

Projet présenté par la commission de l'économie :

M^{mes} et MM. Jacques Béné, Thierry Cerutti, Serge Hiltpold, Murat-Julian Alder, Jacques Blondin, Pierre Eckert, Jean-Marc Guinchard, François Lefort, Cyril Mizrahi, André Pfeffer, Ana Roch, Romain de Sainte-Marie, Salika Wenger, Thomas Wenger, Céline Zuber-Roy

Date de dépôt : 13 avril 2021

Projet de loi

modifiant la loi 12728 sur le soutien au secteur du tourisme dans le cadre de la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19)

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève décrète ce qui suit :

Art. 1 Modifications

La loi sur le soutien au secteur du tourisme dans le cadre de la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19), du 25 juin 2020, est modifiée comme suit :

Art. 3 Indemnité et périmètre (nouvelle teneur)

¹ L'Etat verse à la Fondation Genève Tourisme & Congrès, sous la forme d'une indemnité monétaire d'exploitation au sens de l'article 2 de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005, le montant de 4 500 000 francs pour les années 2020, 2021 et 2022.

² L'indemnité versée vise un soutien au secteur du tourisme sur les axes suivants :

- a) création d'ensembles d'activités thématiques pour 675 065 francs;
- b) création et remise de chèques tourisme pour 776 051 francs;
- c) création et remise de chèques cafés-restaurants et bars pour 1 500 000 francs;
- d) déploiement d'un label sanitaire relatif au COVID-19 pour 93 252 francs;
- e) relance du tourisme de loisirs pour 1 455 632 francs.

Art. 4 Programme (nouvelle teneur)

L'indemnité monétaire d'exploitation est inscrite au budget annuel de l'Etat voté par le Grand Conseil sous le programme A04.01 « Promotion économique et tourisme » :

- pour l'année 2020 : 2 084 702 francs
- pour l'année 2021 : 1 687 482 francs
- pour l'année 2022 : 727 816 francs

Art. 6, al. 1 (nouvelle teneur), al. 2 (abrogé, les al. 3 et 4 anciens devenant les al. 2 et 3) et al. 2 (nouvelle teneur)

¹ La Fondation Genève Tourisme & Congrès émet des chèques cafés restaurants et bars d'une valeur nominale de 25 francs afin de permettre la relance économique du secteur touristique, à concurrence d'un nombre maximum de 60 000 chèques. Ces chèques sont à faire valoir sur une facture d'un montant minimum de 50 francs et ne peuvent être utilisés de manière cumulative.

² Les chèques cafés-restaurants et bars ne sont utilisables que pendant la période du 1^{er} juillet au 30 septembre 2020 inclus pour les chèques émis en 2020 et pendant la période du 1^{er} mai au 30 novembre 2021 pour les chèques émis en 2021. La non-utilisation du chèque cafés-restaurants et bars ne donne droit à aucun remboursement.

Art. 2 Clause d'urgence

L'urgence est déclarée.

EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames et
Messieurs les députés,

Le PL 12728 a fait l'objet d'un bilan devant la commission de l'économie par la Fondation Genève Tourisme & Congrès (ci-après FGT&C) en date du 12 avril 2021. Vous trouverez la présentation en annexe.

Sur l'ensemble du budget initial de 4 500 000 francs, seuls 2 084 702 francs ont été dépensés ou sont engagés. La commission de l'économie propose donc que le solde de 2 415 298 francs soit réaffecté de la manière suivante pour les années 2021 et 2022 :

- 959 666 francs pour des chèques cafés-restaurants ;
- 727 816 francs pour 2021 et 2022 pour la relance du tourisme de loisirs.

Pour les chèques cafés-restaurants, le système resterait identique, soit un chèque de 25 francs pour une facture d'au minimum 50 francs de consommation. Les chèques seraient valables jusqu'au 30 novembre 2021. Au contraire des aides individuelles ciblées octroyées durant la crise sanitaire actuelle, il s'agit ici de chèques distribués sans considération de statuts, de revenus, d'activité ou de domiciliation des personnes bénéficiaires.

Pour la relance du tourisme de loisirs, il s'agit d'une demande de la FGT&C dont la présentation devant la commission de l'économie est également annexée. Le tourisme d'affaires aura de la peine à revenir à son niveau d'avant la crise et la FGT&C souhaite profiter de l'occasion pour positionner de manière durable la destination « Genève » comme destination de tourisme de loisirs.

Le PL 12728 déployait ses effets jusqu'au 31 décembre 2020 pour les axes figurant à l'art. 3 al. 2 let. a, b et c, mais continue à produire ses effets pour le déploiement d'un label sanitaire relatif au COVID-19 (art. 3 al. 2 let. d). Le PL 12728 est donc toujours en vigueur et peut donc être modifié de même que le contrat de prestations qui lie la Fondation Genève Tourisme & Congrès. C'est ce que la commission de l'économie propose avec le présent projet de loi.

Les modifications à la loi initiale 12728 figurent ci-dessous en gras souligné :

Chapitre I Dispositions générales

Art. 3 Indemnité et périmètre (nouvelle teneur)

¹ L'Etat verse à la Fondation Genève Tourisme & Congrès, sous la forme d'une indemnité monétaire d'exploitation au sens de l'article 2 de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005, le montant de 4 500 000 francs pour ~~Pannée 2020~~ les années 2020, 2021 et 2022.

² L'indemnité versée vise un soutien au secteur du tourisme sur les axes suivants :

- a) création d'ensembles d'activités thématiques pour 900 000-675 065 francs;
- b) création et remise de chèques tourisme pour 2 500 000-776 051 francs ;
- c) création et remise de chèques cafés-restaurants et bars pour ~~1 000 000~~ de 1 500 000 francs;
- d) déploiement d'un label sanitaire relatif au COVID-19 pour 100 000 93 252 francs;
- e) relance du tourisme de loisirs pour 1 455 632 francs.

Art. 4 Programme

L'indemnité monétaire d'exploitation est inscrite au budget annuel de l'Etat voté par le Grand Conseil sous le programme A04.01 « Promotion économique et tourisme » :

- pour l'année 2020 : 2 084 702 francs
- pour l'année 2021 : 1 687 482 francs
- pour l'année 2022 : 727 816 francs

Chapitre III Aides financières pour les chèques cafés-restaurants et bars

Art. 6 Principes

¹ La Fondation Genève Tourisme & Congrès émet des chèques cafés-restaurants et bars d'une valeur nominale de 25 francs afin de permettre la relance économique du secteur touristique, à concurrence d'un nombre maximum de ~~40 000~~ **60 000** chèques. Ces chèques sont à faire valoir sur une facture d'un montant minimum de 50 francs et ne peuvent être utilisés de manière cumulative.

~~² L'attribution des chèques est réservée aux personnes domiciliées dans le canton de Genève.~~

² Les chèques cafés-restaurants et bars ne sont utilisables que pendant la période du 1^{er} juillet au 30 septembre 2020 inclus pour les chèques émis en 2020 et pendant la période du 1^{er} mai au 30 novembre 2021 pour les chèques émis en 2021. La non-utilisation du chèque cafés-restaurants et bars ne donne droit à aucun remboursement.

³ L'utilisation des chèques cafés-restaurants et bars ne peut être effectuée que pour couvrir des dépenses dans des établissements définis à l'article 3, lettre f, de la loi sur la restauration, le débit de boissons, l'hébergement et le divertissement, du 19 mars 2015.

L'urgence est déclarée comme pour le projet de loi initial.

Ce projet de loi ne fait donc que modifier l'affectation des fonds initialement attribués en fonction des montants d'ores et déjà dépensés.

La commission de l'économie vous invite donc, Mesdames et Messieurs les députés, à lui faire bon accueil.

Relance du tourisme à Genève Résultats 2020 et Projet 2021-2022



GENEVA~~/~~LIVE

/ Plan de relance 2020 en chiffres

Actions/Résultats	Prévision	Effectué	Dépensé	Reliquat
Geneva Box	15	15	675'065.-	224'935.-
Geneva Gift Card	22'000	6'159	776'051.-	1'723'949.-
Bons Restôbar	35'000	31'499	540'334.-	459'666.-
Label Clean&Safe	-	-	93'252.-	6'748.-
Total			2'084'702.-	2'415'298.-



Changer le positionnement Genève : La destination urbaine de loisirs.

GENEVALIVE

/ Relance 2021-2022 → Repositionner à long terme

- Produit
 - Marchés → tous en fonction des déplacements
 - Familles → cible la + évidente
 - Couples → « Retraités actifs » et « DINKS »
 - Meetings & Incentives !!!
- Accueil Physique
- Plateforme numérique
- Promotion
 - Positionnement radicalement différent
 - Message unique et compréhensible
 - Fédérer les partenaires
 - Valorisation de l'offre existante
- Planning → début : juillet-août 2021, étalé en 2022-24

*Changement de
Positionnement
« La plus petite des
grandes villes! »*

→

*« Le plus Grand
Terrain de Jeu
au monde! »*

/ Le Concept

Genève : Un terrain de jeu pour les loisirs!

- L'idée forte est de proposer un produit touristique complet et diversifié, familial, mais pas uniquement, facile d'accès, et plutôt haut de gamme.
- Renforcer l'offre actuelle du « City Pass » et améliorer l'expérience client
- On peut l'apparenter à un « Complexe de loisirs »
- Les visiteurs pourront bénéficier directement, gratuitement ou à prix réduits, des plus de 100 attractions en ville, et des excursions possibles à proximité.

Concrètement:

- Un message fort et unique pour se différencier et « exister »
- Centrale(s) de réservation faciliter l'accessibilité aux loisirs
- Prise en charge par des hôtes et hôtesse(s) d'accueil de la destination
- Expérience client de qualité, quel que soit l'hébergement

/ 5

/ Contenu

- Un terrain de jeu naturel :
 - Un lac et deux rivières qui se joignent dans la destination
 - La destination la plus verte au monde: 3ème ville avec le plus d'espaces verts au monde, selon [le MIT et le WEF](#), plus de 20% de son territoire est couvert par un espace vert
 - Un vignoble directement accessible:
 - 1'410 hectares de vignes sont cultivés à Genève, soit environ 10% de l'ensemble du vignoble suisse. 3ème plus grand vignoble national, encore inconnu.
 - La balade viticole la plus longue de Suisse!
- Un très grand nombre d'activités sportives proposées:
 - Rafting; Stand-up Paddle; Wake board; Voile; Kite surf; Wind surf, Nager dans le lac ou dans le Rhône, Pêche; Course à pied; Vélo; Parapente;...
 - 18 bassins publics (piscines) dans la canton
 - 47 courts de tennis
 - Golf urbain : Jouer gratuitement au golf sur un parcours de 8 trous, d'une longueur d'environ 4 km, pour redécouvrir les plus beaux sites de la rade

/ 6

/ Contenu

- Un complexe d'une extraordinaire richesse culturelle :
 - Le plus grand musée d'histoire naturelle de Suisse, avec une surface d'exposition de 8 000 m2
 - Le plus grand musée d'art moderne et contemporain de Suisse (MAMCO)
 - Prix "Best Opera House 2020" décerné au Grand Théâtre de Genève par Opernwelt
- Une destination gastronomique :
 - La capitale gastronomique de la Suisse :
 - 58 restaurants au Guide Michelin 2020
 - 11 restaurants étoilés au Guide Michelin (2 étoiles pour le Domaine de Châteauevieux)
 - 67 restaurants sélectionnés par le guide Gault & Millau 2021
 - 30 maîtres chocolatiers - 1 chocolaterie genevoise (Favarger)
 - La plus grande variété de cuisine en Suisse (160 types de cuisine différents)
- Et encore:
 - Le plus long banc en bois du monde
 - Déplacez-vous gratuitement dans la destination grâce à la Geneva Transport Card
 - En Bref : Travailler sur les superlatifs, se différencier et marquer les esprits!

/ 7

/ Concrètement le Genève des loisirs

- Information aux partenaires internes/externes
- Boîte à outils de promotion et participation à l'action
- Communication de lancement
 - Campagne de promo sur les marchés)
 - Campagne de promo à Genève + présence du produit à Genève
 - Autres Cibles :
 - Médias locaux et suisses
 - Médias internationaux
 - Influenceurs
- Coûts Production (2021/2022) : 110K / 50K
- Coûts Promotion (2021/2022): 255K / 315K

- **Visibilité**
Cœur de métier
- Lisibilité
Focus Client
Formules simples
- Accessibilité
Grand Défi
Coût – dépendance

/ 8

/ Concrètement le Genève des loisirs

- Accessibilité
 - Information permanente
 - “Tous” les contacts informés
 - Logistique d’accompagnement
 - Nouveaux lieux: les “hubs”
 - Geneva Angels très visible!
 - Signalétique et prise en charge

- Coûts (2021/2022): 185K / 205K

- Visibilité
Cœur de métier
- Lisibilité
Focus Client
Formules simples
- **Accessibilité**
Grand Défi
Coût –
dépendance

/ 11

/ Les hubs

Mise en place d’un stand léger dans des lieux stratégiques

- Partenaire(s): central, choisi dans différentes catégories et lieux stratégiques
- Stand léger : une table un popup screen (visuel FGTC), un écran tactile, visuels de nos réseaux sociaux
- Présence sur le stand d’une personne/plusieurs du Traveller Bureau aux heures de rendez-vous, en fonction du nombre d’activité à une heure donnée
- Ecran permettant d’afficher
 - les heures de rendez-vous
 - un film/visuel avec les activités phares
 - numéros où joindre nos équipes

/ 12

/ Les Geneva "Tourist" Angels

- Equipe de jeunes étudiants dont c'est souvent le premier job
- 6 semaines de mission
- 20-30 Binômes mobiles, accompagnés parfois de guides officiels
- Accueil, guidage, et renseignements dans les zones touristiques de la ville



/ 13

/ Geneva Tourist Angels: chiffres de 2019



- 4 zones fixes et 3 en fonction de l'actualité
 - A et B** : Vieille-ville
 - C** : Rive droite
 - D** : Rive gauche
 - E** : Ponts et rues basses
 - F** : Nations, Carouge, Plainpalais-Quartier des Bains
- 33'715 personnes renseignées en 2019
- 18 Tourist Angels engagés
17 étudiants et un contrat avec une association de réinsertion
Ce nombre passera à 25-30 pour 2021 et 2022
- 10 langues maîtrisées, mais l'allemand comme objectif pour une grande partie de l'équipe mobile d'accueil

/ 14

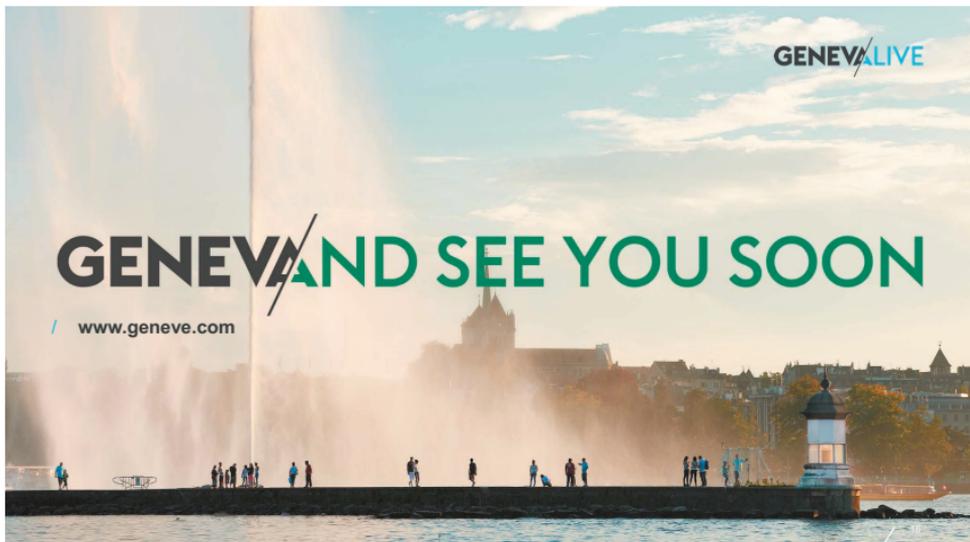
/ Récapitulatif budget de relance 2021-2022

Projets/Année	RestôBar	2021	2022
Production	95'000.-	110'000.-	50'000.-
Promotion	35'000.-	255'000.-	315'000.-
Numérique	15'000.-	70'000.-	40'000.-
Produit	830'000.-	80'000.-	90'000.-
Accueil*	25'000.-	185'000.-	205'000.-
Total	1'000'000.-	700'000.-	700'000.-

* Personnel engagé par la Fondation GT&C

- Investissement minimum pour lancement en juin: CHF 290'000.-
- Investissement de promotion en juin: CHF 100'000.-
- Mise en action et promotion continue: CHF 310'000.-
- Début au 1^{er} mai

/ 15





/ Objectifs et budget

- Relancer l'activité touristique pour l'été 2020, et le second semestre 2020; Soutenir financièrement les acteurs du tourisme (hôtels, restaurants, prestataires de services touristiques)
- Trois axes pour y arriver:
 - Soutien direct aux hôtels et restaurants
 - Promotion de la destination
 - Rassurer la clientèle d'affaire
- Quatre actions et un Budget de CHF 4,5 millions
 - Geneva Box: CHF 900'000.-
 - Geneva Gift Card: CHF 2'500'000.-
 - Bons RestôBar: CHF 1'000'000.-
 - Label Clean&Safe: CHF 100'000.-

1. Produits thématiques « Geneva Box »
2. Chèques hôtels « Geneva Gift Card »
3. Chèques Restaurants « Bons RestôBar »
4. Label Clean&Safe

/ Chronologie et résultats

- 25 juin : loi 12728 votée
- 1^{er} juillet : règlement d'application établi
- 1^{er} juillet: lancement des premiers produits thématiques – Geneva Box
- 16 juillet : envoi des premiers bons « RestôBar » et « Geneva Gift Card » 60 restaurants partenaires, et 223 partenaires de la Gift Card
- 14 août : 15'000 bons « RestôBar » envoyées, 106 restaurants partenaires, 1'150 Gift Card
- 11 septembre: 27'500 bons « RestôBar » envoyés, 164 restaurants partenaires, 2'850 Gift Card
- 30 septembre: fin des Restôbar → 31'499 distribuées, 50% de bons activés.
- 31 décembre: fin des activités du plan de relance → 6'159 Gift Card utilisée, 15 produits thématiques créés: 142 distribués

/ 3

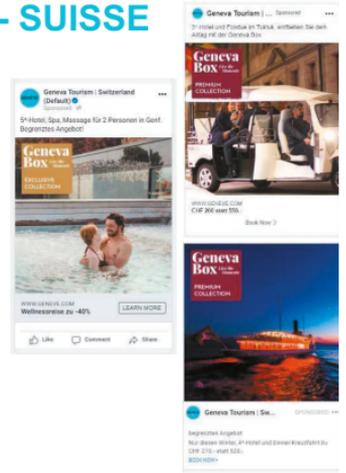
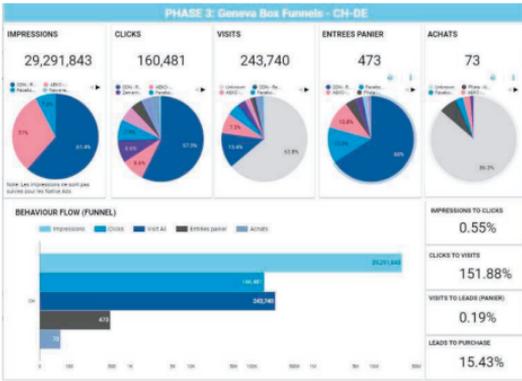
/ 1. Offre promotionnelle thématique: Geneva Box

- Principe des box: 1 nuit d'hôtel + 1 activité
 - Période de validité des box : **1er Juillet – 31 Décembre 2020**
 - Possibilité de réserver à partir de **1 nuit** seulement
 - Possibilité de réserver des hôtels de **1* à 5***
 - **3 niveaux** de box: Exclusive – Premium – Découverte
 - Activation : marches Suisse & France (UK en arrêt)
 - Budget de l'Etat: CHF 900K.-
- Depuis le 1^{er} juillet → lancement de 15 box
 - 5 box exclusives
 - 7 box premium
 - 3 box découvertes
- Chaque box est liée à une catégorie d'hôtel et a donc un prix unique
- Box écoulées (box achetées + offertes): **142 Geneva Box**



/

/ 1. Activation digitale Geneva Box - SUISSE



/ 1. Retombées Geneva Box - SUISSE

20 INFLUENCEURS SUISSES ENGAGÉS...

Groupe d' influenceurs Suisses-ALL pour promouvoir la destination + l'hôtel Le Bristol

1. @watterlitas : 33.4 k abonnés
2. @newywisaeed : 16.4 k abonnés
3. @justmovetoswitzerland : 40.6 k abonnés
4. @coolbrandz : 34.3 k abonnés
5. @senzamedia : 60.4 k abonnés
6. @newinzurich : 1.3k abonnés
7. @slavia_karlen : 33k abonnés

Groupe de 3 influenceurs Suisse-ALL en collaboration avec le RITZ Carlton

1. @cameonistas : 119k abonnés
2. @thenordofnicole : 65k abonnés
3. @oliviasaeh : 178k abonnés

Influenceurs trips individuals:

1. @andreabrotschl : 35.9k abonnés
2. @MyriamRickli : 18.2k abonnés
3. @freidahudel : 35.9k abonnés
4. @Fabiozerzoben : 12.1k abonnés
5. @morganeschaller : 48.7k abonnés

Influenceurs trips Geneva Box

1. @sarahstoenegger : 120 k abonnés
2. @girlinbasel : 22,4 k abonnés
3. @marvinwalker : 7,4 k abonnés
4. @kevinlutolf : 341 k abonnés
5. @kateprinsloo : 11,3 k abonnés

→ Audience totale cumulée : **8245 k abonnés**



/ 1. Retombées Geneva Box - SUISSE

- Affichage « *Digital Out Of Home* »
- 48 écrans dans Zürich
 - 14 au long de la Bahnhofstrasse
 - 33 en centre-ville de Zürich
- Reach:
 - 990'000 contacts sur la cible « habitants de Zürich âgés de plus de 15 ans »
 - Surperformance des 2 campagnes : plus de 100% chacune, excédant largement les prévisions.
 - Bahnhofstrasse : personnes touchées ont vu en moyenne **2,8 fois** la campagne
 - Zürich centre-ville : personnes touchées ont vu en moyenne **3,6 fois** la campagne



/ 9

/ 2. Geneva Gift Card

- Principe: CHF 100.- de bon pour toute réservation de 2 nuitées minimum !
- 6'894 cartes distribuées, 735 retours, CHF 522'999.- directement reversés,
- 317 établissements partenaires

Suisse Alémanique

Campagne sur Native Ads, Youtube, Facebook et Programmatic :

- 1 236 240 impressions
- 34 982 visites de landing page
- 28 730 CHF dépensés

France

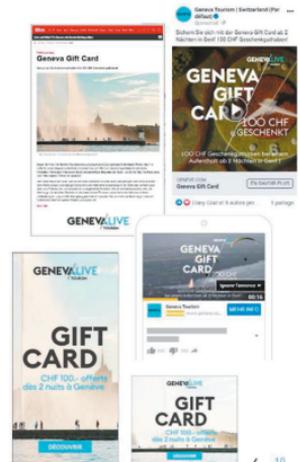
Campagne sur Facebook et Programmatic :

- 4 833 571 impressions
- 3 093 visites de landing page
- 26 887 CHF dépensés

Suisse Romande

Campagne sur Facebook :

- 101 517 impressions
- 820 visites de landing page
- 732 CHF dépensés



/ 10

/ 2. Geneva Gift Card « Etoiles »

- Pour le jeûne Genevois, le jeûne Fédéral et tous les week end jusqu'au 31 décembre:
 - Genève vous offre ses étoiles
 - 2^{ème} nuit d'hôtel à 50%
 - Geneva Gift Card de CHF 100.-
 - Surclassement en catégorie supérieure
 - Une bouteille de vin genevois
 - Parking de l'hôtel offert
 - Participation de 13 hôtels
- Promotion online: Campagne sur Facebook et Programmatic du 7 septembre au 26 octobre 2020 :



Suisse Romande

- 4 941 701 impressions
- 1 681 visites de landing page
- 886 redirections vers les pages hôtels
- 5 950 CHF dépensés

Suisse Alémanique

- 649 216 impressions
- 1 104 visites de landing page
- 114 redirections vers les pages hôtels
- 3 599 CHF dépensés



/ 11

/ 2. Geneva Gift Card « Etoiles » - SUISSE

- **Publications :**
 - L'illustré – 07.10.2020
 - TV8 Magazine – 07.10.2020
 - PME – 28.10.2020
 - **Influenceurs :**
 - Accueil de 7-10 influenceurs durant les mois de novembre/décembre pour promouvoir l'offre via les réseaux sociaux
- Objectif de conversion.



/ 12

/ 3. Bons Restôbar - Genève

Principe: CHF 25.- de bon pour toute consommation de CHF 50 minimum
Opération terminée le 30 septembre 2020
31'499 cartes distribuées, 50% encaissé, CHF 394'387,20, 164 restaurants

Campagne digitale sur Facebook et Instagram:

Cible: résidents de Genève

- 661 903 impressions
- 18 082 visites de landing page

Actions de fin de campagne:

- Promotion sur Instagram par 5 influenceurs locaux
- Newsletter à notre base d'abonnés (1600) à Genève
- Cross promotion sur RS en partenariat avec "La Semaine du Goût"
- Inclusion de Bon Restôbar dans la newsletter de la "Semaine du Goût"
- 2 emails de rappel aux 31'500 détenteurs des cartes → utilisez votre carte!

Activation Print

- Publicité dans La Tribune de Genève

GENEVA LIVE

BON RESTÔBAR VALEUR CHF 25.-

Vous habitez à Genève ?
Il est encore temps de recevoir
votre bon gratuit de 25 CHF !

1 399 000 partages les offres en format papier plus grand format.
Incluez-vous pour recevoir votre bon de 25 CHF à utiliser dans les
restaurants et cafés de Genève pour profiter encore et toujours de Noël !

Bon Restôbar,
un cadeau gourmand
pour les Genevois !

Commencez à promouvoir votre bon de CHF 25.
avant le 30/09/2020.

DERNIERS JOURS

Profitez de la Semaine du Goût pour l'automne !

www.la-tribune.ch/bonrestobar

/ 4. Promotion du label Clean & Safe

- Objectif: promouvoir le label C&S au travers de la destination et du tourisme d'affaires
- Cibles:
 - Organismes de congrès associatifs et d'événements
 - Chefs d'entreprises suisses
- Marchés:
 - Européens
 - Suisse
 - Égaleme: Amérique du nord et Asie
- Format:
 - Offline: publiportage
 - Online: contenus sponsorisés
- Budget:
 - Offline: 65K
 - Online: 30K



/ 4. Promotion online

- 3 articles en ligne au 26 octobre:
 - AMI : <https://amimagazine.global/news/geneva-making-health-a-priority/>
 - MIT : <https://mitmagazine.co.uk/news/geneva-making-health-a-priority/>
 - Boardroom : <https://boardroom.global/meetings-in-a-reassuringly-safe-environment>
- 4 articles en ligne en novembre :
 - Headquarters: article + newsletter
 - Bilan.ch: banners
 - Bilanz: newsletter
 - NZZ: article + native ads

SWISS PROFESSIONALISM AND A SAFE ENVIRONMENT GUARANTEE YOUR SUCCESS

GENEVA, THE PERFECT DESTINATION FOR ANY EVENT

SAFETY IS OUR PRIORITY

WE ARE EXPERTS AT HOSTING THE WORLD.

Maquette de publiportage / 15

/ 4. Promotion offline

- **Headquarters Magazine** – Europe / Asie Pacifique / US – 12'500 exemplaires – 1 page édition d'octobre
- **AMI Magazine** – Europe – 10'000 exemplaires - 1 page édition d'octobre (en raison du COVID, uniquement en PDF)
- **M&T Magazine** – UK – 25'500 exemplaires - 1 page édition de novembre (en raison du COVID, uniquement en PDF)
- **Boardroom Magazine** – UK / US – 7'500 exemplaires – 2 pages édition de novembre
- **Bilanz Magazine** – Suisse – 40'000 exemplaires – 1 page édition de novembre
- **NZZ** – Suisse – 71'000 exemplaires – ¼ page, cahier économique – 24, 29 octobre
- **NZZ am Sonntag** – Suisse – 89'000 exemplaires – ¼ page cahier économique, 1^{er}, 9 novembre

A FOUR 7

GENEVA

Geneva in all its facets

Geneva: the perfect destination for any event

/ Évaluation

- Peu de temps pour la mise en place de 4 actions très différentes
- Cadre de travail rigide par la loi → peu de flexibilité → peu d'agilité
- Très bonne collaboration avec le DDE !
- Clientèle suisse très sollicitée...
- Messages multiples et peu différenciant → besoin d'un message fort et marquant
- Soutien aux restaurants: Public genevois « nouveau » ; partenaires « nouveaux »
- Crise sanitaire plus longue et plus imprévisible que prévue.
- Destination les plus touchées globalement: Les villes de taille moyenne à grande, à clientèle internationale → mission presque impossible → préservation du budget!

/ 17

/ Récapitulatif budgétaire

Actions/Résultats	Prévision	Effectué	Dépensé	Reliquat
Geneva Box	15	15	675'065.-	224'935.-
Geneva Gift Card	22'000	6'159	776'051.-	1'723'949.-
Bons Restôbar	35'000	31'499	540'334.-	459'666.-
Label Clean&Safe	-	-	93'252.-	6'748.-
Total			2'084'702.-	2'415'298.-

/ 18