

Date de dépôt : 16 janvier 2019

Rapport du Conseil d'Etat au Grand Conseil concernant le rapport de gestion de l'exercice 2017 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 2017 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

Il s'agit du sixième rapport de gestion émis par la Fondation Genève Tourisme & Congrès (ci-après : la FGT&C).

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 13 reprises en 2017.

1. Organisation de la Fondation Genève Tourisme & Congrès

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^{er} 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, les commissions et le chiffre d'affaires réalisé par le *Tourist Information Center*.

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 FGT&C 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;
- 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 touristique 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 FGT&C 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 de trois départements, le département marketing, le bureau des congrès et le département *Tourist Services*.

1.1 Le département marketing

Le département marketing assure la promotion du tourisme de loisirs de la destination sur les marchés prioritaires. Il a pour mission de définir la stratégie marketing, ainsi que sa mise en œuvre opérationnelle.

Son principal objectif est d'appliquer une politique active de promotion touristique de Genève, en Suisse et à l'étranger, en termes d'image, de notoriété et de génération de nuitées. Il veille également au développement coordonné des activités de promotion touristique à l'échelle régionale, nationale et internationale.

Pour atteindre ses objectifs, le département marketing enrichit, élargit et met en valeur l'offre touristique de la destination, en adéquation avec les marchés cibles prioritaires. Il crée du contenu en vue d'assurer une image parfaite de la destination, accessible sur les différents canaux, notamment sur Internet. Il stimule la promotion de la destination en accompagnant les partenaires touristiques dans leur développement.

En outre, le département marketing accueille les médias internationaux et les professionnels du voyage à Genève. Il identifie les meilleurs canaux de distribution promotionnels à l'étranger assurant le rayonnement de la destination, et est également à même d'offrir des plateformes aux acteurs du tourisme à l'étranger. Il coordonne également les événements à vocation touristiques et les missions touristiques à l'étranger.

1.2 Le bureau des congrès

Le bureau des congrès a pour mission de promouvoir Genève en tant que destination pour l'organisation de congrès et de conférences d'envergure internationale.

Pour atteindre ses objectifs, le bureau des congrès démarche activement les organisateurs de congrès ou de conférences et gère les processus de candidature en associant les différents partenaires de la destination. Il fédère également les acteurs liés à l'accueil des congrès (hôtels, agences de réservations, organisateurs et autres parties prenantes) dans le but d'établir une

stratégie d'acquisition de congrès et de coordonner les activités lors de la venue d'événements importants.

La mission du bureau des congrès requiert d'imprimer une forte présence dans le monde associatif et corporatif, en participant à des conférences internationales. De plus, il est indispensable de développer le réseau local dans l'écosystème régional, notamment avec les HUG, l'UNIGE, le CERN et les organisations internationales.

Il est également important de noter que le bureau des congrès met sur pied une formation pour les associations afin de les aider à promouvoir l'organisation d'événements.

Par ailleurs, le bureau des congrès a mis en place un réseau d'ambassadeurs qui a pour but de le soutenir dans son activité d'acquisition de congrès ou de conférences.

1.3 Le département Tourist Services

La mission du département *Tourist Services* est de mettre en œuvre l'article 4, alinéa 1, lettre d, de la L^{Tour}, à savoir assurer l'accueil, l'information et l'assistance touristiques. Il a pour objectif de proposer aux touristes des expériences et des solutions pour découvrir la destination Genève et ses alentours et de partager son expérience. Il offre également aux visiteurs des produits leur procurant une expérience client unique, comme des tours de ville, des excursions, le GenevaPass et Regional Pass, ainsi que des croisières. Le département *Tourist Services* crée et vend des tours privés originaux comme « Les Secrets de Genève », « Le Tour Viticole de Genève » ou le « Geneva Food Tour ».

Le *Tourist Information Center* (TIC) du département *Tourist Services* joue un rôle essentiel dans l'accueil des touristes en fournissant des informations sur les activités et les animations de la destination. Le TIC donne des renseignements sur les manifestations et les événements culturels de la région. De plus, il propose un espace boutique mettant en valeur le *Made in Switzerland*. En outre, le département *Tourist Services* coordonne le concept *Genev/Authentic*, qui valorise les talents genevois : artisans, producteurs, etc.

Par ailleurs, le département *Tourist Services* forme les acteurs locaux à l'importance de l'accueil et à l'expérience client. Ainsi, il organise une formation à l'accueil des visiteurs pour les réceptionnistes d'hôtels, les équipes CFF de la Gare Cornavin, de la Gare Routière et du *Visitor's Center* de Genève Aéroport. Il collabore à de nombreux projets relatifs à l'accueil, comme la création du module « Accueil – Connaître Genève » de la formation destinée aux commerçants et restaurateurs, qui sera mis en place dès 2019. En outre, il

participe à la création et la mise en place de la formation « Culture et tourisme » de l'UNIGE, destinée aux futurs guides et médiateurs culturels, en collaboration avec l'Université et l'Association des guides de Genève.

De plus, le département *Tourist Services* sensibilise la population locale au tourisme et à son propre « rôle » d'acteur touristique au travers du *Genevapass Day*.

Le département *Tourist Services* est également actif sur le terrain en étant présent lors de grandes manifestations. Il assure également la mise en œuvre et la gestion des *tourist angels*.

2. Résultats financiers

Au niveau des produits, le revenu lié à la taxe de séjour (10 834 795 francs) et à la taxe de promotion du tourisme (6 561 654 francs), net des frais de perception du département des finances et des ressources humaines, est de 16 792 677 francs pour l'année 2017, montant supérieur à celui de 2016, soit 16 375 908 francs et supérieur au budget fixé à 15 610 893 francs.

Le total des produits réalisés par la FGT&C s'élève à 21 673 138 francs, en intégrant les produits générés par l'édition 2017 des Fêtes de Genève.

Au niveau des charges, l'attribution pour la *Geneva Transport Card* en 2017 s'élève à 3 118 930 francs. Les frais d'administration et de fonctionnement pour l'année 2017 s'élèvent à 7 140 153 francs.

La « réserve pour manifestations à caractère international » a été constituée à 400 000 francs, en tenant compte des attributions de l'année 2017. Pour l'année 2017, l'utilisation s'élève à 279 000 francs. La reconstitution de la réserve a été assurée par utilisation du même montant 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 francs pour un maximum de 500 000 francs.

A noter que l'édition 2017 des Fêtes de Genève a enregistré une perte de 3 749 000 francs. Le total des produits de la manifestation est de 4 414 166 francs et les charges s'élèvent à 8 163 167 francs.

La FGT&C clôture l'année 2017 sur un déficit de 4 045 200 francs.

3. Niveau opérationnel

Au niveau opérationnel, l'année 2017 a été marquée par les éléments suivants :

- Genève a enregistré plus de 3 millions de nuitées en 2017, (3 054 435 nuitées), un record absolu;
- Genève a été désignée *Best leading City Break Destination* d'Europe au *World Travel Award* 2017. Ce prix conforte la stratégie de la FGT&C de porter ses efforts sur la progression des nuitées relatives aux courts séjours de week-end;
- le site *Online Training B2B* (<https://onlinetraining.geneve.com>) a été lancé, donnant la possibilité aux sociétés locales, aux tours opérateurs et aux acteurs du tourisme de tester et certifier leurs connaissances sur la destination. Par ailleurs, le lancement de la nouvelle médiathèque *online* met à dispositions en libre-service des acteurs des centaines de nouvelles photos et vidéos de Genève;
- au niveau des congrès, le bureau des congrès a accueilli 3 congrès de plus de 5 000 participants et poursuit sa collaboration avec l'Etat de Genève, la Ville, les HUG, l'Université, le Campus Biotech, le CERN, Palexpo, le CICG et les hôteliers.
- le *Tourist Information Center* a reçu plus de 210 000 visiteurs en 2017 et le département *Tourist Services* a répondu à plus de 13 000 appels téléphoniques et 15'000 e-mails. Le taux de satisfaction clients est de 90,8%.

A noter que la FGT&C s'est séparée de son directeur général et du responsable des manifestations.

Par ailleurs, les pertes importantes subies par la FGT&C en 2016 et 2017 ont mis en évidence la nécessité de mener une réflexion plus large sur les enjeux relatifs à la promotion de la destination et les missions de la FGT&C.

L'organisation des états généraux du tourisme qui ont eu lieu le 15 mai 2018, réunissant tous les acteurs de la branche, avait pour but de mener cette réflexion avec les parties prenantes. Dans le cadre de ces échanges, les dimensions du tourisme de congrès, du tourisme de loisir, du tourisme académique, le *branding* et la Genève internationale ont été abordées. L'objectif de cette réflexion était non seulement de poser les enjeux notamment en lien avec la transition numérique et l'évolution des besoins, mais également d'apporter des solutions et de nouvelles orientations pour la FGT&C.

Les résultats des états généraux ont été intégrés dans un projet de loi visant à modifier la loi sur le tourisme. Ce projet vise notamment à renforcer le contrôle de l'Etat sur la FGT&C, à rééquilibrer la gouvernance de la fondation en tenant compte des enjeux liés à l'image de la destination et à adapter le principe de la taxe de séjour afin de la simplifier et d'assurer la sécurité juridique.

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 Hodggers

Annexe :

Rapport d'activité 2017 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès

RAPPORT D'ACTIVITE 2017

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 3-5
5.	Synthèse opérationnelle de l'année	pages 6-11

1. Membres du Conseil de Fondation

Le Conseil de Fondation est composé de 10 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 genevoises : M. Philippe Schwarm (Trésorier)
- 3 représentants des hôteliers : M. Thierry Lavalley
M. Marc-Antoine Nissille (Vice-président)
M. Mehdi Derouazi
- 2 représentants des commerçants : M. Yves Menoud (Président)
Mme Sophie Dubuis
- 1 représentant des cafetiers-restaurateurs : M. Daniel Carugati
- 1 représentant de Palexpo : M. Claude Membrez
- 1 représentant des milieux financiers : Mme Chantal Bourquin

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 2017.

3. Gestion de la Fondation

Le Conseil de Fondation s'est réuni à neuf reprises durant l'exercice 2017, aux dates suivantes :

- 19 janvier 2017 (constitution du nouveau Conseil de Fondation)
- 21 février 2017
- 6 avril 2017
- 8 juin 2017
- 27 juin (séance stratégie 2018)
- 19 septembre 2017
- 17 octobre 2017
- 31 octobre 2017
- 30 novembre 2017

En outre, des séances extraordinaires du Conseil de Fondation se sont tenues à huis clos les :

- 5 décembre 2018
- 8 décembre 2018
- 13 décembre 2018
- 18 décembre 2018

Suivi de la gestion :

- Le Conseil de Fondation du 6 avril 2017 a approuvé le rapport d'activité 2016, ainsi que les comptes de l'exercice 2016 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.
- Le Conseil de Fondation du 30 novembre 2017 a approuvé le budget 2018 de la Fondation.

4. Aspects financiers

FGT&C - CHF	2017	2016	
Recettes Taxes	16 792 677	16 375 908	
Autres recettes	466 295	414 636	
Total Produits	17 258 973	16 790 544	
Salaires & charges sociales	5 185 498	4 803 983	
Frais de personnel	252 114	229 264	
Loyer & charges	719 040	713 716	
Télécommunications	65 099	68 510	
Frais de bureau	466 403	466 750	
Honoraires & Conseil de Fondation	259 276	269 068	
Frais financiers	43 591	168 811	
Halle 6 Palexpo	1 712 833	1 686 553	
Autres charges d'administration	269 195	-87 000	
Amortissements	0	0	
Achat informatiques & logiciels	149 132	133 755	
Total Administration	9 122 181	8 453 411	
Bureau des congrès	706 680	776 047	
Transport card	3 118 930	3 234 182	
Marketing	2 819 686	2 559 586	
TIC - Tourist Services	458 108	482 862	
Autres	26 994	1 047 290	
Total charges	16 252 578	16 553 379	
Résultat Fondation GT&C	1 006 395	237 165	Total
Résultat Fêtes de Genève 2017	-3 749 000		-3 749 000
Ajustement FdG 2016	-1 302 594	-3 498 810	-4 801 405
Résultat Net Consolidé	-4 045 200	-3 261 645	

a) Au niveau des produits

Globalement, les produits des taxes, nets des frais de perception, se sont élevés pour l'année 2017 à CHF 16'792'677.- (2016 : CHF 16'375'908.-). Le produit de la taxe de séjour est en légère augmentation par rapport à 2016, tout comme le produit de la taxe de promotion touristique par rapport au budget 2017.

L'Administration fiscale cantonale (AFC) a procédé à des versements mensuels de CHF 900'000.-, complétés d'un montant supplémentaire aux mois de juillet et décembre 2017, moyennant une commission de perception de 3,5%.

Le total des produits réalisés s'élève à CHF 17'258'973.-, hors Fêtes de Genève (CHF 21'673'138.- y compris Fêtes de Genève 2017).

b) Au niveau des charges, des dépenses et affectations

L'attribution pour la Geneva Transport Card s'élève à CHF 3'118'930.-, alors que le budget prévoyait un montant de CHF 3'247'146.-. La différence provenant d'une surestimation des coûts liés de 2016 et qui ont été ajustés dans la période courante.

L'attribution 2017 se base sur les informations disponibles de l'OCSTAT au 31 décembre 2017 indiquant une augmentation des nuitées de 0,4%. L'augmentation est appliquée aux nuitées définitives 2016 (2'977'395) annoncées par le service de la perception de l'AFC, ce qui donne un nombre de nuitées estimées pour 2017 de 3'054'435. Le prix considéré étant de CHF 1,10 par nuitée (selon le contrat 2015/2016/2017/2018 avec UNIRESO/TPG). La charge pour 2017 s'élève donc à CHF 3'118'930.- en prenant en compte l'ajustement des nuitées définitives 2017, non connues au moment du bouclage précédent.

Les participations ponctuelles, promises durant l'année 2017 et comptabilisées sur l'exercice, se sont élevées à CHF 59'500.- (2016 : CHF 63'600.-), alors que le budget prévoyait un montant de CHF 100'000.-.

Les frais d'administration et de fonctionnement se sont élevés pour l'année 2017 à CHF 7'140'153.- par rapport au budget 2017 alloué de CHF 7'207'889.-.

Les intérêts relatifs au prêt de l'Etat de Genève s'élèvent, pour 2017, à CHF 389'913.-. Le taux actuel est fixé à 2%.

Afin d'être en conformité avec le Règlement d'organisation de la Fondation Genève Tourisme & Congrès, la réserve pour manifestations à caractère international a été reconstituée à CHF 400'000.-, par une charge de CHF 279'000.-. Pour rappel, le Règlement prévoit une réserve d'un montant minimum de CHF 300'000.- pour un maximum de CHF 500'000.-.

Les Fêtes de Genève 2017 ont enregistré une perte de CHF 3'749'000.- (total des produits à CHF 4'414'166.- et des charges à CHF 8'163'167.-). A noter qu'un ajustement de CHF 1'302'594.- a été passé sur les comptes 2017 mais est relatif à l'exercice 2016, portant les pertes du Geneva Lake Festival 2016 à un total de CHF 4'801'405.- (pertes cumulées 2016/2017 : CHF 8'550'405.-). Les prestations de la Ville de Genève réalisées dans le cadre des Fêtes de Genève et non facturées (total CHF 3'627'319.-), 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 2017, une attribution à la « réserve pour compensation du remboursement du prêt » de CHF 1'322'920.- a été effectuée conformément au budget (2016 : CHF 1'269'704.-). 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 Genève Tourisme & Congrès au capital-actions de Palexpo SA.

Finalement, un montant déficitaire de (CHF 4'045'198.-) a été prélevé sur les fonds libres en 2017 (2016 : montant prélevé de CHF 3'261'645.-).

c) Au niveau du bilan

Le total du bilan s'élève à CHF 30'017'467.- au 31 décembre 2017 (au 31 décembre 2016 : CHF 32'637'477.- ; au 31 décembre 2015 : CHF 35'351'834.-) et marque un recul important dû à l'utilisation des réserves en liquidités, réserves utilisées pour couvrir les pertes des deux dernières éditions des Fêtes de Genève (Geneva Lake Festival 2016 et Fêtes de Genève 2017).

L'actif est composé : pour 79,41% (2016 = 72,69%) de la participation au capital-actions de Palexpo SA ; de 11,43% (2016 = 17,40%) des comptes de liquidités répartis auprès de la BCGe, UBS et Crédit Suisse ; le solde, soit 9,16% (2016 = 9,91%), concerne des créances à court terme.

Le passif est constitué : pour 61,95% (2016 = 60,66%) du prêt de l'Etat de Genève (tranches court et long terme) ; pour 12,80% (2016 = 8,26%) de créanciers et charges à payer (hors prêt de l'Etat de Genève, tranche court terme) ; de 25,25% (2016 = 31,08%) des fonds propres de la Fondation au 31 décembre 2016.

Le prêt de l'Etat de Genève s'élève au 31 décembre 2017 à CHF 18'595'741.- (2016 = CHF 19'919'261.-). L'annuité 2018 a été suspendue à titre exceptionnel par le Conseil d'Etat, à la demande de la Fondation.

Les fonds propres ont diminué de CHF 2'722'277.- au 31 décembre 2017. La réserve pour compensation du remboursement du prêt a été dotée de CHF 1'322'920.- correspondant au montant effectif du remboursement réalisé en 2017. Le total des fonds propres s'élève au 31 décembre 2017 à CHF 7'578'346.-, contre CHF 10'300'624.- une année plus tôt.

* * * * *

5. Synthèse opérationnelle de l'année 2017

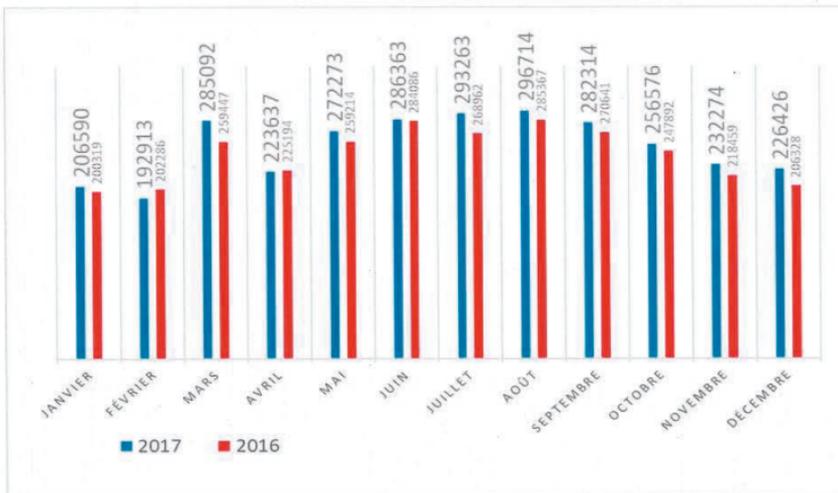
Le Département Marketing

Aux World Travel Awards 2017, pour la troisième fois, Genève est désignée *Best Leading City Break Destination* d'Europe. Ce nouvel Award décroché face à une concurrence prestigieuse, est le résultat du travail des équipes du Marketing, département en charge de la stratégie digitale, de la promotion et de la communication de la destination. Ce prix conforte en outre la stratégie de Genève Tourisme de porter ses efforts sur la progression des nuitées d'un segment à fort potentiel, les courts séjours de week-end.

2017, Une année riche en nuitées

Genève a enregistré plus de trois millions de nuitées en 2017, très exactement 3'054'435, un record absolu. Notre destination n'avait jamais dépassé ce chiffre depuis l'introduction des statistiques de l'Office fédéral de la statistique (OFS) en 1934. Une très belle année en matière de congrès ainsi qu'une stratégie digitale ciblée mise en place pour développer le tourisme de loisir expliquent en partie ces résultats, dus également à des collaborations concertées avec nos partenaires, qu'il s'agisse d'actions promotionnelles menées avec nos partenaires hôteliers sur nos marchés prioritaires ou de collaborations à l'occasion d'événements ponctuels. Ainsi, au début de l'automne, deux projets urbains POP In The City, menés en partenariat avec la Ville de Genève, ont généré des centaines de nuitées tout en montrant une Genève dynamique et se prêtant parfaitement à de nombreuses expériences inédites. En septembre, en collaboration avec Palexpo dans le cadre du festival « Le Royaume du Web », nos hôtes Youtubers internationaux se sont essayés à des expériences genevoises, avec une mise en avant sur le site Internet de Genève Tourisme de thématiques liées à l'Art et à la Culture, ou encore aux 500 Ans de la Réforme.

EVOLUTION MENSUELLE DES NUITÉES 2016-2017



Grâce à une expertise digitale de pointe et au travail des équipes du département Marketing, Genève Tourisme est en première position des offices du tourisme de Suisse en matière de stratégie digitale. Elle est placée par *Skift*, plateforme d'information et de services en marketing touristique, dans le TOP 25 des sites de destinations touristiques dans le monde. *Skift* explique son choix notamment par le fait que le site *geneve.com* « donne envie d'aller visiter la destination ». Autre performance digitale, Facebook a mis en avant parmi ses *Success Stories* l'une de nos campagnes de promotion, *Mum#Relax*, qui ciblait les mères de famille de 25-45 ans des Pays du Golfe, marché historique prioritaire de la destination. Fait marquant, notre destination compte aujourd'hui le plus grand nombre de fans cumulés en Suisse sur les réseaux sociaux, et l'un des meilleurs taux d'engagement parmi les destinations européennes. Les distinctions et succès du digital se traduisent par une belle progression, en 2017, des ventes de packages (+ 17%) et de Geneva Pass (+44%, soit 11'450 unités).

Le département Marketing c'est également une équipe *Communication* performante qui s'appuie sur un réseau de 80 bloggeurs internationaux et des centaines de médias du monde entier accueillis régulièrement à Genève. Ainsi qu'une équipe *Trade* qui œuvre sur les marchés prioritaires en organisant sur place opérations et campagnes de promotion, en coordination avec nos partenaires, tous unis autour d'un objectif commun : promouvoir la destination.

Parmi les succès 2017 : le lancement du nouveau *Online Training B2B* donnant la possibilité aux sociétés locales, aux tours opérateurs, à tous nos partenaires acteurs du tourisme de tester et « certifier » leurs connaissances sur la destination ; le lancement de la nouvelle médiathèque online de Genève Tourisme mettant à disposition en libre-service des centaines de nouvelles photos et vidéos.

Genève Tourisme s'associe généralement aux projets culturels d'envergure initiés par le Département de la culture et du sport de la Ville de Genève lorsqu'ils ont une portée touristique. En 2017, la venue de la Saga des Géants de la Compagnie Royal de Luxe fut pour Genève l'occasion de se positionner durant trois jours comme pôle d'attraction régional, voire international. Les 29 et 30 septembre et le 1^{er} octobre, le spectacle poétique de la Grand-Mère conteuse et de la Petite Géante, leurs défilés et déambulations à travers la ville, ont attiré à Genève 850'000 personnes. L'événement, mémorable, concourt à la notoriété de la destination et à la promotion touristique.

Le département Marketing joue un rôle de pôle fédérateur au sein de Genève Tourisme comme auprès des acteurs touristiques de la destination. Sous la direction de Vincent Dubi, il organise régulièrement actions et événements à l'intention de nos partenaires. En 2017, le premier « Séminaire digital » et les nouveaux « Rendez-Vous Loisirs » ont été très suivis.

Le Bureau des congrès

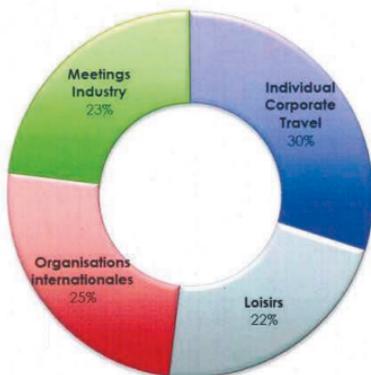
Une part notable des résultats de la destination en termes de nuitées est à porter au crédit du Bureau des congrès dont l'activité concourt à maintenir Genève en excellente position parmi les destinations de congrès au niveau mondial. En 2017, parmi les conférences accueillies, trois congrès de plus de 5'000 participants. Les performances du Bureau des congrès couronnent un travail de promotion mené en étroite collaboration avec l'Etat, la Ville, les HUG, l'Université, le campus Biotech, le CERN et, bien entendu, Palexpo et nos partenaires hôteliers.

La concurrence des villes européennes

Le tourisme d'affaires représente une part prépondérante de l'activité touristique à Genève, généralement estimée à 78 % face à 22 % de tourisme de loisir. L'apport du Bureau des congrès est évalué à 25 %, la part restante se répartissant globalement entre les événements des organisations internationales (50 %), les voyageurs d'affaires (25 %), sans oublier les événements historiques (Salon de l'Automobile, EBACE...). Le Bureau des congrès travaille pour l'avenir, l'objectif étant d'attirer à Genève de nouveaux événements et si possible de les « pérenniser ». La tâche est ardue face à la concurrence redoutable d'autres destinations renommées – Vienne, Berlin, Bruxelles, Paris, Amsterdam, Barcelone, Copenhague, la liste est désormais longue, sans compter au niveau mondial Dubaï, Melbourne, les USA. En tant que destination de congrès, Genève dispose d'atouts certains – un aéroport à 6 minutes du centre-ville et à proximité de Palexpo, qui plus est hub de compagnies low-cost, les transports publics gratuits, la présence de pôles d'excellence, sa culture internationale. Notre travail est de valoriser ces atouts propres à faire oublier les infrastructures de congrès insuffisantes, un parc hôtelier prestigieux mais parfois non adapté aux congrès et un coût de la vie élevé face à la concurrence de la zone euro. Il faut savoir que chaque congrès amené à Genève nécessite un suivi de 2 à 5 ans. En 2018, le Bureau des congrès travaille pour des événements qui se tiendront en 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, etc.

Film promotionnel de la destination : <https://www.youtube.com/watch?v=3JQ1wK4eRu4>

SEGMENTATION DU MARCHÉ TOURISTIQUE A GENEVE



Source : Etude BAK, 2014

Capacité hôtelière

128 hôtels = 10'041 chambres

5*	14 hôtels
4*	30 "
3*	46 "
2*	12 "
1*	3 "
n/cl	21 "
Auberges de jeunesse 2	

Taux de remplissage hôtels

Lundi – Vendredi	75 % à 85 %
Vendredi-Dimanche	40 % à 50 %

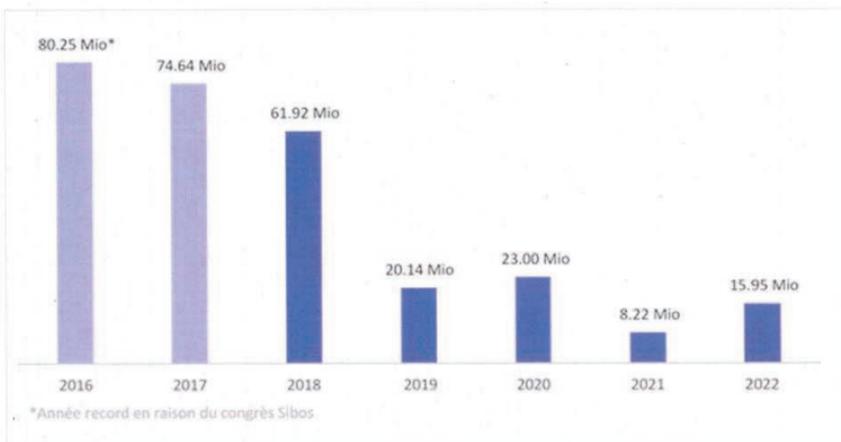
Nuitées annuelles

2016	2'977'395
2017	3'054'435

Le facteur nuitées est le principal indicateur de l'activité touristique à Genève. Il en existe d'autres permettant de calculer l'impact de l'industrie touristique sur l'économie du canton. Pour mesurer les retombées de son activité, le Bureau des congrès utilise l'*Event Impact Calculator (EIC)* développé par *Tourism Economics de Oxford Economics Company*. Adopté au niveau national par SCIB, le Suisse Convention Bureau, l'*EIC* est utilisé par la plupart des bureaux de congrès européens et dans le monde.

Calculées selon l'EIC, les retombées économiques du Bureau des congrès sur l'économie du canton se chiffrent, pour l'année 2017, à 74,6 millions de francs (en 2016 : 84,25 millions). Pour mémoire, les retombées économiques générées par le Bureau des congrès depuis sa création, le 1^{er} juin 2007, sont évaluées à fin 2017 à 600 millions de francs.

BUREAU DES CONGRES : RETOMBES ECONOMIQUES ANNEES 2016 A 2022



Le Bureau des congrès comprend à l'heure actuelle 10 collaborateurs spécialisés dans leurs domaines de compétences, sous la responsabilité de Madame Anja Loetscher qui mi-2018 laissera la direction du département à M. Didier Allaz. Les activités du Bureau des congrès s'articulent sur trois axes : événements Associatifs, Corporate et Incentive. Actif sur les marchés Chine, Inde, Sud-Est Asiatique, USA, Europe, son activité consiste à prospecter, présenter et soutenir les dossiers de candidature de la destination, négocier, convaincre les organisateurs de l'excellence de Genève en tant que destination de congrès. Dans son rôle d'organisme neutre et fédérateur, ses partenaires sont Palexpo, le Centre International de Conférences Genève, les hôtels, les agences, un large réseau de professionnels toujours en développement.

La qualité de ses structures et ses performances placent le Bureau des congrès de Genève parmi les plus efficaces au niveau européen et même mondial. Des distinctions viennent régulièrement récompenser son travail.

Le Tourist Services

Le Tourist Services est le département en charge de l'accueil des visiteurs. Ses 17 collaborateurs officient dans un « Tourist Information Centre » (TIC) fonctionnel et convivial, ouvert 363 jours l'an, rénové en 2014 sur le modèle de l'office du tourisme de Copenhague reconnu comme l'un des meilleurs d'Europe. Le TIC propose aux visiteurs supports d'information papier et digital, Wifi gratuit, espace

détente à la décoration variant selon les saisons, interlocuteurs parfaitement multilingues (17 langues parlées). Côté des écrans tactiles, un étal coloré propose les traditionnels objets souvenirs du folklore suisse et genevois.

L'offre du Tourist Services est aussi variée que la richesse des activités qu'offre Genève à ses visiteurs. L'offre est donc personnalisée, sur mesure, avec des propositions de visites, d'itinéraires, d'excursions, la réservation de chambres et de billets de train, l'organisation de tours privés, des propositions de spectacles ou de croisières sur le Léman...

Les chiffres-clé du Tourist Services en 2017 : près de 210'000 visiteurs accueillis au TIC ; 13'000 appels téléphoniques ; plus de 15'000 e-mails entrants ; pour un taux de satisfaction clients de 90,8 %.

Le succès des tours guidés

En 2017, toutes thématiques confondues, plus de 13'000 personnes ont suivi les tours guidés proposés par le Tourist Services, soit une augmentation de 37 % par rapport à 2016. Le département gère le réseau de 43 guides touristiques de Genève Tourisme, s'exprimant à eux tous en plus d'une vingtaine de langues. Les tours guidés couvrent 18 thématiques dont trois nouvelles créées en 2017 : le « Geneva Food Tour » faisant la part belle aux produits locaux et à notre agriculture ; le « Geneva Wine Tour », visite de la campagne genevoise se terminant chez un vigneron ; le tour « Calvin et Luther, qui étaient-ils ? », proposant un regard différent sur ces célèbres personnages de la Réforme.

Pour maintenir un haut niveau d'excellence, un programme de formation continue des équipes est en place, avec des évaluations régulières par des « clients-mystère », des objectifs de satisfaction élevés, l'adhésion au « Label Q » de la Fédération Suisse du Tourisme. En 2017, pour la troisième année consécutive, le Tourist Services s'est qualifié pour le *Best Service Award* avec un taux de satisfaction supérieur à 90 %.

Parmi les activités du Tourist Services, la tenue d'un Agenda Culturel online proposant une revue très complète aussi bien de la culture classique qu'alternative. Deux critères guident le choix des spectacles présentés : l'intérêt touristique et/ou l'image positive qu'ils donnent de la destination. L'Agenda s'adresse aussi bien aux visiteurs qu'aux Genevois. En 2017, 790 spectacles ont défilé dans l'Agenda Culturel du Tourist Services.

A l'occasion d'événements majeurs, tels EBACE, Vitafood, le Marathon de Genève, les équipes du Tourist Services installent leur stand mobile sur place, offrant aux visiteurs un accueil et des services identiques à ceux qu'ils viennent habituellement rechercher au TIC. Autre occasion de s'externaliser pour le TIC, la saison estivale. De début juillet à mi-août, les Geneva Angels, estafettes du Tourist Services, se déploient dans la ville à la rencontre des visiteurs. L'équipe des Geneva Angels comprend une vingtaine de messagers, la plupart des étudiants polyglottes recrutés pour la période d'été très souvent revenant pour la saison suivante, qui s'en vont par paires à la rencontre des visiteurs pour les orienter et leur faire découvrir une Genève inattendue. Les 18 Tourist Angels du millésime 2017 ont accueilli 48'000 visiteurs.

Enfin, le Tourist Services soutient nos partenaires locaux en organisant des stages de formation à l'accueil destinés à leurs équipes. En 2017, 190 personnes ont participé aux sept sessions de formation du Tourist Services, principalement des réceptionnistes et concierges d'hôtels, les équipes d'accueil des CFF (Gare Cornavin) et de la Gare routière.

Les Fêtes de Genève 2017

L'édition 2017 des Fêtes de Genève marque un tournant. Succès populaire mais revers financier, la manifestation devra se renouveler et surtout trouver un nouveau modèle économique lui permettant de s'autofinancer comme cela a été le cas jusqu'en 2015. Historiquement, bien qu'assurant la production des Fêtes de Genève, la Fondation Genève Tourisme & Congrès ne les finançait pas, le budget de la manifestation était autofinancé via des sponsors, la location d'emplacements forains, de stands culinaires et d'artisanat.

En février 2017, le Conseil de Fondation prenait la décision de se séparer du producteur du Geneva Lake Festival 2016. En cause, l'important déficit de l'édition : les charges avaient été maîtrisées, mais les recettes n'avaient pas été à la hauteur. Autre point important : confirmation était faite que la suppression des Pré-Fêtes, qui amputaient la manifestation de 13 jours, la ramenant à 10 jours, ne permettait pas de générer suffisamment de recettes pour en assurer l'autofinancement. Alors que parallèlement, les charges étaient en augmentation, notamment celles liées à la sécurité à la suite de la vague d'attentats terroristes en Europe.

La réalisation des Fêtes de Genève 2017 était alors confiée à un professionnel de l'événementiel local, mieux à même de mesurer les attentes de la population, les contraintes liées à la mise à disposition du domaine public, de mener les relations avec les acteurs locaux, Ville de Genève et Canton, forains, locataires de stands, sponsors et partenaires. Objectif : maintenir l'édition 2017 des Fêtes, réaliser une manifestation de qualité, tout en respectant le budget.

A fin 2017, après une réflexion approfondie prenant en compte les bilans des années 2016 et 2017, le Conseil de Fondation prenait la décision de faire une halte dans l'organisation des Fêtes de Genève. Parallèlement des mesures étaient prises au niveau de la direction de la Fondation Genève Tourisme & Congrès, avec notamment le départ du directeur général.

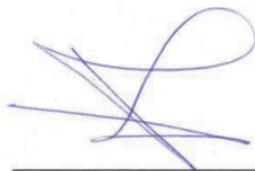
2017 aura été une année tumultueuse amenant la nécessité de faire en 2018, année de transition, un bilan des missions et des activités de la Fondation Genève Tourisme & Congrès, fondation de droit privé reconnue d'utilité publique et se devant, de ce fait, de communiquer efficacement à l'intention de ses partenaires. Dès lors il paraît nécessaire d'adapter notre plan de communication, de l'enrichir d'actions et d'événements fédérateurs. Le rapport d'activité 2017, plus complet que les années précédentes, est une première étape et il devrait dans le futur être encore plus exhaustif.

En conclusion, nous voulons ici remercier l'ensemble de nos partenaires acteurs du tourisme et de l'économie du Canton, ainsi que les personnalités politiques dont nous avons pu mesurer le soutien tout au long de l'année.

Genève, le 27 juin 2018



Yves Menoud
Président du Conseil de Fondation



Philippe Schwarm
Trésorier