

Date de dépôt : 27 juillet 2017

Rapport du Conseil d'Etat au Grand Conseil concernant le rapport de gestion de l'exercice 2016 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, du 22 décembre 1993 (R_{Tour}, I 1 60.01), notre Conseil vous transmet pour information le rapport de gestion de l'exercice 2016 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

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

Notre Conseil souhaite souligner ce qui suit :

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 8 reprises en 2016.

Au niveau des produits, le revenu lié à la taxe de séjour, net des frais de perception du département des finances, est de 16 375'908 F pour l'année 2016, montant supérieur à celui de 2015, soit 15 343'701 F et légèrement supérieur au budget fixé à 15 663 176 F.

Le total des produits réalisés par la fondation s'élève à 23 415 284 F.

Au niveau des charges, l'attribution pour la Geneva Transport Card en 2016 s'élève à 3 234 182 F. Les frais d'administration et de fonctionnement pour l'année 2016 s'élèvent à 6 853 857 F, en diminution de 4,10% par rapport au montant budgété de 6 971 248 F.

La « réserve pour manifestations à caractère international » a été reconstituée à 400 000 F, en tenant compte des attributions de l'année 2016 et par utilisation de 87 000 F au capital libre. Pour rappel, le règlement d'organisation de la Fondation Genève Tourisme & Congrès prévoit une réserve d'un montant minimum de 300 000 F pour un maximum de 500 000 F.

A noter que le Geneva Lake Festival a enregistré une perte de 3 498 810 F. Le total des produits de la manifestation est de 6 624 741 F et les charges s'élèvent à 10 123 551 F.

La Fondation Genève Tourisme & Congrès clôture l'année 2016 sur un déficit de 3 261 645 F.

Au niveau opérationnel, l'année 2016 a été marquée par les éléments suivants :

- le lancement de la marque « Genevalive » simultanément au nouveau site Internet de Genève Tourisme « geneve.com », qui a été lancé avec de nombreuses nouvelles fonctionnalités;
- la dotation au département marketing d'une équipe de collaborateurs spécialisés dans la promotion directe auprès des consommateurs finaux;
- l'adoption par le Bureau des congrès d'une organisation par clusters (domaines d'activité), notamment en développant l'expertise de ses collaborateurs; les retombées économiques des congrès amenés par son intermédiaire ont dépassé les 80 millions de francs;
- la réalisation de la première édition du Geneva Lake Festival du 3 au 13 août 2016; cette édition visait la mise en place d'une configuration renouvelée et plus qualitative ainsi qu'un nouveau positionnement des forains et des stands.

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 2016 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès

RAPPORT D'ACTIVITE 2016

FONDATION GENEVE TOURISME & CONGRES

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

Le Conseil de Fondation est composé de 11 membres nommés par le Conseil d'Etat, sur propositions des milieux concernés par le tourisme :

- 1 représentant du Canton : **M. Daniel Loeffler**
- 1 représentant 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 jusqu'au 31.12.2016)
M. Thierry Lavalley
M. Marc-Antoine Nissille
- 2 représentants des commerçants : **M. Pierre Brunschwig**
M. Yves Menoud (vice-président ; désigné président du Conseil de Fondation le 19.01.2017)
- 1 représentant des cafetiers-restaurateurs : **M. Daniel Carugati**
- 1 représentant 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 2016.

3. Gestion de la Fondation

Le Conseil de Fondation s'est réuni à huit reprises en 2016 :

- le 21 janvier
- le 23 février
- le 18 avril
- le 7 juin
- le 30 juin (séance stratégique)
- le 13 septembre
- le 1er novembre
- le 29 novembre

Suivi de la gestion :

- Le Conseil de Fondation du 18 avril 2016 a approuvé le rapport d'activité 2015, ainsi que les comptes 2015 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.
- Le Conseil de Fondation du 1^{er} novembre 2016 a approuvé le budget 2017 de la Fondation.

4. Aspects financiers

a) Au niveau des produits

Globalement, les produits des taxes, nets des frais de perception, se sont élevés pour l'année 2016 à CHF 16'375'908 (2015 : 15'343'701). Le produit de la taxe de séjour est stable par rapport à 2015, alors que le produit de la taxe de promotion touristique est largement supérieur au budget 2016.

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

Le total des produits réalisés s'élève à CHF 23'415'284.

b) Au niveau des charges, des dépenses et affectations

L'attribution pour la Geneva Transport Card s'élève à CHF 3'234'182, alors que le budget prévoyait un montant de CHF 3'263'463.-. La différence correspond aux nuitées budgétées non-réalisées en 2016.

L'attribution 2016 se base sur les informations disponibles de l'OCSTAT au 31 décembre 2016 indiquant une diminution des nuitées de 0,8%. La diminution est appliquée aux nuitées définitives 2015 (2'975'203) annoncées par le service de la perception de l'AFC, ce qui donne un nombre de nuitées estimées pour 2016 de 3'043'664. Le prix considéré étant de CHF 1,10 par nuitée (selon le contrat 2015/2016/2017/2018 avec UNIRESO/TPG). La charge pour 2016 s'élève donc à CHF 3'234'182 en prenant en compte l'ajustement des nuitées définitives 2015 non connues au moment du boucllement précédent.

Les participations ponctuelles, promises durant l'année 2016 et comptabilisées sur l'exercice, se sont élevées à CHF 63'600 (2015 : CHF 184'500), alors que le budget prévoyait un montant de CHF 220'000.

Les frais d'administration et de fonctionnement se sont élevés pour l'année 2016 à CHF 6'853'857, soit une diminution de près de 4,10% par rapport au budget 2016 alloué de CHF 6'971'248.

Les intérêts relatifs au prêt de l'Etat de Genève s'élèvent, pour 2016, à CHF 416'848. Le taux actuel est fixé à 2%.

Afin d'être en conformité avec le Règlement d'organisation de la FGT&C, la réserve pour manifestations à caractère international a été reconstituée à CHF 400'000, par utilisation de CHF 87'000.00 au capital libre (montant attribué de CHF 13'000 en 2016). Pour rappel, le Règlement prévoit une réserve d'un montant minimum de CHF 300'000 pour un maximum de CHF 500'000.

Le Geneva Lake Festival 2016 a enregistré une perte de CHF 3'498'810 (total des produits à CHF 6'624'741 et des charges à CHF 10'123.551). 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 2016, une attribution à la « réserve pour compensation du remboursement du prêt » de CHF 1'269'704 a été effectuée conformément au budget (2015 : CHF 1'217'822). 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 Fondation à Palexpo SA.

Finalement, un montant déficitaire de (CHF 3'261'645) a été prélevé sur les fonds libres en 2016 (2015 : montant attribué de 1'383).

c) Au niveau du bilan

Le total du bilan s'élève à CHF 32'637'477 au 31 décembre 2016 (31 décembre 2015 : 35'351'834) et confirme ainsi la stabilité de la Fondation malgré l'utilisation d'une partie des réserves en liquidités.

L'actif est composé : pour 72,69% (2015 = 66,99%) de la participation au capital-actions de Palexpo SA ; de 17,40% (2015 = 17,66%) des comptes de liquidités répartis auprès de la BCGe, UBS et Crédit Suisse ; le solde, soit 9,91% (2015 = 1,35%), concerne des créances à court terme.

Le passif est constitué : pour 60,66% (2015 = 59,51%) du prêt de l'Etat de Genève (tranches court et long terme) ; pour 8,26% (2015 = 5,64%) de créanciers et charges à payer (hors prêt de l'Etat de Genève, tranche court terme) ; de 31,08% (2015 = 34,85%) des fonds propres de la Fondation au 31 décembre 2016.

Le prêt de l'Etat de Genève s'élève au 31 décembre 2016 à CHF 19'892'367.- (2015 = CHF 21'162'071.-), soit CHF 18'595'740.80 pour le prêt à long terme et CHF 1'296'627.- remboursable au 30 juin 2017.

Les fonds propres ont diminué de CHF 2'091'940 au 31 décembre 2016. La réserve pour compensation du remboursement du prêt a été dotée de CHF 1'269'704 correspondant au montant effectif du remboursement réalisé en 2016, dans le même temps, la réserve pour manifestations à caractère international a diminué de CHF 100'000. Le total des fonds propres s'élève au 31 décembre 2016 à CHF 10'300'624, contre CHF 12'392'564 une année plus tôt.

6. Synthèse des événements et moments-clés de l'année

En 2016, les équipes de Genève Tourisme ont poursuivi dans leur trajectoire consistant à anticiper les évolutions rapides de marché. Les excellents résultats obtenus confortent le choix des priorités opérationnelles de la Fondation :


- Après une année de travail et de préparatifs intensifs, lancement à fin janvier de la nouvelle marque de la destination, « *Genevalive* », simultanément au nouveau site Internet de Genève Tourisme, « *geneve.com* », enrichi de nombreuses fonctionnalités nouvelles : moteur de réservations permettant la création de packages dynamiques et la vente de prestations touristiques en lien avec la réservation de chambre. Le nouveau site se décline désormais en huit langues dont le russe, l'arabe et le mandarin. Genève est ainsi passé en première position suisse sur les réseaux chinois (Analyse Handelszeitung septembre 2016).
- Le département Marketing, doté d'une équipe de collaborateurs spécialisés, a mené des opérations de promotion intégrant toujours plus une relation directe B2C auprès de consommateurs finaux. Pour la première fois, Genève Tourisme a développé une campagne intégrée, « *Invited By Geneva* » offrant 1'000 chambres pendant l'été à Genève. Lancée début mai, d'une grande complexité puisqu'elle se déroulait en même temps sur plusieurs marchés (France, Chine, Suisse, Grande-Bretagne, Espace, Argentine, Grèce, Allemagne, Belgique) et impliquait une collaboration étroite avec les hôteliers et autres prestataires touristiques, les résultats ont été extraordinaires et au-delà de nos attentes : 54'477 participants au concours, 416'000 visiteurs uniques et 9'190'876 pages vues sur le site Internet *geneve.com* par des visiteurs originaires d'une vingtaine de marchés, 220'000 interactions sur les réseaux sociaux, 200'000 mails personnalisés envoyés !
- Lancée fin avril et destinée aux Pays du Golfe, la campagne « *Mum Relax* » ciblait les mères de famille de 25-45 ans. Avec cinq magazines lifestyle arabophones ayant relayé la campagne, dont le prestigieux HIA, mensuel féminin lu dans tout le Moyen-Orient (78'925 exemplaires), les résultats ont été très fructueux.
- Fin mai, lancement de l'offre « *Forever Young* » s'adressant aux voyageurs seniors de plus de 55 ans, clientèle exigeante et dotée d'un grand intérêt pour la culture, l'art et la gastronomie. Matérialisée par le Easy Pass, cette nouvelle offre donne accès à une série d'activités à choix pour visiter la destination avec confort et flexibilité.
- Le Bureau des congrès a adopté une organisation par « *clusters* » (versus marchés). Dès lors, ses collaborateurs deviennent des spécialistes hautement efficaces dans leurs domaines de compétences respectives en matière de congrès associatifs (Finance, Médical, CERN, Commodities, Biotech, Cleantech, Chimie...). Le Bureau des congrès 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 amenés par son intermédiaire en 2016 ont dépassé les 80 millions de francs. Le congrès SIBOS, qui a eu lieu fin septembre, en est un bon exemple, avec près de 8'000 délégués présents à Genève.
- À noter également que Mme Anja Loetscher, directrice du Bureau des congrès, a été nommée parmi les 25 personnalités les plus influentes du monde de l'industrie des meetings par le magazine « *Successful Meetings* ».
- Focalisation sur les ventes au département Tourist Services. L'offre renouvelée de produits touristiques (tours guidés et privés avec des thématiques nouvelles, « *Geneva Amazing Experiences* » sur le thème de l'horlogerie, « *Geneva Pass* » enrichi de nouvelles prestations) a rencontré un beau succès et confirme que les produits développés correspondent aux besoins évolutifs des visiteurs. En outre, la politique de Merchandising mise en place a rapidement engrangé un chiffre d'affaires intéressant. L'arcade du Tourist Information Centre (TIC) a accueilli en 2016 près de 280'000 visiteurs, soit une croissance de 12%.

- M. Emmanuel Mongon, expert en parcs de loisirs et patrimoine historique, avait été mandaté par la FGT&C pour travailler sur un nouveau concept de Fêtes de Genève en 2016. Ce concept a permis la concrétisation de la première édition du Geneva Lake Festival, du 3 au 13 août, édition plus qualitative avec une configuration renouvelée : meilleure disposition des stands et forains revisités positionnés face au lac, mise en place d'une navette gratuite reliant les deux rives, apport de l'eau courante et de l'électricité à tous les stands, 9 scènes avec plus de 100 animations musicales et sportives, etc.
- « *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, prestataires d'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 222 médias accueillis par les équipes de la Communication en 2016, à noter les « *36 Hours in Geneva* » du New York Times et l'article magnifiquement illustré paru le 1^{er} décembre 2016.

Genève, le 6 avril 2017



Yves Menoud
Président du Conseil de Fondation



Philippe Schwarm
Trésorier