



Date de dépôt : 23 août 2023

Rapport du Conseil d'Etat **au Grand Conseil sur le rapport annuel 2022 de la Fondation** **Genève Tourisme & Congrès (FGT&C)**

Conformément aux articles 3, alinéa 4, de la loi sur le tourisme, du 24 juin 1993 (LTour; rs/GE I 1 60), et 4 du règlement d'application de la loi sur le tourisme, du 22 décembre 1993 (RTour; rs/GE I 1 60.01), notre Conseil vous transmet pour information le rapport annuel de l'exercice 2022 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C). Il s'agit du onzième rapport de gestion émis par cette fondation.

1. Organisation de la FGT&C

Le conseil de fondation se compose de 11 membres représentant 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 par le biais de l'Association des communes genevoises (ACG). Il s'est réuni à sept reprises en 2022.

La FGT&C est une fondation de droit privé, au sens des articles 80 et suivants du code civil suisse, du 10 décembre 1907 (CC; RS 210), déclarée d'utilité publique. Elle a été constituée le 6 novembre 2012, dans le cadre de la réforme de la LTour. Elle est issue de l'intégration effective, le 1^{er} janvier 2013, de l'association Genève Tourisme & Congrès dans la Fondation pour le tourisme.

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 mémoire, 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 politique publique L – Economie et emploi et du programme L03 « Promotion économique et tourisme ».

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;
- 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 touristique;
- 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 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.

2. Activités de la FGT&C

Après un ralentissement significatif du nombre de visiteuses et visiteurs en 2020 et 2021 en raison de la crise sanitaire, le secteur touristique a connu une forte reprise durant l'année 2022. Ce regain des nuitées a touché aussi bien le tourisme d'affaires que le tourisme de loisirs. Les nuitées hôtelières ont presque retrouvé un niveau d'avant pandémie. Cette dynamique a permis à la FGT&C de renforcer ses équipes.

La FGT&C a renforcé sa présence sur les marchés prioritaires. Un effort particulier a été mis sur les conditions d'accueil des visiteuses et visiteurs par le biais du développement d'une application de *check-in* numérique, d'un dispositif d'informations aux touristes décentralisés basé dans un centre situé au cœur du Jardin anglais et par des *tourist angels* qui ont sillonné la ville.

La FGT&C a également consolidé ses équipes et ses relations avec les différentes parties prenantes liées à l'accueil des visiteuses et visiteurs et à la promotion de la destination, notamment les hôtels et les prestataires de services.

2.1 Transformation numérique

En 2022, la FGT&C a poursuivi sa « mue numérique » en développant son site Internet et en développant une stratégie de promotion basée sur les réseaux sociaux. Elle a mis en place un parcours client *omni canal*, personnalisé et intuitif, qui place la visiteuse et le visiteur au cœur de l'expérience en ligne grâce à des campagnes sur les réseaux sociaux et à l'accueil numérique.

La plateforme *Easy CheckIn* mise en place par la FGT&C peut s'intégrer avec les systèmes informatiques des hôteliers et apporte de nombreux avantages comme l'émission numérique des cartes de transport ou la collecte préalable des informations requises pour l'enregistrement des visiteuses et visiteurs. La plateforme permet ainsi de simplifier l'échange de données. En 2022, 323 585 cartes de transport numériques ont été émises.

2.2 Stratégie pour un tourisme durable

La FGT&C poursuit la mise en œuvre des objectifs de sa stratégie pour un tourisme durable définie en juin 2021. Dans le cadre de cette mise en œuvre, la FGT&C poursuit les objectifs suivants :

- réduire les déchets dans le secteur du tourisme de 30% d'ici 2025 en appliquant les principes de l'économie. Pour atteindre cet objectif, la FGT&C organise une formation gratuite pour la sensibilisation et la mise

- en place d'un système de monitoring pour la réduction des déchets dans les entreprises;
- réduire l'émission des gaz à effet de serre (GES) de 60% d'ici 2030 en mettant sur pied une formation gratuite pour la sensibilisation et la mise en place d'un système de monitoring pour la réduction de la consommation d'énergie;
 - encourager et promouvoir les produits locaux par un soutien aux manifestations locales, aux produits du terroir, à l'artisanat et au savoir-faire genevois en créant une nouvelle section « Tourisme durable » sur le site Internet de la FGT&C qui comprend une présentation de la stratégie de durabilité, ainsi que celles du canton de Genève et de la Ville de Genève. En outre, la FGT&C promeut les initiatives durables locales telles que les activités à faible impact carbone, les restaurants ambassadeurs et les produits du terroir;
 - favoriser l'impact social et solidaire sur la destination en atteignant 85% de satisfaction des touristes. La FGT&C a mis en place une enquête de satisfaction auprès des touristes durant la saison estivale qui servira de base de référence pour pouvoir suivre son évolution;
 - renforcer la collaboration entre les acteurs touristiques en augmentant de 50% le nombre d'acteurs disposant d'une politique de « Responsabilité sociale d'entreprise » (RSE) et/ou une certification officielle. La FGT&C a promu le programme *Swisstainable* et l'initiative OK GO en organisant un webinaire et en adhérant aux programmes spécifiques proposés.

En outre, la FGT&C a rejoint le programme *Swisstainable* et obtenu le niveau II « *Engaged* » le 16 décembre 2021. La validité du niveau court jusqu'au 31 décembre 2024.

2.3 Collaboration régionale

Dans le cadre du Conseil du Léman, la FGT&C s'est impliquée dans les travaux intitulés « Démarche Touristique ». Ces travaux ont permis d'identifier les besoins et les projets communs. A la fin 2022, une déclaration d'intention et une feuille de route ont été définies.

Par ailleurs, à la sortie de la pandémie, les cantons de Vaud et de Genève ont renforcé leur partenariat. La région lémanique a été promue dans son ensemble, avec notamment Suisse Tourisme en Amérique du nord et en Allemagne et sa mise en valeur lors de l'accueil des médias, des publi-reportages, des webinaris et des représentations en commun.

Finalement, le programme « Développement d'URable dans l'hôtellerie Transfrontalière » (DUET), projet visant le développement d'outils pour soutenir des acteurs de petite envergure dans le domaine de l'hôtellerie et financé par Interreg, a été finalisé. Après une étude approfondie des besoins et de la réalité des acteurs du secteur, un outil en ligne a été développé et testé. Cet outil permet de sélectionner dans différents domaines des actions concrètes que chaque établissement peut mettre en place selon ses besoins.

2.4 Promotion de la destination sur les marchés clés

En 2022, 422 participantes et participants, dont 227 représentantes et représentants de la presse écrite, online, TV et radio (54%) et 195 influenceuses et influenceurs / bloggeuses et bloggeurs (46%) ont pu découvrir Genève, ses hôtels et ses prestataires touristiques grâce à des programmes développés sur mesure, en fonction des centres d'intérêts et des profils de leur audience, mais aussi en fonction de l'actualité et des thématiques de la destination. Cela représente une augmentation de 36% du nombre de participantes et participants (+111) accueillis par rapport à 2018, année de référence.

En 2022, la FGT&C a également organisé un événement médiatique dédié aux institutions culturelles genevoises. Cette soirée de réseautage a permis aux 21 institutions culturelles participantes et aux représentantes et représentants de la Ville de Genève de rencontrer des journalistes (19) venus pour l'occasion.

3. Plan de relance du tourisme

En 2022, la FGT&C a bénéficié du prolongement de l'aide financière extraordinaire octroyée en 2020 par le biais de la loi sur le soutien au secteur du tourisme dans le cadre de la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19), du 25 juin 2020 (L 12728). Cette loi prévoyait initialement un versement de 4 500 000 francs pour l'année 2020 de l'Etat à la FGT&C, 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 (LIAF; rs/GE D 1 11). Ce montant prévoyait le financement de plusieurs mesures de soutien au secteur du tourisme de loisirs (création d'ensembles d'activités thématiques, création et remise de chèques tourisme, création et remise de chèques cafés-restaurants et bars et déploiement d'un label sanitaire relatif au COVID-19).

A la fin de l'année 2020, il s'est avéré que la FGT&C n'avait utilisé que 2 084 702 francs sur les 4 500 000 francs disponibles. La loi 12935 modifiant

la loi 12728 sur le soutien au secteur du tourisme dans le cadre de la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19), du 29 avril 2021, a permis à la FGT&C d'utiliser le solde non dépensé dans le cadre de la L 12728 pour la relance du tourisme de loisirs et pour la création et la remise de chèques cafés-restaurants et bars.

La L 12935 prévoyait que la FGT&C dispose de 727 816 francs pour l'année 2022 pour positionner de manière durable la destination Genève comme destination de tourisme de loisirs. Dans le cadre de la L 12935, la FGT&C a poursuivi le repositionnement de la destination Genève pour promouvoir ses activités de loisirs. Une offre *resort* a été mise en place en fédérant plusieurs partenaires du secteur touristique.

En 2022, les actions menées par la FGT&C dans le cadre du plan de relance se sont articulées autour d'un objectif principal : la promotion de Genève comme destination de loisirs, à la fois en Suisse et à l'étranger.

Lancée en 2021, la campagne « *Geneva, The Resort City* » qui positionne Genève comme destination de loisirs, s'est poursuivie en 2022 autour des mêmes axes. Ainsi, les personnes ayant réservé une chambre dans l'un des hébergements du canton de Genève ont pu bénéficier du « *Geneva Resort Pass* » et ainsi avoir accès à des activités de loisirs à prix réduit.

Le déploiement de ce projet a permis de renforcer la visibilité de la destination, de développer la lisibilité de l'offre touristique de loisirs genevoise et de fédérer les différents acteurs du secteur touristique pour offrir des séjours riches en expériences.

En 2022, les établissements hôteliers du canton de Genève ont distribué 89 762 « *Geneva Resort Pass* », une très nette augmentation par rapport aux 8 379 « *Geneva Resort Pass* » recensés en 2021. 3 557 activités ont été réalisées par les visiteuses et visiteurs de la destination, soit un nombre en augmentation par rapport à la précédente édition.

Au niveau financier, la FGT&C a dépensé un montant de 699 229 francs sur les 727 816 francs disponibles. Le solde de 28 587 francs a été restitué à l'Etat.

4. Résultats financiers

En 2022, les produits issus de la taxe de séjour se sont élevés à 12 503 146 francs, en hausse de 179% par rapport à 2021 (4 475 257 francs). Ce montant est supérieur aux produits d'avant crise. Pour mémoire, en 2019, le produit issu de la taxe de séjour s'élevait à 11 624 249 francs.

En 2022, les produits issus de la taxe de promotion du tourisme se sont élevés à 3 192 111 francs. Pour rappel, la loi 12838 modifiant la loi sur le tourisme, du 29 janvier 2021, visait à réduire de 50% le prélèvement de la taxe de promotion du tourisme pour les établissements d'hébergement en 2022. Cette modification avait été accompagnée d'une modification du Rtour le 2 décembre 2020 qui avait pour objectif de réduire de 50% le prélèvement de la taxe de promotion du tourisme pour les entreprises de moins de 101 collaborateurs.

Pour compenser le manque à gagner issu de la suspension du prélèvement de la taxe de promotion du tourisme pour certaines catégories d'entreprises, la loi 12837 accordant une indemnité extraordinaire à la Fondation Genève Tourisme & Congrès pour les années 2021 et 2022 dans le cadre des mesures liées à la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19) a été adoptée le 29 janvier 2021. L'indemnité monétaire pour 2022 s'est élevée à 2,2 millions de francs.

Les frais de perception des taxes de séjour et de promotion du tourisme se sont élevés à 553 264 francs.

Les charges salariales en 2022 ont été de 4 793 981 francs, en augmentation de 4,25% par rapport à l'année 2021 (charges salariales de 4 598 366 francs).

Les frais de la *Geneva Transport Card* se sont élevés à 3 659 245 francs.

La FGT&C a réalisé un bénéfice de 3 409 453 francs en 2022, après l'attribution à la provision sur les participations Palexpo SA.

5. Activités opérationnelles

Après une période fortement marquée par la crise sanitaire, la FGT&C a lancé un grand nombre de projets et d'événements de promotion sur ses marchés cibles, notamment par le biais de séances en ligne et en présentiel (hybride).

En outre, la FGT&C a eu le plaisir de remporter l'appel d'offres pour accueillir l'événement d'entreprise de Suisse Tourisme. Appelée *One Company, One Spirit* (OCOS), cette manifestation a réuni plus de 220 personnes employées de Suisse Tourisme à Genève, pour 4 jours d'échanges et de formations. Il s'agissait de la toute première édition de cet événement, qui va avoir lieu tous les 2 ans dans une ville suisse différente.

Afin de promouvoir Genève en France et au Royaume-Uni, la FGT&C a développé une nouvelle vidéo promotionnelle de Genève. Cette vidéo a

atteint 751 800 vues sur les plateformes et atteint 2,9 millions de liens par le biais des influenceuses et influenceurs.

Au niveau de la gestion des congrès, une analyse du segment des événements d'entreprise a permis de mettre en place de nouvelles orientations stratégiques. Ainsi, 3 piliers et 10 axes ont été élaborés pour tracer la route des prochaines années et définir une vision et des objectifs concrets en matière d'événements d'entreprise. Les 3 piliers de la stratégie sont les suivants : expertise, lisibilité et visibilité.

En 2022, la FGT&C a participé à une vingtaine d'actions sur différents marchés, principalement en Europe et en Amérique du nord. Qu'il s'agisse d'événements multi-marchés (M&I, IMEX, IBTM) ou au contraire d'actions pour des marchés plus spécifiques (*Pure Meeting & Events*, SMU), la FGT&C a su être présente afin de montrer que Genève a les compétences et est toujours prête à accueillir des événements.

Au bénéfice de ces explications, le Conseil d'Etat vous invite à prendre acte du présent rapport.

AU NOM DU CONSEIL D'ÉTAT

La chancelière :
Michèle RIGHETTI-EL ZAYADI

Le président :
Antonio HODGERS

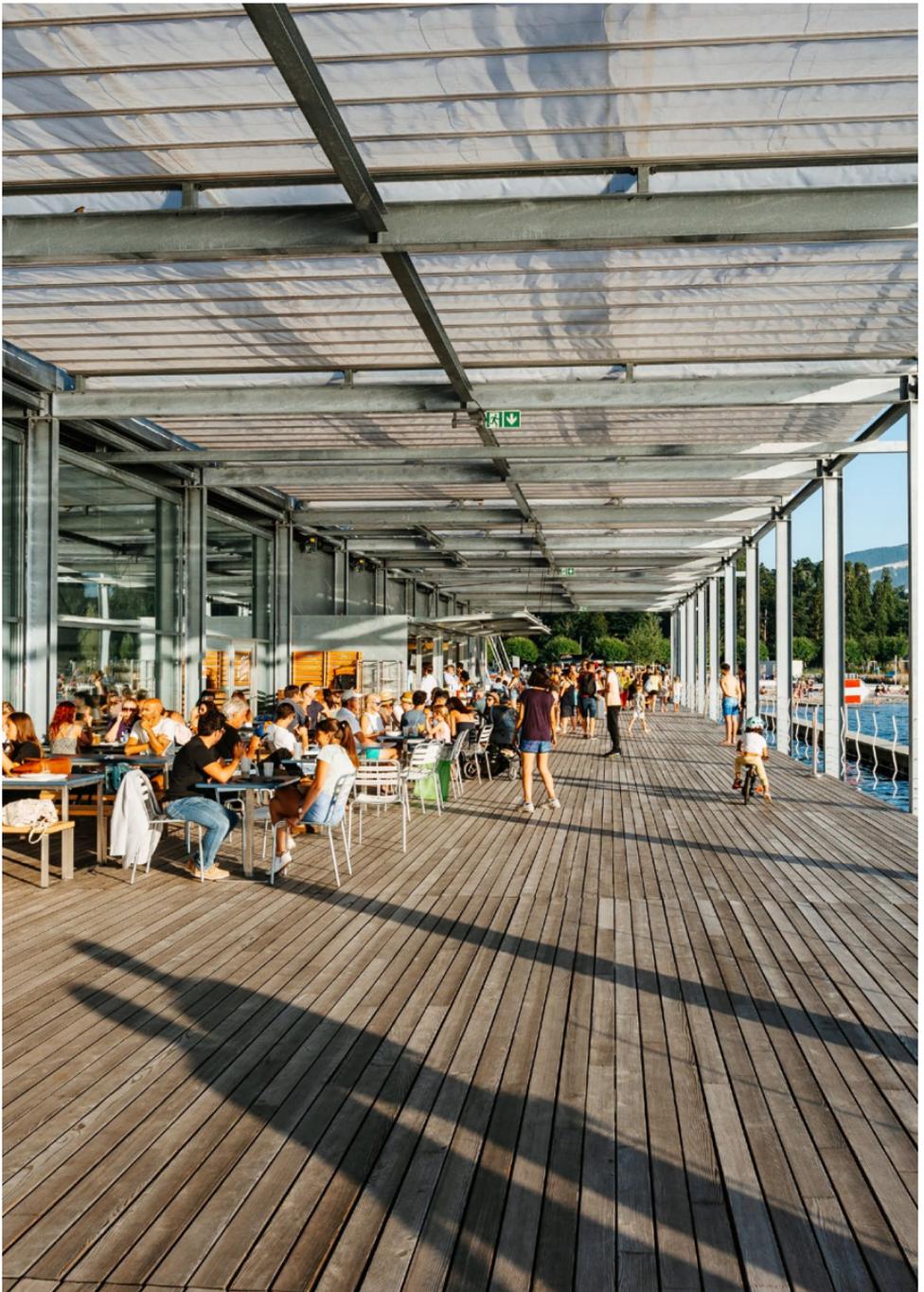
Annexe : Rapport annuel 2022 : Geneva – Visit. Meet. Repeat.

RAPPORT ANNUEL 2022

GENEVA

Visit. Meet. Repeat.





RAPPORT ANNUEL 2022

SOMMAIRE

GENÈVE TOURISME

Messages – Édito	2
Le tourisme à Genève en chiffres	4
Mission, gouvernance et organisation	6

ACTIVITÉS OPERATIONNELLES

Introduction	9
Plan de relance accordé par le Conseil d'Etat du canton de Genève	10
Transformation numérique	12
Stratégie pour un tourisme durable	14

PRESTATIONS ET INDICATEURS

Introduction	17
Promouvoir la destination sur les marchés-clés	18
Acquisition d'événements d'entreprise	22
Accueil, information et assistance touristiques	24
Acquisition de congrès et de conférences	26
Collaboration régionale	28

FINANCES

Compte des résultats	32
----------------------	----



MESSAGES



Message de Sophie Dubuis, Présidente du Conseil de Fondation

Au moment de dresser le bilan de l'année écoulée, je ne peux que me réjouir du vent d'optimisme qui souffle sur notre industrie. Le retour de nos hôtes à Genève, confirmé tout au long de l'année 2022, est une grande source de satisfaction après des années qui ont laissé des traces auprès des partenaires de la destination.

Après quelques craintes et incertitudes en début d'année, la situation s'est rapidement améliorée au cours de l'été et du deuxième semestre pour atteindre un nombre de nuitées équivalent voire supérieur à la période pré-pandémique. Délaissées pendant ces deux années au profit de destinations plus « nature », les villes ont connu une forte

progression et ont attiré des visiteurs en nombre. Genève a confirmé la tendance, pour notre plus grand bonheur.

Le travail accompli au sein de la Fondation et la collaboration étroite avec tous les acteurs de la destination ont joué un rôle considérable. Porteurs d'un projet fort, nous avons collectivement travaillé à la promotion de Genève à l'extérieur de nos frontières cantonales et nationales. Les efforts fournis ont été couronnés de succès. La Genève internationale, les congrès et les salons ont attiré les visiteurs en nombre, tandis que le tourisme de loisirs s'est renforcé.

Les équipes de Genève Tourisme & Congrès ont su mettre l'accent sur les fondamentaux de Genève avec authenticité et ont travaillé en profondeur sur l'accueil des hôtes pour leur offrir le meilleur de Genève, avec comme philosophie « ce qui est bon pour les Genevois l'est également pour tous les visiteurs de la destination ».

Cette stratégie s'est déployée main dans la main avec les communes genevoises, les partenaires hôteliers, restaurateurs, commerçants, associations et prestataires de loisirs, tissant et renforçant les liens au sein du canton et avec l'arc lémanique, la région et notre partenaire incontournable Suisse Tourisme.

Certes il n'est pas question de claironner ni d'oublier aussi vite le traumatisme vécu par toutes et tous ni

les difficultés actuelles de certains partenaires, mais plutôt de constater que la solidarité, la motivation et la ténacité qui ont prévalu pendant cette période constituent des bases solides pour construire l'avenir de manière responsable, durable et authentique.

Conscients que rien n'est permanent, nous regardons l'avenir avec un optimisme prudent et cultivons les qualités de résilience et de pragmatisme qui nous ont permis de maintenir le cap ces dernières années. Grâce au soutien des autorités cantonales et municipales, nous pouvons œuvrer à faire vivre le projet fort de notre destination. Je leur adresse donc mes sincères remerciements.

Je tiens à remercier également chaleureusement l'ensemble des équipes de la Fondation pour leur travail ainsi que les membres du Conseil de Fondation pour leur engagement.

Merci de votre confiance et de votre soutien.



**Message d'Adrien Genier,
Directeur général**

L'année 2022 a été une véritable bouffée d'oxygène pour le tourisme à Genève qui a vu le retour de ses visiteurs. Une forte reprise s'est opérée dans tous les secteurs, à la fois pour les congrès associatifs, les salons professionnels, les réunions de la Genève internationale, sans oublier les nombreux touristes qui ont découvert ou redécouvert notre destination de loisirs, Resort City!

Les nuitées hôtelières ont retrouvé un niveau d'avant pandémie et nous avons vu avec plaisir le retour des visiteurs en provenance des États-Unis et des pays du Golf, sans oublier une nouvelle clientèle suisse qui apprécie particulièrement Genève et la diversité de son offre.

Les équipes de Genève Tourisme & Congrès ont été très présentes sur nos marchés prioritaires pour promouvoir Genève en mettant en avant une destination authentique, abordable et plurielle. Une activité de promotion particulièrement intense qui a répondu à l'envie de voyage et découverte après la pandémie. En retour nous avons accueilli plus de 420 représentants des médias internationaux qui seront d'excellents ambassadeurs de notre destination.

Cette reprise est une récompense collective pour tous les partenaires de la destination, qui ont misé sur des offres innovantes comme le « Choco Pass », passeport gourmand à destination de nos hôtes pour découvrir (et déguster) les spécialités des chocolateries genevoises ou le « Geneva Resort Pass ».

Les conditions d'accueil des visiteurs ont été particulièrement soignées. En collaboration avec les hôteliers genevois, un « check-in numérique » a été mis en place pour simplifier les démarches des visiteurs. Chaque client d'hôtel reçoit désormais par courriel une carte de transports publics numérique gratuite et l'agenda de toutes les activités et offres de la destination avant son arrivée.

Sans oublier le dispositif d'information estival installé au Jardin anglais qui a rencontré un vif succès, tout comme les *tourist angels* qui ont sillonné la ville pour renseigner les visiteurs. Une vaste offre de visites guidées et d'activités

de loisirs a également été proposée aux touristes, épaulés par les acteurs de la destination.

2022 a été l'année d'un dynamisme retrouvé. L'arrivée de nouveaux acteurs hôteliers a contribué à une vraie diversification de l'offre, permettant à tous les segments de notre clientèle de trouver leur bonheur à Genève.

Les temps forts, partagés par l'ensemble de la destination et ses partenaires, n'ont pas manqué. Si la confiance est restaurée, il est essentiel de continuer à présent le travail de fond afin de consolider cette évolution à long terme et permettre aux acteurs de la destination d'en récolter les fruits.

Je tiens à remercier tous nos partenaires, et les membres de l'équipe pour leur dévouement et leur travail acharné tout au long de l'année.

L'optimisme règne désormais, sans euphorie, mais avec détermination.

LE TOURISME À GENÈVE EN CHIFFRES



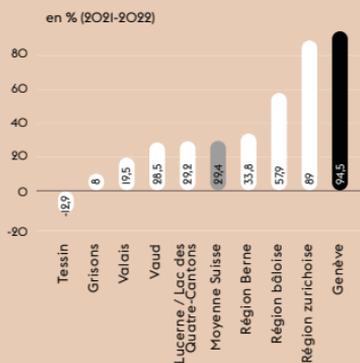
2022, une année de forte reprise

Genève a compté 2'965'424 nuitées hôtelières en 2022 contre 1'524'749 en 2021, soit une hausse de 94,5%. Cette augmentation place Genève sur le podium de la croissance des nuitées, juste derrière Zürich. Alors que les années 2020 et 2021 ont été fortement impactées par la pandémie de Covid-19, le nombre de nuitées en 2022 est presque revenu au niveau d'avant-pandémie, comptabilisant encore un retard de 7,4% par rapport à 2019. Au niveau des marchés, ce sont particulièrement les voyageurs en provenance de Chine, des États-Unis et du Royaume-Uni qui sont revenus en nombre à Genève.

Évolution des nuitées à Genève

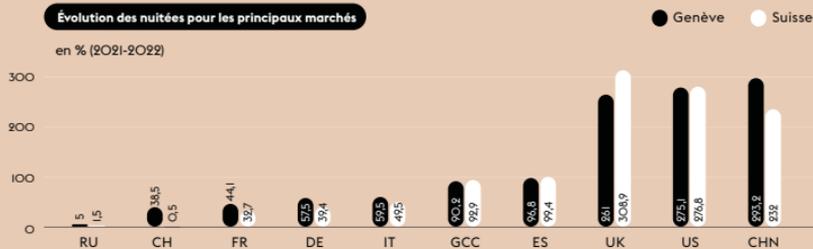


Évolution des nuitées par région



RAPPORT ANNUEL 2022

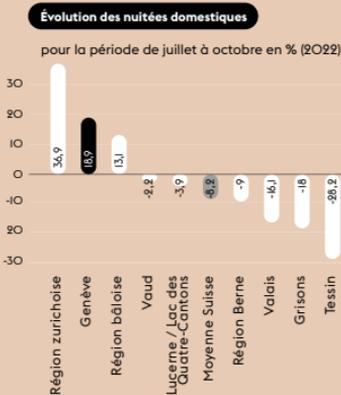
Évolution des nuitées pour les principaux marchés



Taux d'occupation des hôtels



Évolution des nuitées domestiques



Infrastructure hôtelière genevoise par catégorie

Établissements	Chambres
★ ★ ★ ★ & SUP.	15 1'951
★ ★ ★ ★ & SUP.	39 5'052
★ ★ ★ & SUP.	45 2'715
★ ★ & ★ & SUP.	15 886
Non classifié	28 996
TOTAL	142 11'600

AB MISSION, GOUVERNANCE & ORGANISATION

Structures du tourisme

L'activité touristique opérationnelle à Genève est régie 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 (L_{Tour}), 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 loisirs et d'affaires. En charge de l'accueil, de l'assistance et de l'information touristiques, elle soutient et favorise l'organisation d'animations d'intérêt touristique.

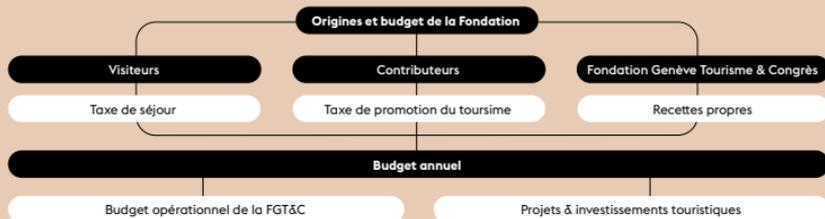
Commission consultative du tourisme

Une commission consultative du tourisme, instituée par les autorités, a notamment pour tâches de conseiller la Fondation sur l'évolution souhaitable de la politique du tourisme et de l'aider dans l'accomplissement des buts fixés par la loi.

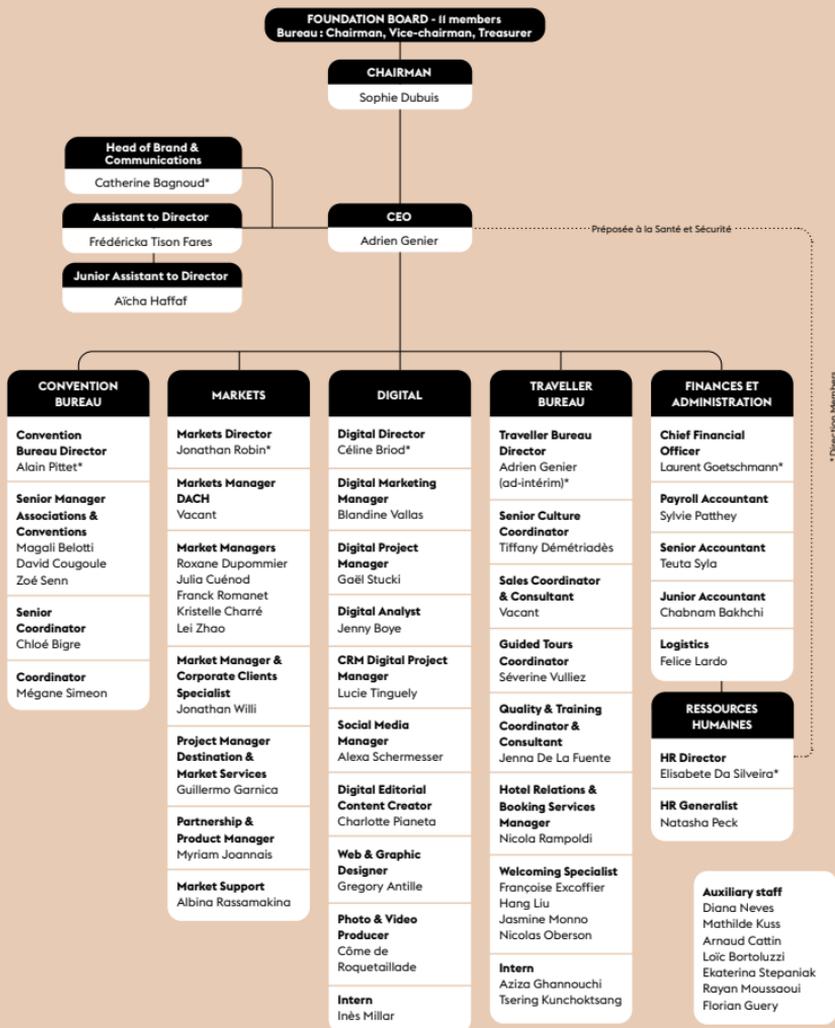
Gouvernance 2022

La gouvernance de la FGT&C est assurée par un Conseil de Fondation composé de onze membres (deux à repourvoir) nommés par le Conseil d'État et représentant majoritairement les milieux touristiques genevois.

- Un représentant du Canton de Genève :
M. Jacques Folly
- Un représentant de la Ville de Genève :
M. George Bowring
- Un représentant des Communes genevoises :
M. Philippe Schwarm (trésorier)
- Trois représentants des hôteliers
M. Thierry Lavalley
M. Marc-Antoine Nissille (vice-président)
M. Gilles Rangon
- Une représentante des commerçants :
Mme Sophie Dubuis (présidente)
- Un représentant des cafetiers-restaurateurs :
M. Daniel Carugati
- Un représentant des centres de congrès :
M. Claude Membrez



RAPPORT ANNUEL 2022



La Fondation au 1^{er} décembre 2022

Après un ralentissement significatif du tourisme à Genève dû à la pandémie, le secteur touristique a connu un important regain d'activités en 2022. Une

dynamique retrouvée qui a permis à Genève Tourisme & Congrès de renforcer ses équipes et notamment d'accueillir le nouveau directeur du Bureau des Congrès, M. Alain Pittet. Grâce à l'engagement, à la motivation et aux compétences de ses

collaborateurs et collaboratrices, la Fondation a relevé avec brio les défis d'une industrie toujours plus exigeante. Elle tient à remercier ses équipes pour le travail accompli pendant l'année 2022 et se réjouit des réalisations futures.



RAPPORT ANNUEL 2022

ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

2022 a été une année de forte reprise touristique durant laquelle la Fondation Genève Tourisme & Congrès a particulièrement innové tout en renforçant ses six axes stratégiques :

1. Travailler sur les forces existantes de Genève
2. Positionner la destination « Genève Ville Suisse »
3. Renforcer l'image de Genève
4. Connaître, accompagner et intégrer le client
5. Former une équipe gagnante avec nos partenaires
6. S'assurer des compétences-clés à l'interne





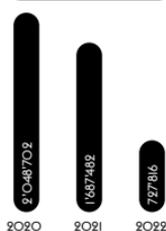
PLAN DE RELANCE ACCORDÉ PAR LE CONSEIL D'ÉTAT DU CANTON DE GENÈVE

La crise du Covid-19 a eu un fort impact économique sur le secteur du tourisme et sur les activités de loisirs depuis sa propagation en mars 2020.

Dans ce contexte et pour venir en aide au secteur du tourisme, particulièrement impacté par la pandémie, le Conseil d'État a approuvé, en mai 2020, un plan de relance de 4,5 millions de francs pour soutenir et encourager l'activité touristique durant trois ans, de 2020 à 2022.

Le montant attribué s'est réparti comme suit : 2'084'702 francs en 2020, 1'687'482 francs en 2021 et 727'816 francs en 2022.

Répartition du montant



Geneva, the Resort City

En 2022, les actions menées par la Fondation dans le cadre du plan de relance se sont articulées autour d'un objectif principal: la promotion de Genève comme destination de loisirs, à la fois en Suisse et à l'étranger.

Lancée en 2021, la campagne « Geneva, The Resort City » qui positionne Genève comme destination de loisirs, s'est poursuivie en 2022 autour des mêmes axes. Ainsi, les personnes ayant réservé une chambre dans l'un des hébergements du canton de Genève ont pu bénéficier du « Geneva Resort Pass » et ainsi avoir accès à des activités de loisirs à prix réduits voire gratuits.

Le déploiement de ce projet a permis de renforcer la visibilité de la destination, de développer la lisibilité de l'offre touristique de loisirs genevoise et de fédérer les différents acteurs du secteur touristique pour offrir des séjours riches en expériences aux visiteurs.

L'offre « Geneva, The Resort City » s'est étendue du 1^{er} juillet 2022 au 31 août 2022.



+100

activités à prix réduits avec votre Resort Pass

* Terrain de jeu à ciel ouvert



+100
activités à prix réduits avec votre Resort Pass

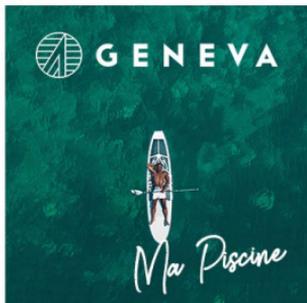
THE RESORT
BY
K&K

Une campagne réalisée par des « local insiders »

Pour cette édition, ce sont des Genevoises et Genevois qui ont assuré la promotion de leur canton en empruntant les codes iconographiques de la photographie instantanée.

Six photographes amateurs locaux ont été sélectionnés pour la pertinence et l'originalité de leur regard sur Genève. Après avoir visité trois lieux emblématiques de la ville et participé à des activités proposées par le « Geneva Resort Pass », ils ont livré leur propre interprétation de ces instants privilégiés à travers la réalisation de photos et vidéos.

La campagne promotionnelle « Geneva, The Resort City » a été déployée sur les marchés de proximité prioritaires, soit



THE RESORT CITY BY Indi

uvert

Avec le soutien de



la Suisse alémanique, la France ainsi que le Royaume-Uni. Elle a été largement diffusée via des canaux *offline* et *online*.

En plus de la parution d'annonces et de la mise en place de partenariats avec les médias-clés sur les marchés, des voyages destinés à la presse et aux influenceurs internationaux ont été organisés pour leur faire découvrir Genève *in situ*.

Durant la période du 1^{er} juin au 16 août 2022, une campagne en ligne a été déployée avec pour objectifs d'accroître la notoriété de la destination ainsi que de diriger les internautes vers la page dédiée du site geneve.com, pour présenter aux internautes l'offre « Geneva, the Resort City » et les activités disponibles à Genève.

Le « Geneva Resort Pass »

Dans le cadre du projet « Geneva, The Resort City », Genève Tourisme a distribué gratuitement un « Geneva Resort Pass » aux visiteurs de la période estivale allant du 1^{er} juillet au 31 août 2022. Grâce à l'engagement de nombreux partenaires, ce passeport de la destination a offert des réductions, voire la gratuité à ses détenteurs pour des activités de loisirs, culturelles ou sportives.

Pour faciliter l'accès aux activités, les visiteurs ont reçu un guide d'activités en trois langues (allemand, anglais et français) et une page lui a été consacré sur le site internet geneve.com.

Lors de cette deuxième édition, les hébergements

hôteliers du canton de Genève ont distribué **89'762** « Geneva Resort Pass », une très nette augmentation par rapport aux 8'379 Resort Pass recensés en 2021.

3'557 activités ont été réalisées par les visiteurs de la destination, soit un nombre en augmentation par rapport à la précédente édition.

En chiffres

89'762« Geneva Resort Pass »
distribués**3'557**

Activités réalisées

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE



En 2022, Genève Tourisme a poursuivi sa mue numérique, à la fois par l'amélioration permanente de son nouveau site internet et en déployant une nouvelle stratégie pour ses réseaux sociaux. Un parcours client omnicanal, personnalisé et intuitif, qui place le visiteur au cœur de l'expérience en ligne, a été proposé, des campagnes sur les réseaux sociaux à l'accueil numérique sur place.

Ce travail s'accompagne d'une méthode de travail agile et d'une connaissance accrue du visiteur de la destination grâce à la collecte de données.

En chiffres

323'585

Cartes de transport numériques émises

+100%

Progression des abonnés à la newsletter

Numerisation de la carte de transport

La carte de transport offerte à tous les visiteurs qui séjournent une nuit au moins dans un établissement hôtelier genevois a été numérisée en 2022. Désormais, trois jours avant son arrivée, le visiteur reçoit une carte de transport au format digital. Ce sésame lui permet d'utiliser gratuitement les transports publics genevois durant tout son séjour.

Ce projet a nécessité la mise en place de la plateforme de check-in en ligne « EasycheckIn » s'interfaçant à tous les Property Management System des établissements hôteliers. « EasycheckIn » présente de nombreux avantages, de l'émission des cartes de transports numériques à la collecte des données relative au lieu d'origine et au code postal des visiteurs. À l'avenir, la plateforme permettra de simplifier les échanges de données ainsi que le travail de saisie des hôteliers en automatisant leur transmission aux entités officielles telles que la police, l'AFC et l'OFS (dans le plus strict respect de la loi sur la protection des données GDPR). La plateforme « EasycheckIn » a émis **323'585** cartes de transport numériques en 2022.

Ciblage des activités de promotion

Cette année, l'accent a été mis sur la collecte de données, notamment celle de courriels, grâce à la newsletter mensuelle de Genève Tourisme qui propose à l'ensemble de ses abonnés, les points forts de la saison et les événements incontournables de la destination. Grâce à des efforts promotionnels destinés à accroître le nombre de personnes intéressées, les abonnés à la newsletter ont connu une belle progression en 2022 (+100%) et la provenance des personnes inscrites a pu être étendue. Très appréciée, la newsletter a un fort taux d'ouverture et de clics.

Nouveaux tableaux de bord

Pour approfondir la connaissance des visiteurs, la Fondation a développé un nouveau tableau de bord en ligne, accessible par tous les partenaires. Ce nouvel outil de gestion permet d'agréger de précieuses données relatives aux hôtes de la destination et d'obtenir ainsi des indicateurs tels que le nombre de nuitées, le lieu d'origine des visiteurs et des comparatifs avec d'autres régions touristiques et d'autres années.

RAPPORT ANNUEL 2022



STRATÉGIE POUR UN TOURISME DURABLE



La Fondation Genève Tourisme & Congrès poursuit la mise en œuvre des objectifs de sa stratégie pour un tourisme durable définie en juin 2021.

Les actions ainsi que les résultats obtenus en 2022 sont présentés par piliers stratégiques.

Global Destination Sustainability Index

Le Global Destination Sustainability Index (GDS-Index) évalue les destinations à travers leurs performances environnementale et sociale, leurs fournisseurs et la gestion durable de la destination. Cette évaluation sert à classer les destinations en fonction de leurs performances en matière de durabilité. L'index permet de recueillir les bonnes pratiques et offre une plateforme d'échanges entre les destinations.

En 2022, Genève est la deuxième ville suisse au classement du GDS-Index, après Zürich. Le score de Genève est de 69,7%, un résultat en hausse de 4,55% par rapport à 2021.

PILIER 1 Accélérer le passage vers une économie circulaire

Objectif
Réduire les déchets dans le secteur du tourisme de 30% d'ici 2025 en appliquant les principes de l'économie circulaire (5R).

Action
Organisation d'une formation gratuite en collaboration avec Ecolive (cabinet de conseil et de management de l'environnement) pour la sensibilisation et la mise en place d'un système de monitoring pour la réduction des déchets dans les entreprises.

Résultats 2022
16 inscrits à la formation initiale, huit participants à la première séance de suivi et trois à la deuxième séance de suivi.

PILIER 2 Accélérer le passage vers une économie post-carbone

Objectif
Réduction des GES de 60% d'ici 2030 par rapport à 1990

Action
Organisation d'une formation gratuite en collaboration avec Ecolive pour la sensibilisation et la mise en place d'un système de monitoring pour la réduction de la consommation d'énergie. Cette action est reportée en 2023.

PILIER 3 Promotion des initiatives locales

Objectif
Encourager et promouvoir le *made in Geneva* par un soutien aux manifestations locales, aux produits du terroir, à l'artisanat et au savoir-faire genevois.

Actions

- Création d'une nouvelle section « Tourisme durable » sur le site internet de Genève Tourisme incluant une présentation de la stratégie de durabilité de la FGT&C ainsi que celles de la Ville de Genève et du Canton de Genève. Mise en avant des initiatives durables locales : telles qu'activités à faible impact carbone, restaurants ambassadeurs du terroir, label GRТА, etc.

- Création d'une étiquette « choix durable » pour les hôtels et hébergements ayant une certification indépendante ou adhérent au programme de durabilité Swisstable. 21 hôtels sont répertoriés à la fin 2022.

- Promotion régulière des manifestations genevoises et initiatives locales sur les réseaux sociaux de Genève Tourisme. 12 communications de ce type ont été menées en 2022 sur les réseaux sociaux FGT&C (publications et stories) avec un résultat global de 79'800 vues.

PILIER 4 Favoriser un impact social et solidaire sur la destination

Objectif
Atteindre 85% de satisfaction des touristes.

Action
Mise en place d'une enquête de satisfaction auprès des touristes durant la saison estivale qui nous servira de base de référence pour pouvoir suivre ensuite son évolution. Cette action est reportée à la saison 2023.

PILIER 5 Renforcer la collaboration entre les acteurs touristiques

Objectif
Augmenter de 50% le nombre d'acteurs disposant d'une politique de « Responsabilité sociale d'entreprise » (RSE) et/ou une certification officielle.

Action
Promotion du programme Swisustainable et de l'initiative OK:GO. Organisation d'un webinar et adhésion aux programmes.

Résultats 2022

- **20 acteurs** de la destination ont participé au webinar « Comment adhérer à Swisustainable & OK:GO » organisé par FGT&C en septembre 2022.
- Au 31 décembre 2022*, **61 partenaires** touristiques genevois étaient inscrits au programme.

* Source : rapport FGT&C Au programme Swisustainable pour la Fédération Suisse du Tourisme.

Swisustainable, le programme de durabilité du tourisme suisse

La Fondation Genève Tourisme & Congrès a rejoint le programme Swisustainable et obtenu le niveau II « Engaged » le 16 décembre 2021. La validité du niveau court jusqu'au 31 décembre 2024.

Exemples concrets d'initiatives ayant permis l'obtention du niveau II « Engaged » :

- **L'ACCESSIBILITÉ AVEC OK:GO**
OK:GO encourage la mise à disposition d'informations concernant l'accessibilité des offres touristiques dans toute la Suisse. Ainsi, les personnes en situation de handicap, seniors et familles avec enfants en bas âge bénéficient de plus d'autonomie et de facilité pour la planification de leurs voyages. Les informations doivent être actuelles, homogènes et faciles à trouver par toutes et tous.
- **CAUSE WE CARE (MY CLIMATE)**
My Climate « Cause We Care » est une initiative pour la protection du climat et le tourisme durable en Suisse.

Cette dernière permet aux visiteurs de la destination de contribuer à la protection du climat à travers la compensation des émissions de CO₂ engendrées lors de leurs expériences. Ainsi, en achetant un Geneva « City Pass », un « Choco Pass » ou une des visites publiques, 1 franc est automatiquement reversé au fond « Cause We Care ».

Afin de maximiser les effets de cette action, la Fondation Genève Tourisme & Congrès double les contributions des visiteurs et reverse 1 franc supplémentaire au fond par don.

Entre le 15 mars et le 15 novembre 2022, le fond a récolté une somme de **8'038.- francs**. Ce montant a été réinvesti dans le soutien au projet « Cause We Care » de gestion écologique des déchets, créatrice d'emplois au Kenya, ainsi que dans un don en faveur de l'Association pour la Sauvegarde du Léman. Il a également aidé à la mise en œuvre des actions de durabilité de la Fondation GT&C.





PRESTATIONS & INDICATEURS

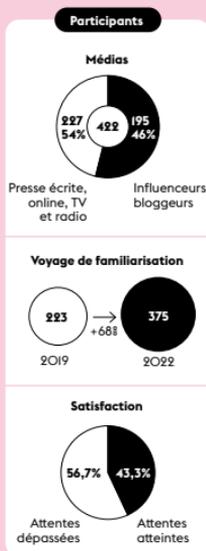
Afin de mesurer l'impact de ses actions, la Fondation Genève Tourisme & Congrès se base sur des indicateurs-clés de performance correspondant à ses différents domaines d'activités.

1. Promotion touristique de Genève sur les marchés lointains, de proximité et national
2. Acquisition d'événements d'entreprise
3. Accueil, information et assistance touristiques
4. Acquisition de congrès
5. Collaboration régionale



PROMOUVOIR LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS-CLÉS

Tout au long de l'année 2022, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a relancé un grand nombre de projets et d'événements de promotion sur ses marchés-clés.



Record d'accueil des représentants des médias et des « acheteurs »

Rien ne vaut l'expérience vécue à Genève. Telle est la conviction de Genève Tourisme. Pour la mettre en application, les équipes ont multiplié l'accueil et la venue de journalistes et influenceurs lors de Média Trips, de tour-opérateurs, agents de voyages et organisateurs d'événements lors de voyages de familiarisation (Fam Trips).

422 participants dont 227 représentants de la presse écrite, online, TV et radio (54%) et 195 influenceurs/bloggeurs (46%) ont pu découvrir Genève, ses hôtels et ses prestataires touristiques grâce à des programmes développés sur mesure, en fonction des centres d'intérêts et des profils de leur audience, mais aussi en fonction de l'actualité et des thématiques de la destination. Une augmentation de 36% du nombre de participants (+111) accueillis a été enregistrée par rapport à 2018, année de référence.

De même, 375 participants aux voyages de familiarisation ont découvert les atouts de la destination et ont pu entrer en contact avec les partenaires touristiques afin d'optimiser la connaissance et favoriser

la commercialisation de leurs offres. Cela représente une augmentation de 68% (+152) du nombre de participants accueillis, par rapport à 2019 qui était l'année de référence.

Au-delà de ce nombre extrêmement élevé de participants accueillis par Genève Tourisme et ses partenaires et au-delà du travail conséquent que ces accueils représentent tout au long de l'année, les retombées générées et le niveau de satisfaction des invités confirment la pertinence de la stratégie. Selon les enquêtes, 90% ont qualifié leur expérience comme excellente. Si 43,3% des participants disent que les programmes ont rempli leurs attentes, 56,7% affirment qu'elles ont été largement dépassées.

19 représentants de média à la découverte de Genève, destination culturelle

Après un roadshow dans trois villes européennes peu avant la pandémie, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a organisé le 22 septembre 2022 un événement médiatique dédié aux institutions culturelles genevoises. Cette soirée de réseautage a permis aux 21 institutions culturelles participantes et aux représentants de la Ville de Genève de



rencontrer les 19 journalistes et influenceurs venus pour l'occasion. Ces médias, venus de France, Belgique, Royaume-Uni, Espagne et des États-Unis, ont eu l'opportunité de visiter les différentes institutions, de découvrir les spécialités de la destination et de déjeuner ou dîner dans les restaurants préférés de leurs représentants. Cet événement a permis de générer 18 articles de presse et de nombreuses publications sur les réseaux sociaux.

Lancement du « Choco Pass » et actions de promotion

En février 2022, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a officiellement lancé le « Choco Pass ». Fruit d'une collaboration entre de nombreux chocolatiers genevois historiques, cette nouvelle offre s'adresse tant aux visiteurs qu'aux locaux et met en valeur les atouts gourmands de Genève,

véritable « Ville du chocolat ». D'une valeur de 30.- francs pour les adultes et de 6.- francs pour les enfants de moins de 12 ans, le « Choco Pass » donne droit à une dégustation d'un assortiment de chocolats auprès des chocolateries partenaires et propose 10% de remise lors de l'achat de leurs produits.

Afin de mettre à l'honneur ce produit, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a invité, au mois de mars 2022, des journalistes et influenceurs suisses, français et anglais à le découvrir. Un rallye a été organisé pour visiter les différentes chocolateries de la ville, ainsi qu'un atelier chocolat. Ce lancement s'est terminé par une soirée 100% chocolat, et une rencontre entre les différents médias et les chocolatiers partenaires.

En plus d'activations digitales et de couvertures médiatiques tout au long de l'année, Genève Tourisme &

Congrès a participé au Salon International du Chocolat de Lyon en novembre 2022. Sur l'ensemble de l'année 2022, 11'500 assiettes de dégustation « Choco Pass » ont été consommées chez les prestataires chocolatiers.

1 Chocolaterie partenaire du « Choco Pass »

2 Salon International du Chocolat, Lyon



PRESTATIONS & INDICATEURS

- 1 Vidéo en collaboration avec Webedia
- 2 Soirée destination de "One Company, One Spirit"



En chiffres

751'800

Nombre de vues de la vidéo sur les plateformes

2,9 Mio

Reach total des publications des influenceurs

Une vidéo et un slam pour Genève

Afin de promouvoir Genève en France et au Royaume-Uni, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a développé avec Webedia une nouvelle vidéo promotionnelle de Genève.

Sur fond de slam, elle met en avant des influenceurs de ces deux marchés découvrant Genève et vivant des expériences inédites. Cette vidéo a été relayée sur les réseaux des influenceurs, de Webedia et de la Fondation. Elle a été vue 751'800 fois sur les différentes plateformes. Les publications des influenceurs ont atteint un reach total de 2,9 millions sur leurs réseaux sociaux (Instagram, YouTube, blog). Cette action s'inscrit dans la volonté de faire rayonner Genève en dynamisant la destination et en montrant son attrait touristique en période estivale.



Suisse Tourisme à Genève !

La Fondation Genève Tourisme & Congrès a eu le plaisir de remporter l'appel d'offre pour accueillir l'événement d'entreprise de Suisse Tourisme. Appelé One Company, One Spirit (OCOS), cette manifestation a réuni plus de 220 employés de Suisse Tourisme à Genève, pour quatre jours d'échanges et de formations. Il s'agissait de la toute première édition de cet événement, qui va avoir lieu tous les deux ans dans une ville suisse différente.

Dans ce cadre, la Fondation a organisé une soirée dans le but de présenter Genève aux participants, premiers prescripteurs de la Suisse et donc de Genève. Au programme, une activité de Team Building autour de la rade a permis de dévoiler quelques lieux iconiques et produits locaux. Le point d'orgue a été la soirée de gala au Bâtiment des Forces Matrices. Les participants ont été conquis par l'événement, comme l'ont prouvé les nombreux retours positifs et la note de 9,3/10 obtenue à l'enquête de satisfaction auprès des employés de Suisse Tourisme. Cet événement aidera à maintenir Genève dans l'esprit des participants et à poursuivre les excellentes relations de la Fondation avec Suisse Tourisme.

En chiffres

220

Nombre d'employés de Suisse Tourisme à Genève lors de l'événement OCOS

9,3/10

Note obtenue à l'enquête de satisfaction



ACQUISITION D'ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE



À la sortie de la pandémie, la demande pour les événements d'entreprise a fortement repris, sur les marchés européens dans un premier temps, puis en Amérique du Nord. Cette relance permet de mettre en œuvre le travail conséquent réalisé pendant la période marquée par le Covid-19. En effet, en 2021, il a été décidé de confier l'acquisition d'événements d'entreprise au département des marchés. 2022 a été l'occasion de développer et appliquer les nouvelles orientations stratégiques autour d'une offre optimisée en matière d'événements d'entreprise (séminaires, team building, incentives, retraites stratégiques, etc.).

Nouvelles orientations stratégiques

Une profonde analyse du segment des événements d'entreprise a permis de mettre en place de nouvelles orientations stratégiques. Ainsi, trois piliers et dix axes ont été élaborés pour tracer la route des prochaines années et définir une vision et des objectifs concrets en matière d'événements d'entreprise. Les trois piliers de la stratégie sont les suivants :

- 1. Expertise :** une présence déclinée sur les marchés
- 2. Lisibilité :** des produits forts et novateurs
- 3. Visibilité :** un repositionnement clair et des messages percutants

En confiant la responsabilité des Événements d'entreprise au département des marchés, la Fondation est passée de 2 à 6 équivalents temps plein (ETP) dédiés à la prospection et la promotion de la destination. Un état des lieux de l'offre d'activités de groupe a été effectué ainsi qu'un repositionnement de la destination et la mise en place de nouveaux messages de promotion. Le tout a été accompagné d'un inventaire des besoins en outils de communication.



Mettre l'accent sur l'accueil

Convaincue qu'il faut connaître un produit pour pouvoir le promouvoir, Genève Tourisme a décidé d'accueillir des manifestations rassemblant des organisateurs d'événements. Ceci dans le but de leur faire découvrir la destination, sa facilité d'accès, ses infrastructures de qualité, son service professionnel et ses expériences. Les organisateurs d'événements d'entreprise sont également à l'affût d'activités sociales qui sortent de l'ordinaire et qui sont liées à l'ADN de la destination. Il a donc été montré aux plus de 130 participants du Switzerland Meeting Trophy, de SITE (Society for Incentive Travel Excellence), MPI (Meeting Professionals International) et autres Fam Trips, que Genève est la destination idéale pour organiser un événement qui marche et qui marque.

1 SITE Incentive Summit Europe

2 Switzerland Meeting Trophy

3



Des chiffres encourageants

Plus de
300
nouveaux contacts qualifiés dans
le segment des organisateurs
d'événements

133
dossiers traités en 2022 avec
un potentiel de confirmation sur
2023, de provenance en majorité
de Suisse, de France et
d'Amérique du Nord.

Dossiers traités

135

n/a

21

133

2019 2020 2021 2022

44
événements confirmés en 2022,
48 réalisés en 2022, dont un
événement de 1'300 personnes
en provenance de France

Taux de conversion d'environ

30%

6'421'162
francs de retombées
économiques pour le Canton

Repartir à la conquête d'opportunités sur les marchés

Avec une force de promotion démultipliée, la Fondation a pu entreprendre un nombre conséquent d'activités de promotion pour faire venir des événements d'entreprise à Genève. En 2022, le département a participé à une vingtaine d'actions sur différents marchés, principalement en Europe et en Amérique du Nord. Qu'il s'agisse d'événements multi-marchés (M&I,

IMEX, IBTM,) ou au contraire d'actions très spécifiques aux marchés (Pure Meeting & Events, SMU), la Fondation a été extrêmement présente afin de montrer que Genève est prête à accueillir ce type d'événements.

i ACCUEIL, INFORMATION & ASSISTANCE TOURISTIQUES

Afin d'accomplir sa mission d'accueil des visiteurs et d'amélioration de sa qualité, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a mis en place de nombreuses actions.

Tourist information Centres

Durant les saisons d'hivers, de printemps et d'automne, l'espace d'accueil au Quai du Mont-Blanc 2, ouvert 7j/7 a enregistré 19'447 interactions.

Durant la période estivale, les touristes ont pu être renseignés par nos équipes relocalisées dans notre Pavillon du Jardin anglais. Idéalement situé au bord du lac et en plein cœur de la ville, sa fréquentation a été excellente avec **16'215 interactions** du 14 avril au 24 août 2022.

Les équipes d'accueil de Genève Tourisme & Congrès conseillent les visiteurs en 12 langues. Une attention importante est donnée aux conseils personnalisés, sur mesure, en fonction des attentes des clients.

En chiffres

16'215

interactions du 14 avril
au 24 août 2022

8'500

interactions sur les réseaux
sociaux de la Fondation:
Instagram, Facebook, Twitter,
LinkedIn, Youtube, Tripadvisor,
Google avis

L'accueil mobile pour aller à la rencontre des visiteurs

Un accueil dynamique a été proposé aux visiteurs dans les principales zones touristiques de la ville grâce à 5 équipes mobiles. 22 Geneva Tourist Angels, hôtes et hôtesse d'accueil, ont sillonné la Vieille-Ville, la Cour Saint-Pierre, les Pâquis, la rue du Mont-Blanc, la Rive gauche et les Ponts allant ainsi à la rencontre des visiteurs.

26'086 interactions ont été décomptées entre le 1^{er} juillet et le 31 août. Des guides ont proposé gratuitement 636 visites guidées historiques (Guided Moments) d'une dizaine de minutes aux visiteurs les plus curieux qui le souhaitaient.

Dans le cadre de Congrès scientifiques, associatifs et d'événements sportifs (Generali Genève Marathon, La Tour Triathlon) d'envergure, la Fondation offre une présence via un stand d'informations dans le but de renseigner au mieux les congressistes et visiteurs durant leur séjour à Genève.

En 2022, nos équipes d'accueil ont été présentes sur 22 événements de ce type et ont décompté 1'362 interactions.



Accueil par téléphone et en ligne

Les équipes d'accueil se sont également tenues à disposition des visiteurs par téléphone, par email et via les réseaux sociaux. Ces plateformes sont fréquemment utilisées par les visiteurs comme le démontrent les chiffres :

- **6'664** réponses à des sollicitations par email
- **8'500** interactions sur les réseaux sociaux de la Fondation: Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Tripadvisor, Google avis

La ligne téléphonique est également à disposition des partenaires qui souhaitent obtenir des informations sur la destination durant l'été. Dès cette année, une newsletter hebdomadaire d'activités et d'événements est également envoyée aux équipes des réceptions d'hôtels, pour une information à leurs clients au plus proche de l'actualité.



1 L'équipe d'accueil du Traveler Bureau devant le pavillon estival au Jardin Anglais

2 Les Geneva Tourist Angels sur le terrain

3 Tour guidé en Vieille-Ville



En chiffres

885

tours privés organisés par la Fondation

15'240

participants aux tours privés en 2022

Reprise des tours guidés privés

Nette reprise des tours guidés privés en 2022. Les thématiques « Vieille Ville » et « Les Incontournables » et « la Genève internationale » continuent de figurer parmi les meilleures ventes. Nous voulons renforcer ces produits phares, tout en testant de nouvelles visites.

Au total, **885** tours privés ont été organisés par la Fondation comptant **15'240** participants.

La demande de tours guidés en allemand a connu une forte hausse en 2022. Les réservations viennent premièrement d'agences ou de sociétés suisses, puis françaises et allemandes.

Geneva Excellence Club

Le Geneva Excellence Club offre des modules de formations gratuites au personnel d'accueil, de réception et

de service des acteurs du tourisme genevois dans le but d'améliorer la qualité de l'accueil dans la destination.

Le module de formation a été présenté en ligne sous forme de quiz lors de la journée du Tourisme genevois en octobre 2022.

Le lancement officiel du « Geneva Excellence Club » a eu lieu le 15 décembre 2022 avec l'ouverture des

inscriptions envoyées à plus de 400 contacts partenaires de la destination : hébergements, restaurateurs, institutions culturelles et partenaires du « Geneva City Pass » et « Choco Pass ».

La page internet dédiée au Geneva Excellence Club a également été mise en ligne. Cette dernière permet de procéder à l'inscription aux sessions pour l'obtention du niveau I.



ACQUISITION DE CONGRÈS & DE CONFÉRENCES



Le Bureau des Congrès se réjouit d'une forte reprise des congrès en présentiel en 2022. Au total, il est à l'origine de l'acquisition des 27 congrès qui ont rassemblé 34'800 participants en 2022 pour des retombées économiques de l'ordre de 79,5 millions de francs, soit une augmentation de 49% comparée à 2019.

De l'avis des organisateurs des congrès, en 2022, la destination genevoise a offert aux congressistes un haut niveau de service, comme en témoignent différentes personnalités. Pour Philippe Brégaïnt, CEO de l'European Association for Osseointegration (EAO) qui a relancé son premier congrès en présentiel après deux ans en ligne, le choix de Genève s'est imposé comme destination centrale, facile d'accès, sécurisée et internationale. Un ensemble d'éléments qui ont contribué au succès de l'événement.

Pour la professeure Margitta Seeck, présidente de l'ICCN (International Congress of Clinical Neurophysiology) 2022 et coprésidente de l'EEC 2022 (European Epilepsy Congress), Genève est un excellent mélange entre une grande

et une petite ville qui propose des installations de qualité allant du grand centre de congrès situé à proximité de l'aéroport et de la gare, aux transports publics efficaces, en passant par le soutien professionnel du Bureau des Congrès.

Nouvelle direction et agrandissement du Bureau des Congrès

L'équipe du Bureau des Congrès s'est agrandie de trois à six membres durant l'année 2022. L'équipe existante composée de trois *Senior Managers*, Magali Belotti, Zoé Senn et David Cougoule a vu l'arrivée de trois nouvelles collègues. Alain Pittet

a rejoint l'équipe au 1^{er} avril 2022, en tant que nouveau Directeur du Bureau des Congrès. Au bénéfice de trente ans d'expérience dans les salons et congrès internationaux et d'un excellent réseau dans le secteur associatif, il a pour mission d'accompagner et développer la dynamique de reprise dans laquelle se trouve le secteur. Chloé Bigre a rejoint en tant que *Senior Coordinator* en mai 2022 et Mégane Simeon en tant que coordinatrice en septembre 2022. L'équipe dispose d'un large éventail de compétences et de nombreuses années d'expérience, qui seront déterminantes dans l'acquisition de congrès associatifs à Genève dans un environnement de plus en plus concurrentiel.



Ajustements à l'orientation stratégique

En 2022, la stratégie commerciale du Bureau des Congrès a continuellement été adaptée à l'évolution des décideurs dans le processus de sélection des destinations. Elle s'est également ajustée aux nombreuses demandes des associations en matière de durabilité, diversité, équité et inclusion, et ce dans le souci de répondre au mieux aux exigences des organisations associatives, de leurs comités et membres.

Geneva International Association Forum

La mission principale du Geneva International Association Forum (GIAF) est de rassembler des représentants d'associations internationales et européennes, d'organisations à but non lucratif, de fédérations, de sociétés, d'ONG et d'uni-

versités, basées à Genève et européennes pour assurer le transfert de connaissances, permettre l'échange entre pairs, partager les meilleures pratiques et concevoir des initiatives conjointes pour relever des défis communs, aider à obtenir de meilleurs résultats et un plus grand impact. Le Bureau des Congrès est partenaire de cet événement créé par Association World et Congrex Switzerland.

En 2022 la deuxième édition du GIAF s'est déroulé à l'Hôtel InterContinental du 27 au 28 juin. Sous le thème « Unir les associations pour un monde meilleur », cette plateforme a réuni 69 participants du monde entier. Le Bureau des Congrès est convaincu qu'une connaissance accrue du secteur associatif permet de leur proposer des candidatures ajustées au plus proche de leurs besoins. Il ambitionne d'être à nouveau partenaire de cette plateforme en 2023.

2022 en quelques chiffres

27

congrès réalisés

34'800

participants accueillis

295

dossiers traités

60'970

nuitées générées

38

candidatures envoyées

79,5 Mio

de francs en retombées économiques

21

congrès gagnés*

* Signés en 2022 pour les années à venir



1 L'équipe du Bureau des Congrès de Genève

2 Congrès à Palexpo, Genève

COLLABORATION RÉGIONALE



Vaud et Genève : un partenariat évident sur des marchés déterminés

À la sortie de la pandémie, avec des budgets fortement réduits, les collaborations avec l'office du tourisme du Canton de Vaud, devenu Vaud Promotion ont été nombreuses et ont augmenté. Ainsi la région lémanique a été promue dans son ensemble, avec Suisse Tourisme en Amérique du Nord et en Allemagne, ou de façon plus informelle en Chine. La région lémanique a été mise en valeur lors de l'accueil des médias, des publi-reportages, des webinaires et des représentations en commun. Aux États-Unis, cela s'est notamment traduit par la visibilité de Genève et Lausanne, sur Times Square, en partenariat avec Suisse Tourisme. En Chine, la responsable de marchés, Lei Zhao, a réalisé des *live streamings* dans le canton de Vaud et de Genève sur son compte Douyin (Tik Tok chinois) suivi par plus de 300'000 personnes. Pour sa part, le représentant du canton de Vaud, basé en Chine, a représenté Genève lors d'actions sur place.

Conseil du Léman

Le Conseil du Léman regroupe depuis 1987 les acteurs économiques et institutionnels autour du bassin lémanique. On trouve du côté français les départements de l'Ain et de la Haute Savoie, ainsi que du côté suisse les cantons de Vaud, Valais et Genève. Dès 2020, Genève Tourisme s'est impliqué dans les travaux intitulés « Démarche Touristique ». L'année précédente a permis de compléter les travaux et d'identifier les besoins et projets communs. La première phase qui avait permis d'établir un diagnostic et des propositions dans le domaine d'échange d'informations, via les systèmes en open source Apidae et MyCity.

À la fin de 2022, une déclaration d'intention et une feuille de route ont été validées pour 2023+ sous le nom de « Objectif Découverte Léman ».

+ d'information sur : conseilduleman.org

Programme DUET

Ce programme soutenu par un financement Interreg a été finalisé en 2022. Il avait pour objectif le développement d'outils pour soutenir des acteurs de petite envergure dans le domaine spécifique de l'hôtellerie.

+ d'informations sur le projet : duet-interreg.org/projet-final/

Après une étude approfondie des besoins et de la réalité des acteurs du secteur, un outil en ligne a été développé et testé. Cet outil très facile d'utilisation permet de sélectionner dans différents domaines des actions concrètes que chaque établissement peut mettre en place selon ses besoins et ses capacités.

+ d'information sur l'outil : duet-interreg.org/duet-apt/

Dès 2023, une campagne de communication et de diffusion de l'outil sera mise en place. Genève Tourisme sera activement impliquée dans cette seconde phase.

RAPPORT ANNUEL 2022



1 Les participants au Switzerland Meeting Trophy



2 Soirée de clôture du Switzerland Meeting Trophy au kiosque des Bastions

Switzerland Meeting Trophy : un événement, quatre destinations

Le Bureau des Congrès Suisse (SCIB) organise chaque année un rallye en équipe à la découverte de la Suisse et de son offre touristique. Les cibles privilégiées sont des organisateurs d'événements d'affaires. Le Switzerland Meeting Trophy change chaque année de destination. Grâce à une candidature romande commune, Vaud et Genève ont été mis sous les projecteurs dans un

programme réunissant 80 participants dont des « Meetings Planners » de sept marchés, ainsi que dix prestataires suisses. Ils sont passés de Villars à Genève, via Montreux et Lausanne, pour expérimenter ce que la région lémanique a de mieux à offrir en termes d'activités de groupes. Cet événement qui a été un réel succès s'est terminé à Genève lors d'une soirée au Kiosque des Bastions, événement qui a marqué les esprits et a inspiré les participants à faire venir leurs clients dans la région.



RAPPORT ANNUEL 2022

FINANCES

I. Compte des résultats



FINANCES

COMPTE DES RÉSULTATS

	Budget 2022 CHF (TTc)	Comptes 2022 CHF (TTc)	Comptes 2021 CHF (TTc)
PRODUITS			
PRODUITS NETS TAXES TOURISTIQUES ET INDEMNITES			
Produit de la taxe de séjour	6 000 000	12 503 146	4 475 257
Produit de la taxe de promotion du tourisme	2 700 000	3 192 111	904 429
Subvention	2 200 000	2 200 000	4 400 000
Frais de perception des taxes	(304 500)	(553 264)	(181 922)
Total produits nets des taxes touristiques	10 595 500	17 341 993	9 597 765
Partenariats, commissions	-	300 242	576 713
Autres produits	-	81 979	39 009
Taxe sur la valeur ajoutée, taux forfaitaires	(150 000)	(116 351)	(160 118)
TOTAL DES PRODUITS	10 445 500	17 607 862	10 153 368
CHARGES			
SALAIRES, CHARGES SOCIALES & AUTRES FRAIS DU PERSONNEL			
Salaires, charges sociales	4 605 847	4 793 981	4 598 366
Autres frais de personnel	60 000	(71 604)	30 955
Total salaires, charges sociales & autres "personnel"	4 665 847	4 965 585	4 628 621
FRAIS ADMINISTRATIFS			
Loyers, charges, entretien	521 407	544 235	646 166
Frais de bureau	396 400	729 685	693 285
Frais de structure & gestion spécialisée	119 000	164 965	(28 957)
Frais financiers	35 000	(337 492)	5 81 622
Intérêts sur prêt Etat de Genève	291 876	182 200	268 687
Frais informatiques	100 000	67 166	58 793
Attribution à la provision sur participation Palexpo SA	-	642 886	2 542 702
Total frais administratifs	1 463 683	2 053 645	4 920 212
CHARGES PROMOTIONNELLES & OPERATIONNELLES			
Geneva Transport Card	1 720 000	3 659 245	1 666 444
Participation soutiens ponctuels	-	130 876	(92 093)
Promotions Marchés & Congrès	1 339 332	1 005 864	662 118
Production publicité, médias & communication	462 000	1 675 328	1 324 348
Presse, médias et réseaux sociaux	454 500	506 239	371 733
Développement gestion marketing	546 046	629 681	492 837
Frais divers, représentation	12 000	185 881	137 908
Journée du Tourisme Genevois	30 000	25 296	43 140
Total	4 603 878	7 878 410	4 612 435
TOTAL CHARGES	10 733 408	14 897 640	14 161 268
Attribution au fonds affecté "Plan de relance"	727 816	-	-
(Utilisation) du fonds affecté "Plan de relance"	(727 816)	(699 229)	(1 337 418)
RESULTAT ANNUEL FG&C Hors manifestations estivales	(287 908)	3 409 453	(2 670 482)
ATTRIBUTIONS (UTILISATIONS) DES RESERVES AU BILAN			
ATTRIBUTION (UTILISATION) D'AUTRES RESERVES			
ATTRIBUTION (UTILISATION) CAPITAL FG&C Hors manifestations estivales	(287 908)	3 409 453	(2 670 482)
RESULTAT ANNUEL - MANIFESTATION ESTIVALE	-	(76 995)	(92 369)
ATTRIBUTION (UTILISATION) CAPITAL LIBRE Y compris manifestations estivales	(287 908)	3 332 459	(2 762 850)
BILAN			
BILAN - CAPITAL LIBRE			
Capital libre - ouverture exercice	-	6 548 837	9 311 686
Résultat annuel	-	3 332 459	(2 762 850)
CAPITAL LIBRE - CLOTURE EXERCICE	-	9 881 296	6 548 837
VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE	-	(290 674)	820 943

RAPPORT ANNUEL 2022

Impressum**Conception et rédaction**
De facto communication**Design**
TWKS**Copyright**
Fondation Genève
Tourisme & Congrès



Fondation Genève Tourisme & Congrès
Rue Pécolat 1 | Case postale 1602
1211 Genève 1 | Suisse
+41 22 909 70 70 | geneve.com