme. Les autres sources de financement proviennent des recettes de partenariats, des commissions et du chiffre d'affaires réalisé par le *Tourist Information Center*.

Pour rappel, les hôtes de passage, non domiciliés dans le canton de Genève, bénéficiant d'une prestation d'hébergement dans le canton, sont assujettis à la taxe de séjour qui est affectée au financement de l'accueil, de l'information et de l'assistance touristiques, ainsi que de manifestations et d'installations directement liées au tourisme. Une partie du produit de la taxe de séjour est également affectée au financement d'un titre de transport offert gracieusement aux hôtes pendant la durée de leur séjour.

La taxe de promotion du tourisme est prélevée auprès des entreprises qui exercent une activité économique ou commerciale bénéficiant de retombées directes ou indirectes du tourisme.

Les tâches de la FGT&C relèvent de la prestation cantonale « A04.01 Promotion économique et tourisme » qui fait partie du programme A04 Développement et innovation du canton et de la région et de la politique publique A – Autorités et gouvernance.

Selon la LTour, et conformément à ses statuts, les tâches de la fondation sont les suivantes :

- recevoir et gérer le produit des taxes de séjour et de tourisme après déduction des frais de perception, ainsi que les subventions des collectivités publiques;

- recevoir et gérer tous les dons, legs ou autres contributions volontaires;
- élaborer le concept touristique du canton, le soumettre au Conseil d'Etat pour approbation, l'appliquer et proposer des actualisations si nécessaire;
- assurer l'accueil, l'information et l'assistance touristiques;
- assurer l'organisation d'animations d'intérêt touristique;
- encourager toutes les actions de développement et de promotion du tourisme, qu'elles émanent d'entités publiques ou privées, et les coordonner;
- mettre en œuvre une politique active de promotion touristique de Genève, en Suisse et à l'étranger;
- veiller au développement coordonné des activités et de la promotion touristiques à l'échelle régionale, nationale et internationale;
- décider de l'octroi d'une aide financière à des projets privés ou publics en faveur du développement du tourisme.

Ainsi, la LTour enjoint la fondation à développer un tourisme de qualité correspondant à la demande, mettant en valeur les richesses naturelles et historiques, les événements culturels et sportifs, ainsi que les traditions du canton de Genève.

Pour atteindre ses objectifs, la FGT&C dispose des trois départements suivants :

- le département marketing qui assure la promotion du tourisme de loisirs sur les marchés prioritaires;
- le bureau des congrès, qui a pour mission de promouvoir l'organisation de congrès et de conférences d'envergure internationale à Genève;
- le département *Tourist services* dont les activités ont pour but d'assurer l'accueil, l'information et l'assistance touristique.

## 2. Résultats financiers 2018

Au niveau des produits, le revenu lié à la taxe de séjour est de 11'602'574 francs et celui relatif à la taxe de promotion du tourisme s'élève à 6'428'393 francs. Les frais de perception de ces taxes sont de 689'486 francs. Ainsi, le produit net des taxes est de 17'341'481 francs pour l'année 2018, représentant une augmentation de 3% par rapport à l'année 2017 (16'792'517 francs).

Le total des produits réalisés par la fondation s'élève à 17'661'539 francs, en intégrant notamment les produits du *Tourist Information Center*.

Au niveau des charges, l'attribution pour la *Geneva Transport Card* en 2018 s'élève à 3'970'439 francs. Les charges salariales s'élèvent à 5'010'557 francs.

La « réserve pour manifestations à caractère international » a été constituée à hauteur de 400'000 francs, en tenant compte des attributions de l'année 2018. Pour l'année 2018, l'utilisation s'élève à 93'000 francs. Pour rappel, le règlement d'organisation de la FGT&C prévoit une réserve d'un montant minimum de 300'000 francs et un maximum de 500'000 francs.

La FGT&C clôture l'année 2018 sur un bénéfice de 2'588'903 francs. Ce résultat est dû au record de nuitées en 2018, ainsi qu'à la suspension temporaire du versement d'une partie du paiement de l'annuité pour l'année 2018. Cette suspension découle de l'épuisement des réserves financières de la fondation et des incertitudes financières en début 2018 relatives aux pertes de l'édition 2016 du Geneva Lake Festival et à celles liées à l'édition 2017 des Fêtes de Genève.

### 3. Niveau opérationnel

Au niveau opérationnel, l'année 2018 a été marquée par les éléments suivants :

- Genève a enregistré plus de 3'230'000 nuitées, soit 5,8% de plus par rapport à 2017;
- Genève a été désignée *Best Overseas Family Destination* par le *Global Times*, quotidien chinois spécialisé dans l'actualité internationale;
- le Bureau des congrès a effectué 24 déplacements en 2018 et a contribué notamment à la venue du *Meeting of the European Society of Paediatric Gastroenterology Hepatology & Nutrition* (ESPGHAN, 8 au 15 mai 2018, 4'000 délégués), du *World Congress of the International Hepato-Pancreato-Biliary Association* (IHPBA, 3-7 septembre 2018, 4'000 délégués) et de la *Conference of the European Association for international Education* (EAIE, 11-14 septembre 2018, 5'500 délégués);
- la FGT&C n'est plus l'organisatrice des Fêtes de Genève. Elle a cependant organisé le traditionnel grand feu d'artifice qui contribue au rayonnement de Genève et qui a réuni plus de 400'000 personnes;
- le *Tourist Information Center* a reçu plus de 260'000 personnes et a répondu à 3'691 demandes sur Facebook, Youtube, Twitter et Instagram. En outre, 12'782 appels téléphoniques et 8'542 emails ont été traités;

- au niveau du développement durable, la FGT&C a développé une page dédiée sur son site web (*Geneva Meets Green*) et a participé au *Global Destination Sustainability Index*.

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 :  
Michèle Righetti

Le président :  
Antonio Hodgers

Annexe : Rapport annuel 2018 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès





Phare des Bains des Pâquis

# SOMMAIRE /

## 1 / GENÈVE TOURISME

- 4 Éditos
- 6 Le tourisme à Genève en chiffres
- 8 Les grandes étapes locales de 2018
- 10 Missions, gouvernance et organisation

## 2 / NOS DÉPARTEMENTS

- 12 Bureau des congrès
- 16 Département Marketing
- 20 Département Tourist Services
- 22 Manifestations estivales
- 24 Département RH et administration
- 25 Département Finances

## 3 / INFORMATIONS FINANCIÈRES

- 26 Comptes des résultats
- 27 Informations financières complémentaires

## 4 / DÉFIS & ENJEUX

- 28 Les défis et enjeux 2019



Yves Menoud

Président 2017-2018

Alors que 2017 se terminait sur une note positive pour le tourisme genevois avec l'enregistrement record de plus de 3 millions de nuitées, la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C) a dû gérer en 2018 une situation financière difficile consécutive à la réalisation de l'édition 2017 des Fêtes de Genève. Cela a eu un impact émotionnel important qui s'est reporté sur l'ensemble de la Fondation. Le Conseil de Fondation le savait, 2018 serait une année à haut risque qu'il fallait maîtriser dans les moindres détails. Il ne s'agissait pas moins que d'assurer la pérennité de l'entreprise en stabilisant la situation, de clarifier son cadre de travail pour revenir sur les priorités opérationnelles et d'engager un nouveau directeur général dont la mission serait de renforcer durablement l'image de Genève à l'étranger, tout en fédérant les acteurs de la destination autour de cet objectif.

Durant la vacance du poste, le Conseil de Fondation m'a accordé sa confiance en me nommant directeur général ad intérim. Ainsi, il entendait assurer une coordination optimale entre la gouvernance et l'administration afin de mener à bien cette année de transition.

Les États généraux du tourisme, organisés en mai pour la première fois par le département de la sécurité et de l'économie (DSE) et auxquels la Fondation a pris part, ont constitué une phase importante de notre travail. En effet, la vocation de la Fondation a été clarifiée, sa mission première étant de promouvoir la destination tout en fédérant les acteurs locaux pour renforcer

l'attractivité touristique de Genève. Ainsi, la Fondation était déchargée de l'organisation des Fêtes de Genève et du risque financier que cela représentait.

En 2018, Genève a battu, pour la seconde année consécutive, son record de nuitées. Preuve que le travail porte ses fruits, mais nous pouvons faire encore mieux. Le potentiel est là.

Cette année marque la fin de mon mandat en tant que président et directeur général ad intérim de la Fondation Genève Tourisme & Congrès et je tiens à remercier les membres du Conseil de Fondation, ainsi que les directeurs et tous les collaborateurs de l'entreprise pour leur engagement et soutien sans faille. En effet, sans eux, il n'aurait tout simplement pas été possible de relever les défis, d'assumer nos missions et de poser les jalons permettant de redonner à la Fondation les moyens de ses ambitions.

Je souhaite également relever ici la qualité du dialogue entre le Conseil de Fondation et les Autorités, le tout dans un esprit constructif et de confiance. Enfin, j'adresse mes vifs remerciements à nos partenaires qui nous soutiennent et participent, tout au long de l'année, à nos actions de promotion ainsi qu'à l'ensemble des acteurs touristiques qui œuvrent sans relâche pour proposer une destination attractive. C'est avec plaisir que je passe le témoin de la présidence à Madame Sophie Dubuis qui sera secondée par notre nouveau directeur général, Monsieur Adrien Genier. A tous les deux, je leur adresse mes meilleurs vœux de plein succès.



Pont Hans Willdorf

## MESSAGE DE MADAME SOPHIE DUBUIS, NOUVELLE PRÉSIDENTE

Membre du Conseil de Fondation depuis 2017, je suis ravie de reprendre le flambeau de Monsieur Menoud en devenant présidente de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

Les assainissements réalisés en 2018, ainsi que l'arrivée de Monsieur Adrien Genier en tant que directeur général, constituent une base parfaite pour un nouveau départ. L'objectif de 2019 sera double. D'une part, il s'agira de s'assurer que l'institution retrouve la sérénité et reste professionnelle et dynamique. D'autre part, nous aspirons à renforcer l'attractivité de la destination Genève.

La cité de Calvin est un produit de grande qualité et il nous appartient de le faire savoir ici et ailleurs. Pour y parvenir, nous devons travailler sur deux axes : fédérer les acteurs locaux et promouvoir la destination auprès de visiteurs potentiels. Conformément aux recommandations émises lors des États généraux du tourisme, un de nos objectifs principaux sera donc de rassembler tous les partenaires derrière un enjeu de taille : la mise en valeur de Genève sur la scène internationale. Si les échanges et les bonnes pratiques sont favorisés, chacun trouvera alors sa place et la qualité des services proposés aux visiteurs s'améliorera encore. Le Conseil de Fondation est convaincu qu'une cohésion locale sans faille est un atout précieux pour sublimer la destination.

Enfin, nous continuerons de promouvoir Genève auprès des marchés prévus afin d'asseoir sa position comme destination de choix. La Fondation adopte déjà une stratégie qui porte ses fruits, comme le démontrent la hausse des nuitées et les distinctions reçues ces dernières années. Le but principal sera donc de confirmer la tendance actuelle et de la renforcer. Pour cela, nous nous appuyerons sur notre Bureau des congrès, mis en place depuis plusieurs années, et dont les résultats sont très satisfaisants grâce à son réseau d'ambassadeurs et de porteurs de projets. Le marketing digital sera également une grande force car il nous permettra d'avoir un impact très large.

Tous les signaux sont donc au vert pour que la Fondation retrouve un nouveau souffle et je me réjouis de contribuer, en collaboration avec Monsieur Genier, à ces nouveaux succès.

Merci et bonne lecture!

**Sophie Dubuis**

Présidente dès le 1<sup>er</sup> janvier 2019

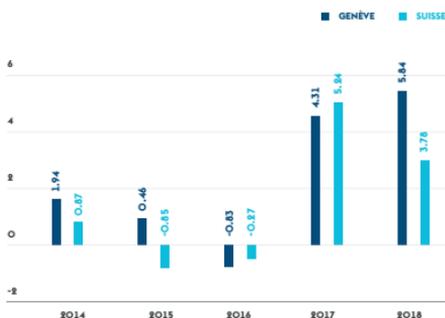
## 2018, ENCORE UNE ANNÉE DE RECORDS

Le tourisme genevois a battu en 2018 un record historique avec **3'232'871** nuitées, soit **+5,8%** par rapport à 2017. Une performance au-dessus de la moyenne suisse de **+3,8%**.

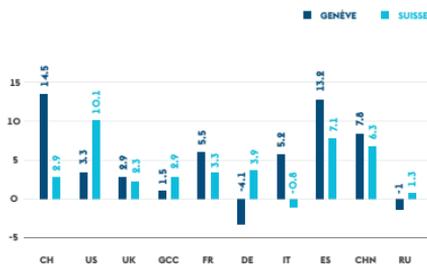
### Évolution des nuitées à Genève



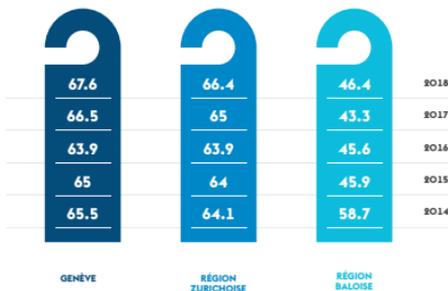
### Évolution annuelle des nuitées en % Genève vs Suisse



### Évolution des nuitées pour les principaux marchés (2017-2018)



### Taux d'occupation des hôtels (2014-2018)



# LE TOURISME À GENÈVE / EN CHIFFRES

## Genève, 3<sup>e</sup> région suisse préférée par les visiteurs internationaux



## Infrastructure hôtelière genevoise par catégorie

★★★★★ & SUP.	14	2'221
★★★★☆ & SUP.	32	3'497
★★★☆☆ & SUP.	44	2'728
★★★☆☆ & SUP.	12	493
★★☆☆☆ & SUP.	3	408
<b>Non classifiés</b>	20	567
<b>GRAND TOTAL</b>	<b>125</b>	<b>9'914</b>

■ ÉTABLISSEMENTS ■ CHAMBRES

Source: FGT&C

## Réservations hôtelières générées par Genève Tourisme

2'432  
RÉSERVATIONS

5'386  
NUITÉES

4'132  
PERSONNES

DEUX TYPES DE  
RÉSERVATION  
SONT PROPOSÉS  
AU PUBLIC

DES RÉSERVATIONS  
INDIVIDUELLES STANDARD

DES PACKAGES  
HÔTELIERS

Source: FGT&C

## Répartition des nuitées selon les canaux de réservation



NUITÉES  
INDIVIDUELLES STANDARD

- TOURIST INFORMATION CENTRE
- GENEVE.COM
- AÉROPORT



NUITÉES DE  
PACKAGES HÔTELIERS

- TOURIST INFORMATION CENTRE
- GENEVE.COM

## UNE ANNÉE CHARNIÈRE POUR LA FONDATION GENÈVE TOURISME & CONGRÈS (FGT&C)

Au fil des mois, un travail de fond effectué à tous les échelons, politique, gouvernance, opérationnel et administratif ont permis à la Fondation d'être à nouveau en pleine possession de ses moyens et d'assumer sa mission.

### JANVIER

/ Première réunion de l'année du Conseil de Fondation: la direction générale ad interim est confiée à Monsieur Yves Menoud, président en fonction de la Fondation, le temps de recruter un nouveau directeur général. Entrée en fonction de Monsieur Laurent Goetschmann, nouveau directeur des Finances.

/ Conseiller d'Etat en charge de la promotion économique et Ministre de tutelle de la Fondation, Monsieur Pierre Maudet annonce la prochaine tenue d'États généraux du tourisme ainsi que son intention de préparer un projet de loi pour faire basculer la FGT&C en une fondation de droit public.

### FÉVRIER

/ La Commission de contrôle de gestion du Grand Conseil mandate le Service cantonal d'audit interne (SAI) pour un audit des comptes 2017 de la Fondation.

/ Le Conseil de Fondation confirme, pour l'été 2018, la Grande Roue, le Village Suisse au Jardin Anglais et valide l'organisation du feu d'artifice estival, sous réserve de son financement par des fonds externes.

/ Monsieur Maudet exprime dans les média sa volonté de révolutionner le tourisme genevois. Les États généraux se tiendront en mai pour « repenser l'image de Genève et valoriser ses atouts ».

### MARS

/ 4 mars - Les électeurs de la Ville de Genève rejettent l'initiative de Jean Barth «Pour des Fêtes de Genève plus courtes et plus conviviales», mais acceptent le contre-projet de la Ville pour des Fêtes de Genève autofinancées d'une durée de 11 jours.

/ Monsieur Didier Allaz devient le nouveau directeur du Bureau des congrès, en remplacement de Madame Anja Loetscher qui s'apprête à prendre sa retraite.

### AVRIL

/ Le Conseil de Fondation recherche activement le financement du feu d'artifice, dont la tenue doit être confirmée au plus tard le 10 mai.

/ Tous les départements de la Fondation participent activement à l'audit des comptes 2017 mené par le SAI. En parallèle, la révision des structures et des processus de la Fondation se poursuit.

/ Publication du rapport de la Direction générale du développement économique, de la recherche et de l'innovation (DG DERI), en vue des États généraux du tourisme genevois 2018. Sur la base d'entretiens menés avec l'ensemble des acteurs touristiques et économiques du Canton, il dégage 10 axes de réflexion autour desquels s'articuleront les discussions.



+



+



+

+

8

+

## LES GRANDES ÉTAPES LOCALES DE 2018

MAI

/ 15 mai - États généraux du tourisme. Dessais de Fêtes de Genève, la Fondation aura désormais un rôle de catalyseur et de rassembleur. Annonce d'une refonte de la loi sur le tourisme.

/ Le Conseil de Fondation approuve les comptes de l'exercice 2017 de la FGT&C qui se soldent, hors Fêtes de Genève, par un bénéfice de CHF 1'006'397.-. Cependant, la perte des Fêtes de Genève 2017 ajoutée aux divers ajustements demandés par le SAI relatifs au Geneva Lake Festival 2016, s'élève à CHF 5'051'594.-. Les comptes consolidés de la FGT&C au 31 décembre 2017 se soldent donc par un déficit de CHF 4'045'197.-.

/ Un généreux mécène assure le financement du feu d'artifice. Une agence externe coordonnera sa réalisation en étroite collaboration avec la Présidence et la Direction des Finances de la Fondation.

/ Fin mai, parution de l'annonce pour le recrutement du directeur général.

JUIN / JUILLET / AOÛT

/ La Fondation confirme par voie de presse que «le feu d'artifice sera aussi impressionnant que les années précédentes» et qu'il sera gratuit. La Grande roue et le Village suisse sont de retour pour les mois d'été, du 1<sup>er</sup> juin au 2 septembre.

/ 11 août - Le spectacle du Grand feu d'artifice est un succès avec pas moins de 400'000 spectateurs.

SEPTEMBRE / OCTOBRE

/ Le Conseil de Fondation annonce l'engagement du nouveau directeur général, Monsieur Adrien Genier, professionnel du tourisme qui possède les atouts nécessaires pour donner à la destination un nouveau souffle au niveau international comme au niveau local. Il entrera en fonction début janvier 2019.

/ Le budget 2019 de la Fondation est validé par le Conseil.

NOVEMBRE / DÉCEMBRE

/ Bilan financier provisoire des manifestations estivales légèrement bénéficiaire. Le financement futur du feu d'artifice est l'objet de différents scénarios.

/ 30 novembre - Le SAI rend son rapport d'audit aux Autorités compétentes.

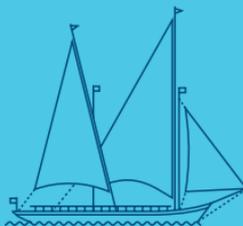
/ 31 décembre 2018 - Le mandat de Monsieur Menoud arrive à son terme. Madame Sophie Dubuis, membre du Conseil de Fondation depuis 2017, directrice de la maison Bucherer Genève et personnalité reconnue des milieux touristiques, est nommée présidente de la FGT&C.



+

+

+



+

+

+



+



+

## STRUCTURES DU TOURISME

L'activité touristique opérationnelle à Genève est gérée par la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C), fondation de droit privé et reconnue d'utilité publique. Selon les modalités définies par la loi sur le tourisme (LTour), elle gère le produit des taxes de séjour et de promotion du tourisme.

### Mission

La FGT&C a pour mission de promouvoir et vendre Genève comme destination de tourisme de loisir et d'affaires. En charge de l'accueil, de l'assistance et de l'information, elle organise également des animations d'intérêt touristique.



Conseil de Fondation 2018\*

### Commission consultative du tourisme (CCT)

Instituée par les Autorités, la CCT conseille la Fondation sur l'évolution souhaitable de la politique du tourisme et l'aide dans l'accomplissement des buts fixés par la loi.

### Gouvernance 2018

La gouvernance de la FGT&C est assurée par les 11 membres du Conseil de Fondation, nommés par le Conseil d'Etat et représentant majoritairement les milieux touristiques genevois.

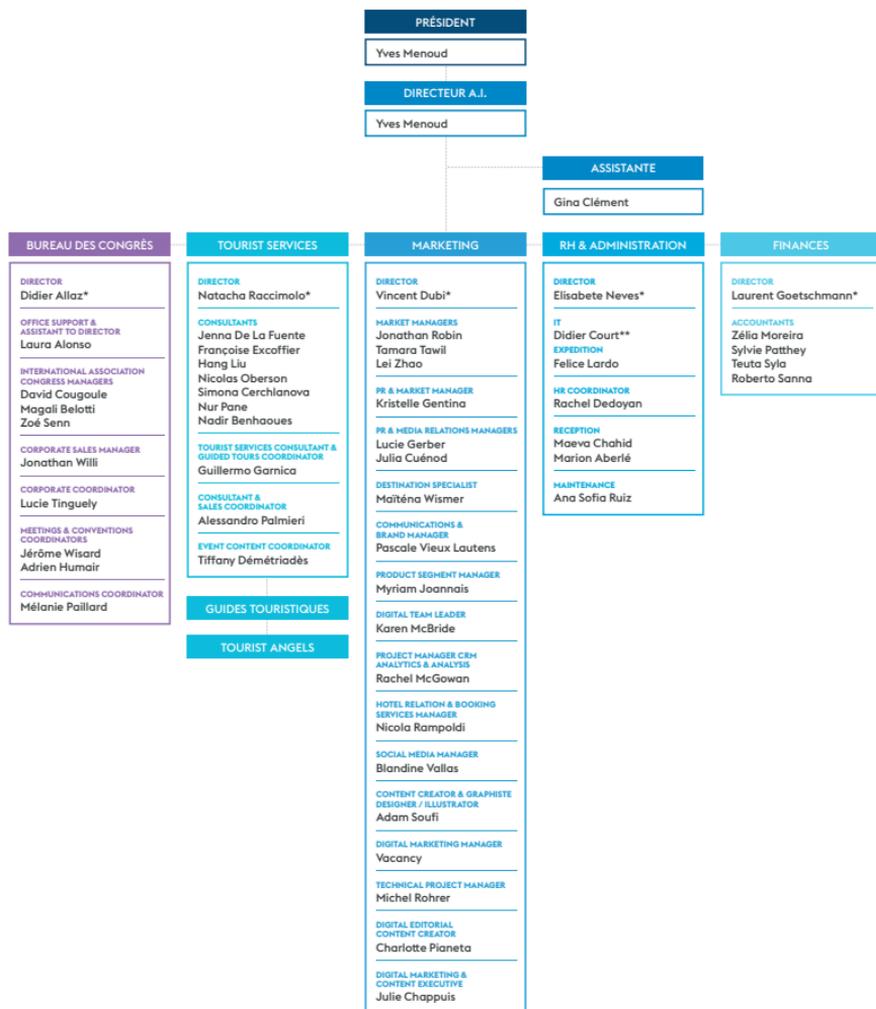
- / 1 représentant du Canton  
M. Daniel Loeffler
- / 1 représentant de la Ville de Genève  
Mme Elvita Alvarez
- / 1 représentant des Communes genevoises  
M. Philippe Schwarm (trésorier)
- / 3 représentants des hôteliers  
M. Thierry Lavalley  
M. Marc-Antoine Nissille (vice-président)  
M. Mehdi Derouazi (président de la CCT)
- / 2 représentants des commerçants  
M. Yves Menoud (président et DG a.i.)  
Mme Sophie Dubuis
- / 1 représentant des cafetiers-restaurateurs  
M. Daniel Carugati
- / 1 représentant de Palexpo  
M. Claude Membrez
- / 1 siège vacant

## LES VISAGES DE GENÈVE TOURISME



# MISSIONS, GOUVERNANCE ET ORGANISATION

LA FONDATION  
AU 1<sup>ER</sup> DÉCEMBRE 2018



\* Membres du Comité de direction

\*\* Sur mandat

## BUREAU DES CONGRÈS

### Mission

Promouvoir l'expertise unique de Genève dans l'industrie des congrès et des réunions internationales auprès des professionnels. Fédérer activement les différents acteurs de Genève afin de valoriser son attractivité face à une concurrence internationale croissante et un coût de la vie bien supérieur à ses voisins européens.

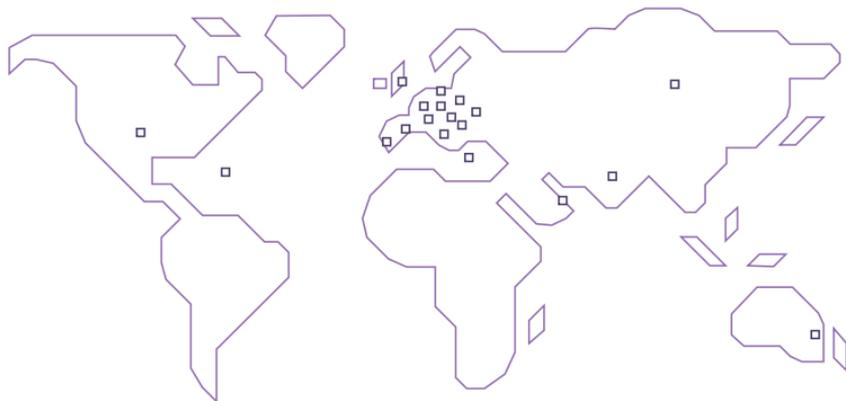
### Axes principaux 2018

- / Passation de pouvoirs fluide entre la directrice sortante et le nouveau directeur afin de maintenir la position du Bureau des congrès sur l'échiquier mondial
- / Analyse approfondie des besoins des clients pour optimiser la performance du Bureau des congrès et de la destination
- / Renforcement de la cohésion et de la transparence avec les acteurs locaux par une meilleure communication
- / Renforcement des relations avec les clients du Bureau des congrès
- / Réorientation de la communication vers les canaux digitaux
- / Révision des processus internes

## UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL...

### Actions du Bureau des congrès à l'étranger

En 2018, le Bureau des congrès a effectué 24 déplacements seul ou avec le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) dans les contextes suivants : conférences et salons majeurs de l'industrie, soutiens de candidature, sales calls, roadshows.



#### DANS LES PAYS SUIVANTS

Allemagne, Autriche, Angleterre, Belgique, Pays-Bas, France, Portugal, Espagne, Grèce, Luxembourg, Monaco, Slovaquie, Etats-Unis, Bermudes, Chine, Inde, Emirats arabes unis, Australie

## ... DES RETOMBÉES LOCALES

Apport du Bureau des congrès à l'économie genevoise en 2018



PLUS DE  
**65 MILLIONS**  
FRANCS



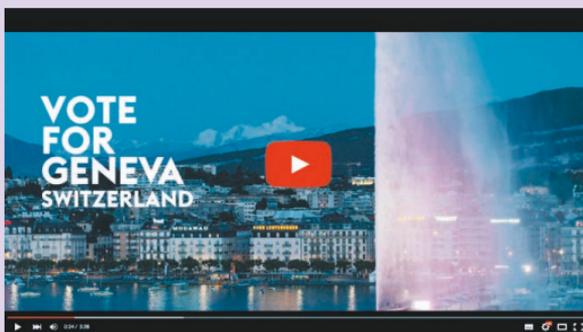
PLUS DE  
**100'000**  
NUITÉES



PLUS DE  
**36'000**  
DÉLÉGUÉS

## UNE COMMUNICATION PLUS DIGITALE

- / Développement d'une page dédiée au développement durable sur le site web de Genève Tourisme (Geneva Meets Green) et participation au Global Destination Sustainability Index pour mettre en place des actions futures communes et concrètes
- / Finalisation d'une brochure digitale Geneva Intellectual Capital, en partenariat avec « Intellectual Capitals », mettant en avant nos pôles de compétences, avec des interviews vidéos de plusieurs personnalités du monde scientifique et de la recherche
- / Réalisation d'un film promotionnel présentant la Genève Internationale, Campus Biotech, HUG, Université de Genève, CERN
- / Réalisation de supports de communication imprimés et audiovisuels sur mesure pour soutenir les candidatures





RAPPORT ANNUEL 2018 / BUREAU DES CONGRÈS

## DOSSIERS TRAITÉS PAR LE BUREAU DES CONGRÈS

Nombre de dossiers traités : 347

STATUT	ASSOCIATIF	CORPORATE	TOTAL			
EN COURS	192	137	13	205	160	
GAGNÉS	68	47	47	25	115	72
PERDUS	33	18	29	50	62	68
ANNULÉS*	21	25	22	22	43	47
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>227</b>	<b>111</b>	<b>120</b>	<b>425</b>	<b>347</b>

\*Cause: Genève ne répond pas aux critères demandés

Nombre de nouveaux dossiers Associatif et Corporate par mois



Nombre de dossiers Corporate traités par marché

■ USA ■ FR ■ CH ■ AUTRES  
■ UK ■ IND ■ CHN



Nombre de dossiers Associatif confirmés\* et répartition en nombre de délégués

DÉLÉGUÉS	1-300	301-500	501-1000	1001-2000	2001-5000	TOTAL
2017	5	6	4	3	2	20
2018	10	2	7	2	2	23
2017	25%	30%	20%	15%	10%	
2018	43%	9%	30%	9%	9%	

\*signés en 2018 pour les années à venir



## PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS RAPPORTÉS À GENÈVE PAR LE BUREAU DES CONGRÈS

### Associatif

- / Meeting of the European Society of Paediatric Gastroenterology Hepatology & Nutrition (ESPGHAN), 8-15 mai 2018, 4'000 délégués, retombées économiques estimées CHF 8'530'000.-
- / World Congress of the International Hepato-Pancreato-Biliary Association (IHPBA), 3-7 septembre 2018, 4'000 délégués, retombées économiques estimées CHF 7'755'000.-
- / Conference of the European Association for International Education (EAIE), 11-14 septembre 2018, 5'500 délégués, retombées économiques estimées CHF 11'150'000.-

### Corporate

- / Berger Paints India Incentive, 19-23 juin 2018, 600 délégués, retombées économiques estimées CHF 870'000.-
- / Huawei Ultra-Broadband Forum (UBBF), 9-14 septembre 2018, retombées économiques estimées CHF 1'065'000.-
- / Eurofinance, 24-29 septembre 2018, 1'200 délégués, retombées économiques estimées CHF 3'053'000.-

## FOCUS

/ Mme Loetscher reçoit le Paul Flackett IMEX Academy Award 2018 et est distinguée au Destinations International Hall of Fame 2018 mettant ainsi Genève et le Bureau des congrès sur le devant de la scène internationale de notre industrie.

/ 4<sup>ème</sup> édition du Geneva Spirit : invitation de 30 agences européennes venues de 7 pays afin de faire découvrir Genève d'une manière innovante, parfois décalée et de marquer les esprits de ces potentiels clients. Ce rallye, organisé par le Bureau des congrès avec l'aide de nombreux acteurs clés de la destination (hôteliers, restaurateurs, compagnie aérienne, chocolatier, guides, vigneronn etc.), a été un franc succès en matière d'image.

# DÉPARTEMENT MARKETING

## Mission

Promouvoir Genève à l'étranger auprès des professionnels du tourisme, des prescripteurs online et des visiteurs pour générer des nuitées, augmenter la notoriété et valoriser l'image de Genève en tant que destination de loisir.

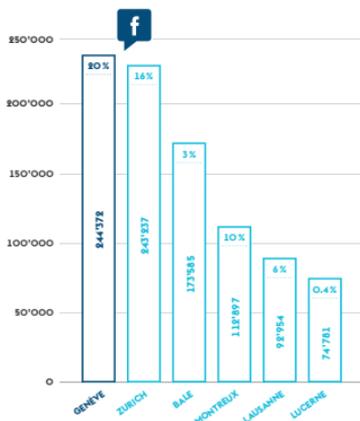
## Axes principaux 2018

- / Mise en œuvre de la stratégie Marketing 2016-2018
- / Renforcement des ressources digitales

## OFFENSIVE DIGITALE

Genève, destination suisse la plus suivie sur les réseaux sociaux grâce à une communication en 6 langues: anglais, français, russe, arabe, portugais, chinois

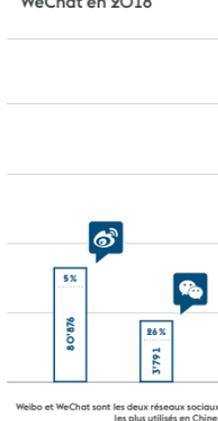
Evolution du nombre de fans Facebook en 2018



Evolution du nombre de followers Instagram en 2018



Evolution du nombre de followers Weibo et WeChat en 2018



## Performance digitale sur geneve.com

/ Le site de Genève Tourisme est traduit en 8 langues: anglais, français, allemand, espagnol, russe, arabe, portugais, chinois

/ Par rapport à 2017, le site de Genève Tourisme, geneve.com a enregistré:



## Mesures pour maintenir ces performances

- / Nouvelle stratégie et réorganisation de l'équipe digitale, incluant de nouvelles compétences créatives
- / Nouveaux contenus pour le site web geneve.com en vue d'optimiser son référencement dans les moteurs de recherche (SEO\*\*)
- / Renforcement des outils analytiques pour évaluer la performance de l'entreprise via des tableaux de bord

## PROMOTION SUR LES MARCHÉS

Sur la base de sa stratégie Marketing, Genève Tourisme a continué en 2018 à accorder une part croissante aux activités digitales sur l'ensemble des marchés, tant auprès des clients finaux (B2C), que des professionnels du tourisme (B2B).

Cela s'est traduit principalement par des campagnes digitales et des partenariats B2B ; une exposition médiatique internationale incluant également des influenceurs de renom ; des actions auprès de professionnels sur des plateformes touristiques à l'étranger, notamment avec Suisse Tourisme ; des campagnes de formation B2B via l'outil en ligne « Destination Geneva » développé par Genève Tourisme.

### Marchés européens – une approche orientée vers le client final

Sur ces marchés de proximité, Genève Tourisme a privilégié des campagnes de communication B2C avec des relais tels que : TheCultureTrip.com et UBS Royaume-Uni en coordination avec Suisse Tourisme/Swiss Cities (Royaume-Uni) ; MyWay Rutas en coche », « CATAL », « Nautalia » et « Atrapalo » (Espagne) ; Figaro Scope, Inrockuptibles, Konbini, Milk Deco et MyLittleParis en coordination avec Suisse Tourisme/Swiss Cities (France).

Une attention particulière a été accordée aux pays Nordiques en prenant part aux actions de Suisse Tourisme et en mandatant une agence RP pour déployer une campagne de Genève Tourisme («Fuel For Two»).

« Global Times », quotidien chinois spécialisé dans l'actualité internationale, a élu Genève « Best Overseas Family Destination ».



### Marchés lointains – une approche B2B pour développer l'audience des clients finaux

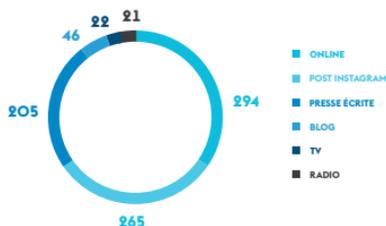
La majorité des actions (offline et online) a été menée avec Suisse Tourisme et des partenaires B2B, notamment : l'agence de voyage « Tajawal Travel » et le tour-opérateur « Emirates Holidays » (EALU) ; le tour-opérateur PAC et Anywayanyday (Russie) ; des tour-opérateurs et agents de voyages (Iran) ; les agents de voyage membres des réseaux Virtuoso et Signature (USA).

En parallèle, un travail médiatique important a été effectué sur le marché nord-américain en collaboration avec l'agence spécialisée en relations publiques, Lou Hammond. En Chine, un partenariat a été signé avec Ctrip, première agence de voyage en ligne chinoise.

### Fam Trips\* & Média Trips accueillis à Genève

	NOMBRE	PERSONNES	ORIGINES / TITRES
« FAM TRIPS » RECUS À GENÈVE	24	283	RUSSIE+CEI, PAYS NORDIQUES, PAYS DU MOYEN-ORIENT, BRÉSIL, CHINE, USA, IRAN, ASIE DU SUD-EST
« MÉDIA TRIPS » RECUS À GENÈVE	114	306	FORBES (ARABIE SAOUDITE), FORBES (US), WASHINGTON POST (US), NEW YORK TIMES (US), THE GUARDIAN (UK), LE MONDE (FR), LE FIGARO (FR), NZZ (CH), POLITIKEN (DAN)

### Nombre et type de retombées digitales



\* Voyages de familiarisation organisés par Genève Tourisme pour les professionnels du tourisme (tour-opérateurs) ayant pour but de faire connaître la destination.

## RÉINVENTER SANS CESSER LA DESTINATION



### Toujours plus de spécialistes de Genève à travers le monde

« Destination Geneva » est une formation en ligne réservée aux professionnels du tourisme du monde entier. Lancée en 2016 par Genève Tourisme, elle a été suivie en 2018 par un nombre record de participants. Plus de 300 certificats ont été délivrés.



### 11 packages thématiques ou événementiels mis en ligne

Les « packages hôteliers » comprennent le logement et une prestation non-hôtelière telle qu'un billet d'entrée à un événement, le Geneva Pass ou encore un service.



### Dématérialisation du Geneva Pass et passage au ticket électronique

La « city card » genevoise, composée de 53 activités assurées par 35 partenaires, a pour objectif de promouvoir la diversité de l'offre touristique et culturelle à Genève.

En 2018, 11'400 Geneva Pass ont été vendus, ce qui représente 9,5 % d'augmentation par rapport à 2017. Points de vente: Tourist Information Centre, geneve.com, Genève Aéroport, hôtels, revendeurs online.





## FOCUS

### #BetterTogether — la campagne fédératrice

Suite au succès de la campagne multi-marchés #InvitedByGeneva de 2016, Genève Tourisme a reconduit cette stratégie en activant la campagne #BetterTogether pour promouvoir Genève en tant que ville qui rassemble et réunit. Diffusée sur les réseaux sociaux exclusivement, cette campagne a été un grand succès sur les marchés ciblés (Royaume-Uni, USA et Russie) avec des

indicateurs de performance au-delà des espérances: 7'889'280 personnes touchées (reach) et un taux d'engagement très élevé de 4.32%. L'implication de partenaires genevois, qui ont repris le #BetterTogether dans leur communication, a contribué à sa viralité. Cette campagne se poursuivra en 2019 au Brésil, en Chine et dans les Pays du Golfe.

## DÉPARTEMENT TOURIST SERVICES

### Mission

Assurer l'accueil, l'information et l'assistance touristiques. Partager sa connaissance de Genève et de ses alentours, proposer des solutions pour les découvrir et sensibiliser les acteurs locaux à l'importance de l'expérience client.

### Axes principaux 2018

- / Optimisation de la qualité de l'accueil et du conseil par une approche toujours plus personnalisée
- / Promotion du savoir-faire local et du « fait à Genève »
- / Renforcement des liens entre Genève Tourisme et les partenaires locaux



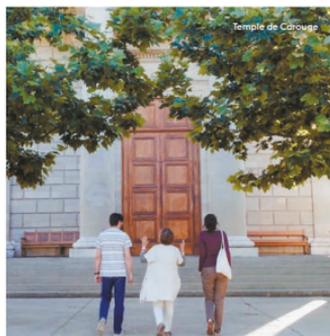
### BIENVENUE AU BON ENDROIT, AU BON MOMENT

#### Près de 260'000 personnes reçues au Tourist Information Centre (TIC)

Pour proposer la meilleure expérience possible de Genève, le TIC, idéalement situé près de la gare Genève Cornavin, rue du Mont-Blanc, a accueilli ses visiteurs en 10 langues, dont le suisse allemand, le chinois et le russe.

#### Quelques 35'000 visiteurs font la connaissance des Tourist Angels

Habités depuis 2011 à fournir dans les zones touristiques une assistance active et ludique aux visiteurs et résidents de Genève durant l'été, les 19 Geneva Tourist Angels ont agrandi leur champ d'action et investi Carouge pour la première fois en 2018.



#### 27'150 personnes renseignées dans le cadre de 22 congrès

En coordination avec le Bureau des congrès et à la demande d'organiseurs de congrès et d'événements, le TIC assure la présence gratuite d'un stand d'information lors de manifestations. Ces présences se font essentiellement à Palexpo ou au CICG, parfois dans les hôtels ou à Uni Mail. Une présence est également assurée lors de manifestations telles que le Marathon de Genève.

#### Le conseil personnalisé, désormais aussi sur les réseaux sociaux

Depuis 2018, l'équipe du Tourist Services s'est rapprochée davantage de ses clients, assurant un contact virtuel avec eux en apportant 3'691 réponses sur Facebook, TripAdvisor, Youtube, Twitter et surtout Instagram.

12'782 appels téléphoniques et 8'542 e-mails ont également été traités.

## PLUS QUE DES PRODUITS, DES EXPÉRIENCES

### Geneva Pass, tours guidés et prestations touristiques de partenaires, la recette parfaite.

Une palette toujours plus riche d'expériences locales et régionales, allant des plus classiques aux plus « tendance » est proposée aux visiteurs de plus en plus intéressés à obtenir des réponses pragmatiques. Chaque année, le département élargit sa gamme de produits, notamment en revendant davantage de prestations de partenaires.

Le Geneva Pass, lancé en 2011 par Genève Tourisme, reste un produit apprécié pour découvrir les attractions touristiques et culturelles de Genève. 8'506 Geneva Pass ont été vendus au TIC, soit presque 8 % de plus qu'en 2017.

Des tours de ville et des excursions – en groupe ou en visites privées – sont proposés par le service des Guides. 13'154 personnes ont été accueillies par des guides genevois hautement qualifiés, en plus de 15 langues. Le chiffre d'affaires réalisé s'élève à CHF 230'752.–, soit une augmentation de 15 % par rapport à 2017.

### L'offre culturelle genevoise valorisée par Genève Tourisme

L'offre culturelle incontournable est méthodiquement récoltée. Ainsi, les nombreux et très variés événements, expositions et spectacles que propose Genève figurent dans l'agenda online de Genève Tourisme. Les informations récoltées lors des vernissages et conférences de presse sont partagées et commentées afin que toutes les équipes de Genève Tourisme soient bien informées. De plus, en collaboration avec la Ville de Genève, ainsi que la FNAC et Starticket, les Genevois comme les touristes peuvent acheter leurs tickets de spectacle au Tourist Information Centre.

## GENÈVE, UNE HISTOIRE DE GRANDS ACTEURS

### Près de 100 acteurs du tourisme formés à la destination

Depuis plusieurs années, Genève Tourisme propose gratuitement des formations sur la destination et partage ainsi ses compétences dans le domaine de l'accueil avec les acteurs du tourisme. En 2018, les nouveaux collaborateurs d'hôtels, de la Gare routière, des CFF-Genève et du Visitors' Centre de Genève Aéroport ont participé à des présentations ainsi qu'à des tours de Ville.

### 90 % de la clientèle du TIC se déclarent satisfaite

Pour la quatrième année consécutive, l'engagement et le professionnalisme de l'ensemble de l'équipe, évaluée régulièrement par des clients mystère, ont été reconnus par ce taux de satisfaction particulièrement élevé.

### 4'500 Geneva Pass distribués gratuitement pour sensibiliser les Genevois au tourisme

En partenariat avec les prestataires du Geneva Pass, les départements Marketing et Tourist Services ont organisé pour la deuxième fois, à l'occasion du Jeûne genevois, une action de sensibilisation à l'importance d'un tourisme de qualité pour l'économie locale. Les 4'500 pass disponibles en ligne sur [geneve.com](http://geneve.com) ont trouvé preneur en quelques jours.

## FOCUS

Conjointement avec l'équipe Marketing, le département Tourist Services a créé les « Ateliers du Tourisme » dédiés aux partenaires et acteurs locaux de la destination pouvant influencer l'avenir du tourisme à Genève. Le but de ces ateliers biannuels consiste à sensibiliser les participants quant à leur importance dans « l'expérience client » du visiteur.

Ces ateliers visent également à améliorer et renforcer la collaboration avec Genève Tourisme au profit de la destination, ainsi qu'à prendre conscience de l'importance de la réputation sur le web. Présentations, échanges et ateliers participatifs autour de thématiques touristiques communes sont à l'ordre du jour.

## MANIFESTATIONS ESTIVALES



Grande roue du Village suisse 2015

Durant l'été 2018, touristes et Genevois ont pu profiter d'animations estivales mises en place par Genève Tourisme. Déjà présents l'année précédente, la Grande roue panoramique et son Village suisse ont animé le Jardin Anglais. Le traditionnel grand feu d'artifice de Genève a, quant à lui, ravi plus de 400'000 personnes.

### VILLAGE SUISSE ET GRANDE ROUE PANORAMIQUE

Du 1<sup>er</sup> juin au 2 septembre, une grande roue panoramique s'est élevée dans le Jardin Anglais. L'attraction, de quelque 50 mètres de hauteur, a permis à plusieurs dizaines de milliers de personnes de jouir d'une vue unique sur l'une des plus belles rades du monde.

Au pied de la Grande roue, le Village suisse a accueilli ses clients dans une atmosphère conviviale. D'élégants petits chalets transformés en mini-restaurants ont proposé de délicieuses spécialités typiquement locales. Complémentaires, ces deux attractions ont remporté un beau succès tant auprès des touristes que des Genevois.

## LE GRAND FEU D'ARTIFICE

Le 11 août, à 22 heures précises, les 400'000 personnes présentes sur les quais retenaient leur souffle: la première fusée du traditionnel Grand feu d'artifice de Genève illuminait le ciel genevois.

Entièrement gratuit, il a sublimé la rade durant 45 minutes.

Ce spectacle pyrotechnique était composé de 8'000 pièces d'artifice réparties sur 40 emplacements lacustres dans la rade et synchronisées grâce à plus de 5'000 allumages électroniques afin d'offrir une visibilité à 360°. Le feu a engagé 2.4 tonnes de matière active.

Contrairement aux précédentes éditions, le spectacle a été entièrement financé par la Fondation et des mécènes, dont la Loterie Romande.



# DÉPARTEMENT RH ET ADMINISTRATION

## Mission

Assurer la gestion globale des Ressources Humaines de Genève Tourisme. Développer et mettre en œuvre la stratégie RH. Superviser et coordonner les services administratifs de l'entreprise.

## LES RESSOURCES HUMAINES

### Les Geneva Tourist Angels, des jeunes pour une mission estivale

- / 132 candidatures reçues
- / 80 participants répartis entre trois sessions de recrutement
- / 19 Angels engagés



Geneva Tourist Angels

## Axes principaux 2018

- / Soutien à la direction générale ad intérim et accompagnement des membres du Comité de direction
- / Engagement de collaboratrices et collaborateurs compétents dans les différents métiers de la Fondation
- / Accompagnement du processus de renforcement de l'équipe digitale

### 14 engagements, 17 départs (CDI) pour un effectif de 51 personnes\*

- / Totalité des mouvements de personnel (promotions internes, stagiaires, CDD, etc.): 95
- / Dossiers de candidature reçus: 1'200
- / Candidats reçus pour un entretien: 125

Le département a entièrement géré ces mouvements de personnel, sans agence de placement.

## Formations

Quelque 25 collaboratrices et collaborateurs ont suivi des formations spécialisées pour développer leurs compétences. Un accent particulier a été mis sur les métiers de la communication digitale.

## Politique salariale

Sur décision de la direction générale, la part variable liée aux objectifs des collaborateurs a été intégrée aux salaires.

# DÉPARTEMENT FINANCES

## Mission

Assurer la pérennité financière de la Fondation Genève Tourisme & Congrès et maximiser ses capacités financières. Veiller au respect, par l'ensemble des collaborateurs, des différentes règles et procédures pour préserver l'intégrité de la Fondation. Superviser l'organisation des activités estivales.

## Axes principaux 2018

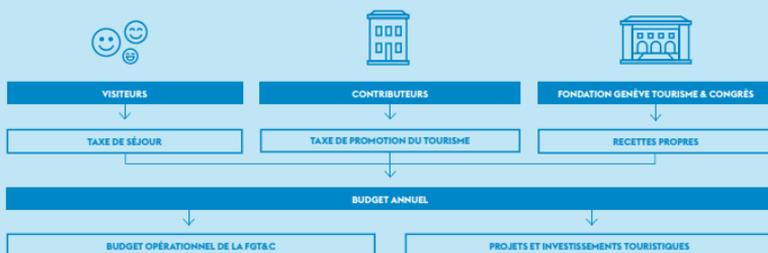
- / Restructuration complète de la finance et assainissement des comptes de la Fondation Genève Tourisme & Congrès
- / Financement et organisation des manifestations estivales 2018

## DE NOUVELLES MESURES

- / Réorganisation et renforcement des compétences de l'équipe
- / Révision de toutes les procédures de validation des factures
- / Mise en place de nouveaux processus plus stricts
- / Gestion du budget des manifestations estivales 2018 afin d'assurer l'équilibre des comptes (restaurant du Village suisse, la Grande roue, le Feu d'artifice)

Jonction entre Rhône et Arve

## ORIGINES ET BUDGET DE LA FONDATION



# COMPTES DES RÉSULTATS

## RÉSULTAT ANNUEL FGT&C

	Budget 2018 CHF (TTC)	2018 CHF (TTC)	2017 CHF (TTC)
<b>PRODUITS</b>			
<b>PRODUITS NETS TAXES TOURISTIQUES</b>			
Produit de la taxe de séjour	10'852'379	11'602'574	10'834'795
Produit de la taxe de promotion du tourisme	5'400'000	6'428'393	6'561'654
Frais de perception des taxes	(589'465)	(689'486)	(603'932)
<b>Total produits nets des taxes touristiques</b>	<b>15'662'914</b>	<b>17'341'481</b>	<b>16'792'517</b>
Autres produits	519'750	320'049	466'456
<b>TOTAL PRODUITS</b>	<b>16'182'664</b>	<b>17'661'530</b>	<b>17'258'973</b>
<b>CHARGES</b>			
<b>SALAIRES, CHARGES SOCIALES &amp; AUTRES FRAIS DU PERSONNEL</b>			
Salaires, charges sociales	5'543'794	5'010'557	5'185'499
Autres frais du personnel	168'300	199'518	252'114
<b>Total salaires, charges sociales &amp; autres « personnel »</b>	<b>5'706'094</b>	<b>5'210'075</b>	<b>5'437'613</b>
<b>FRAIS ADMINISTRATIFS</b>			
Loyers, frais entretien	728'843	707'396	719'038
Frais de bureau	565'011	511'182	531'501
Frais de structure & de gestion	111'000	212'313	259'276
Frais financiers	37'220	293'060	33'786
Intérêts sur prêt État de Genève	377'080	293'231	389'913
Frais informatiques	148'875	102'346	149'132
<b>Total frais administratifs</b>	<b>1'968'029</b>	<b>2'119'530</b>	<b>2'088'642</b>
<b>GENÈVA TRANSPORT CARD</b>	<b>3'263'382</b>	<b>3'970'439</b>	<b>3'118'930</b>
<b>SOUTIENS PONCTUELS</b>	<b>100'000</b>	<b>51'800</b>	<b>59'500</b>
<b>FRAIS OPÉRATIONNELS</b>			
Bureau des Congrès	733'228	591'430	647'180
Marketing	2'833'264	2'618'008	2'619'684
Tourist Services	462'700	466'008	458'109
Projets spéciaux	—	84'966	26'994
<b>Total frais opérationnels</b>	<b>4'029'192</b>	<b>3'760'412</b>	<b>3'951'966</b>
<b>TOTAL CHARGES</b>	<b>15'066'697</b>	<b>15'118'255</b>	<b>14'450'655</b>
<b>TOTAL ANNUEL FGT&amp;C</b>	<b>1'115'967</b>	<b>2'549'275</b>	<b>2'608'317</b>
Hors manifestations estivales / Fêtes de Genève			

## ATTRIBUTION (UTILISATION) DU CAPITAL FGT&C

AFFECTATION À LA RÉSERVE POUR MANIFESTATIONS À CARACTÈRE INTERNATIONAL	(150'000)	8'000	(279'000)
ATTRIBUTION À LA RÉSERVE POUR COMPENSATION DU REMBOURSEMENT PRÊT ÉTAT / HALLE 6	—	—	(1'322'920)
<b>TOTAL</b>	<b>965'967</b>	<b>2'557'275</b>	<b>1'006'397</b>
Hors manifestations estivales / Fêtes de Genève			

## ATTRIBUTION (UTILISATION) CAPITAL LIBRE

RÉSULTAT MANIFESTATIONS ESTIVALES / FÊTES DE GENÈVE	—	31'628	(3'749'000)
AJUSTEMENT RÉSULTAT PÉRIODES ANTÉRIEURES	—	—	(1'302'594)
<b>TOTAL</b>	<b>965'967</b>	<b>2'588'903</b>	<b>(4'045'197)</b>
Y compris manifestations estivales / Fêtes de Genève			

## BILAN

<b>BILAN - CAPITAL LIBRE</b>			
Capital libre - ouverture exercice	(406'700)	(406'700)	3'638'497
Résultat annuel	965'967	2'588'903	(4'045'197)
<b>CAPITAL LIBRE - CLÔTURE EXERCICE</b>	<b>559'267</b>	<b>2'182'203</b>	<b>(406'700)</b>
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE NETTE</b>	<b>—</b>	<b>871'351</b>	<b>(2'207'899)</b>

# INFORMATIONS FINANCIÈRES COMPLÉMENTAIRES

## PROJETS TOURISTIQUES ET MANIFESTATIONS À CARACTÈRE INTERNATIONAL SOUTENUS PAR LE CONSEIL DE FONDATION\*

Safari des Clubs

Course Terry Fox de l'Espoir

Genève reçoit 2018

Sauvetage de Genève

Vapeur « Rhône »

Genève.Art

Marché de Noël aux Bastions

Watch Week Geneva

Ensemble Post-Scriptum

Défilé Vénitien

Course Climate Express

Tour de la Rade en 80 jours

La Saga des Géants

Nuit de l'Hôtellerie

World Congress of Epidemiology (WCE) 2023 – Annulation en 2018

«The Bachelorette», émission TV ABC (USA)

European Anaesthesiology Congress (ESA) 2017

Congrès International Francophone de Soins Palliatifs (AIFSP) 2017

Rencontres CapGemini 2017

Annual Meeting of the European Society of Human Reproduction and Embryology (ESHRE) 2017

Congress of the European Society for Child and Adolescent Psychiatry (ESCAP) 2017

Congress of the International Society for Organ Donation and Procurement (ISODP) 2017

European Conference on Radiation & its Effects on Components and Systems (RADECS) 2017

European Conference on Applied Superconductivity (EUCAS) 2017

European Lung Cancer Conference (ELCC) 2017

International Congress of the European Academy of Dermatology and Venereology (EADV) 2017

14<sup>th</sup> World Organization for Specialized Studies on Diseases of the Esophagus (OESO) World Conference 2017

European Association for the Study of the Liver (AESL)

European Society Medical Oncology (ESMO)

Transplantation Society

## Commentaires du Directeur financier

Il est nécessaire de comprendre le cadre dans lequel la FGT&C a évolué en 2018. Suite au Geneva Lake Festival (2016) et aux Fêtes de Genève (2017), la Fondation, qui avait dû puiser dans ses réserves, s'est engagée dans un important processus de restructuration financière et des procédures de contrôle. Des mesures structurelles ont été prises pour pérenniser la structure financière, notamment l'établissement de procédures strictes et le dé-voilement d'un programme d'optimisation des coûts.

Ce travail de fond, un nombre record de nuitées et la suspension temporaire de l'annuité (2018) du prêt de l'État de Genève (environ CHF 1.3 mio) ont créé les conditions favorables qui ont permis de dégager, à fin 2018, un résultat des comptes positif. La Fondation a ainsi pu combler son capital libre et ramener sa trésorerie dans les chiffres positifs.

A noter que pour chaque nuitée, la taxe de séjour nette encaissée est réduite de la quote-part finançant la Geneva Transport Card, offerte aux visiteurs de la destination.

En 2019, le département des Finances s'emploie à finaliser le travail de fond débuté en 2018 : la restructuration de la partie financière, la consolidation de la trésorerie et la documentation des processus. Renforcée dans ses structures, la Fondation pourra ainsi envisager de nouveaux projets et remplir ses missions dans les meilleures conditions, sous l'égide de son nouveau Directeur général.

## Opinion des réviseurs – BFB Société Fiduciaire Bourquin frères et Béran SA

Selon notre appréciation, les comptes annuels donnent une image fidèle de la situation financière pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2018 ainsi que de sa performance et de ses flux de trésorerie, conformément aux normes Swiss GAAP RPC, en particulier la norme RPC 21, et sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

\* Soutiens financiers octroyés en 2018, liste non exhaustive.

# LES DÉFIS ET ENJEUX 2019

Bains des Pâquis

**MESSAGE DE MONSIEUR  
ADRIEN GENIER,  
DIRECTEUR GÉNÉRAL**



**Adrien Genier**

Directeur général dès le 1<sup>er</sup> janvier 2019

La marque « Genève » est un gage de qualité reconnu. Berceau, entre autres, des Nations Unies et de la Croix-Rouge, notre ville bénéficie d'un rayonnement international unique. Cité suisse, elle porte fièrement les valeurs si chères à notre pays : qualité, perfectionnisme et sens du service. Ces dernières lui permettent d'ailleurs d'être à la pointe dans plusieurs domaines tels que la haute horlogerie, la culture ou les sciences. A priori, tout semble donc réuni pour attirer les visiteurs du monde entier, tant en matière de tourisme d'affaires que de loisir. Pourtant, les défis sont nombreux et de taille.

---

### Il ne s'agira donc pas de tout réinventer mais d'améliorer et de valoriser l'existant.

---

Dans un premier temps, il est crucial de comprendre les motivations et les besoins de nos clients, organisateurs de congrès et touristes. Connaître nos visiteurs d'aujourd'hui et de demain est essentiel afin de s'assurer qu'ils privilégient Genève plutôt qu'une autre destination suisse ou européenne. Les outils digitaux et le big data, entre autres, nous aideront à répondre à ces questions.

Il faudra ensuite tout mettre en œuvre pour que la destination et nos stratégies de promotion répondent aux attentes. Nous devons trouver un subtil équilibre en offrant un ou plusieurs éléments uniques et attractifs tout en conservant cette « suissitude » tant recherchée par les visiteurs. Définir nos points forts et différenciateurs sera une priorité pour l'année à venir. Une chose est certaine : Genève possède beaucoup d'atouts uniques, tels qu'une structure d'accueil de congrès qualitative, un réseau de transport efficace ou encore des activités de loisir exceptionnelles, notamment grâce à son lac. Il ne s'agira donc pas de tout réinventer mais d'améliorer et de valoriser l'existant.

Dans cette optique, il nous incombe également de fédérer les acteurs locaux, cantonaux et régionaux, pour travailler et communiquer d'une seule voix. Cela permettra de présenter une offre riche et fluide à nos visiteurs pour qui les frontières ou les regroupements institutionnels n'ont pas d'importance. Genève est aux portes des Alpes, nous devons permettre aux touristes de l'utiliser comme une base pour combiner ville et montagne, selon le principe du « Hub & Spoke ».

En matière de tourisme d'affaires, une meilleure collaboration enrichira l'offre que nous pourrions proposer et pourrait mener à l'accueil de manifestations plus importantes encore.

A l'ère de l'économie à la demande, proposer et promouvoir une offre flexible représente un défi de taille. Les visiteurs veulent pouvoir trouver les informations nécessaires en tout temps et sur la plateforme de leur choix. Les outils digitaux permettront de faciliter le travail transversal nécessaire pour répondre à ce besoin en amont de leur visite, alors qu'un accueil de qualité assuré par notre Tourist Information Centre maintiendra le même niveau d'information une fois le visiteur sur place.

Enfin, nous devons nous donner les moyens de relever ces défis. Nos compétences internes sont déjà excellentes, la qualité de travail fournie par les collaboratrices et les collaborateurs de la Fondation doit être saluée. Le dynamisme et la créativité de l'organisation a d'ailleurs été un élément essentiel dans ma décision de me porter candidat au poste de directeur général. Cependant, il est crucial que nous renforçons et développons encore notre expertise. Les équipes sont l'actif le plus essentiel d'une organisation telle que la nôtre. Grâce à elles et à nos partenaires, nous serons capables de relever les formidables défis qui se présentent à nous actuellement.

## MERCI À VOUS!

Merci à vous, Genevoises et Genevois,  
acteurs locaux et représentants internationaux,  
méthodiques et enthousiastes,  
«digital native» ou pas nés de la dernière pluie,  
amoureux du lac ou amoureux des Feux.

## MERCI À NOUS!

On ne saurait imaginer un développement  
touristique sans ressources humaines.  
Nos collaboratrices et collaborateurs  
passionnés sont les ambassadeurs  
de la destination Genève et de la  
Fondation Genève Tourisme & Congrès.

### IMPRESSUM

/ Design  
FRANZ&RENÉ

/ Copyright  
FOT&C, Guillaume Migevand,  
Niels Ackermann, Samuel  
Zeller, Olivier Miche, Loris Von  
Siebenthal, Gavin Lapetroule,  
Imagina Studio, Kaptura

/ Impression  
300 exemplaires,  
Prestige Graphique SA,  
CH-1228 Plan-les-Ouates

Juin 2019







**/ Fondation Genève Tourisme & Congrès**  
Rue du Mont-Blanc 18 – P.O. Box 1602  
1211 Genève 1 – Suisse

t +41 22 909 70 70  
f +41 22 909 70 75  
info@geneve.com

[geneve.com](http://geneve.com)