



Date de dépôt : 14 août 2024

Rapport du Conseil d'Etat **au Grand Conseil sur le rapport annuel 2023 de la Fondation** **Genève Tourisme & Congrès (FGT&C)**

Conformément aux articles 3, alinéa 4, de la loi sur le tourisme, du 24 juin 1993 (L_{Tour}; rs/GE I 1 60), et 4 du règlement d'application de la loi sur le tourisme, du 22 décembre 1993 (R_{Tour}; rs/GE I 1 60.01), notre Conseil vous transmet pour information le rapport annuel de l'exercice 2023 de la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C). Il s'agit du douzième 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 2023.

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 L_{Tour}. 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;
- 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.

2. Activités de la FGT&C

L'année 2023 a été marquée par une croissance de 10,9% du nombre de nuitées par rapport à 2019, soit un total de 3 553 303 nuitées hôtelières. Cette augmentation souligne l'attractivité de la destination Genève.

Le renforcement des activités de promotion dans le domaine du tourisme de loisirs a permis d'augmenter le nombre de nuitées en provenance de Suisse, du Royaume-Uni, de France et d'Amérique du Nord.

Par ailleurs, le tourisme d'affaires a également connu une hausse, avec l'acquisition par le Bureau des congrès de la FGT&C de 22 congrès associatifs qui ont généré 24,5 millions de francs de retombées économiques. Le tourisme d'affaires n'a toutefois pas retrouvé son niveau d'avant-pandémie, enregistrant une baisse d'environ 30% chez les voyageurs d'affaires individuels depuis 2019.

2.1 Transformation numérique

En 2023, la FGT&C a poursuivi sa transformation numérique et repensé ses outils digitaux.

De nouvelles technologies ont été adoptées pour gagner en flexibilité, limiter les coûts, simplifier les tâches, et améliorer la personnalisation du contenu. Un nouvel outil d'envoi de courriels et de personnalisation de contenu a été mis en place.

En parallèle, Genève Tourisme continue de travailler sa notoriété grâce, notamment, à l'optimisation de son référencement naturel, à des campagnes digitales et à une présence renforcée sur les réseaux sociaux.

Le référencement du site Internet *geneve.com* a été amélioré par l'optimisation des moteurs de recherche dans le but d'accroître sa visibilité. Par ailleurs, un affinage des mots-clés a contribué de manière significative à faciliter l'accessibilité au site, dont la fréquentation a augmenté de 116%.

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 :

- accélérer le passage vers une économie circulaire. L'objectif est de réduire les déchets dans le secteur du tourisme de 30% d'ici 2025 en appliquant les principes de l'économie circulaire. Dans ce contexte, 3 séances de formation ont été effectuées, avec la participation de 5 établissements.

Douze actions de réduction de l'énergie et du gaspillage ont été mises en place par les participants;

- accélérer le passage vers une économie post-carbone, avec pour objectif la réduction de l'émission des gaz à effet de serre (GES) de 60% d'ici 2030 par rapport à 1990. En 2023, tous les collaborateurs de la FGT&C ont signé la charte interne pour l'organisation d'événements internes;
- 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. Le but est de promouvoir des artisans locaux et des produits du terroir lors de la mise en place du stand éphémère au Jardin Anglais;
- 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*. En 2023, 87 partenaires ont adhéré ou sont en cours d'adhésion au programme *Swisstainable*.

En outre, la FGT&C a participé à l'action *myclimate* « *Cause We Care* ». Entre le 1^{er} janvier 2023 et le 31 décembre 2023, le fonds a récolté une somme de 10 177 francs de dons de la part des visiteurs. Ce montant a été réinvesti dans un projet de purification de l'eau pour les écoles en Ouganda. Il a également permis de soutenir *Youth for soap*, un projet qui recycle et reconditionne les savons usagés des hôtels pour les offrir gratuitement aux personnes démunies et sans-abri.

2.3 Collaboration régionale

La FGT&C participe activement au projet franco-suisse Interreg « Acteurs Tourisme Léman – ATL ». Ce projet, soutenu par le réseau d'acteurs professionnels du tourisme de la région lémanique, a pour but de faciliter les échanges et d'améliorer les bonnes pratiques et la professionnalisation du secteur.

Par ailleurs, la FGT&C poursuit sa collaboration avec Vaud Promotion. Ainsi, la promotion de la région lémanique a été effectuée avec Suisse Tourisme en Amérique du Nord et en Allemagne par le biais de publi-reportages, de webinaires et de représentations en commun.

2.4 Promotion de la destination sur les marchés clés

En 2023, l'image de marque de Genève a fait l'objet d'une étude approfondie. Elle a été déclinée sur l'ensemble des outils de communication de Genève Tourisme ainsi que dans le cadre de plusieurs actions promotionnelles.

La FGT&C a également affiné l'identité visuelle de Genève afin de la rendre plus impactante et reconnaissable. Des efforts ont été réalisés pour la rendre plus actuelle, plus contemporaine et plus authentique.

Tout au long de l'année 2023, la FGT&C a mis en œuvre un grand nombre de projets et d'événements de promotion sur ses marchés-clés. En plus de ses activités traditionnelles et des événements professionnels à l'attention des tour-opérateurs, agents de voyages et autres médias, le département des Marchés a multiplié les initiatives en surfant sur l'actualité et en s'associant aux partenaires locaux.

3. Résultats financiers

En 2023, les produits issus de la taxe de séjour se sont élevés à 13 261 864 francs, en hausse de 6% par rapport à 2022 (12 503 146 francs).

Les produits issus de la taxe de promotion du tourisme se sont élevés à 5 136 168 francs en 2023. Ils ne sont pas comparables avec les résultats de 2022. En effet, les produits issus de la taxe de promotion du tourisme s'élevaient à 3 192 111 francs en 2022. Toutefois, ces résultats n'étaient pas représentatifs d'une taxation annuelle normale, étant donné que la loi 12838 modifiant la L_{Tour} réduisait de 50% le prélèvement de la taxe de promotion du tourisme pour certaines catégories d'entreprises. Pour compenser le manque à gagner en 2022, la loi 12837 avait accordé une indemnité extraordinaire de 2,2 millions de francs à la FGT&C dans le cadre des mesures liées à la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19).

Les frais de perception se sont élevés à 726 247 francs.

Les charges de personnel se sont élevées à 5 639 341 francs (46 ETP en 2023), soit une augmentation de 13%.

Les frais de la *Geneva Transport Card* se sont élevés à 4 230 079 francs.

La FGT&C a réalisé un bénéfice de 1 735 604 francs.

4. Activités opérationnelles

La FGT&C a lancé un grand nombre de projets et d'événements de promotion sur ses marchés cibles, notamment la campagne *Unexpected GENEVA*.

La campagne estivale *Unexpected GENEVA* avait comme objectifs d'accroître la considération pour Genève en tant que destination idéale pour une escapade estivale et de renforcer le positionnement de Genève en tant que destination de loisirs. Elle visait les cibles famille et *City Breakers*. Elle avait également pour but de générer du trafic sur le site Internet *geneve.com* pour recueillir des prospects qualifiés.

La campagne s'est fondée sur les perceptions des consommateurs, indiquant que les visiteurs sont agréablement surpris de découvrir que Genève a bien plus à offrir que le Jet d'eau, l'Horloge fleurie, les organisations internationales et les boutiques de luxe. *Unexpected GENEVA* est un concept qui se joue des clichés de la destination dans l'objectif de dévoiler les aspects les plus surprenants de Genève.

La FGT&C et Suisse Tourisme, ont coorganisé la 22^e édition du *Switzerland Travel Mart (STM)* qui s'est déroulée à Genève du 11 au 14 septembre 2023. Cette 22^e édition a rassemblé un total de 866 participants, dont 413 agents de voyages et tour-opérateurs issus de 22 marchés locaux et internationaux, 360 prestataires de service suisses et autres invités. Quelque 9 600 rendez-vous d'affaires ont été réalisés et l'enquête de satisfaction a révélé l'un des meilleurs taux de satisfaction générale des participants par rapport aux éditions précédentes.

En septembre 2023, la FGT&C a organisé un événement média pour l'inauguration du Portail de la Science au CERN qui a rassemblé des médias internationaux prestigieux, dont le *Financial Times*, *La Stampa* ou encore la *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

AU NOM DU CONSEIL D'ÉTAT

La chancelière :
Michèle RIGHETTI-EL ZAYADI

La présidente :
Nathalie FONTANET

Annexe : Rapport annuel 2023 Geneva – Visit. Meet. Repeat.

RAPPORT ANNUEL 2023

GENEVA

Visit. Meet. Repeat.





SOMMAIRE

GENÈVE TOURISME

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

ACTIVITÉS OPERATIONNELLES

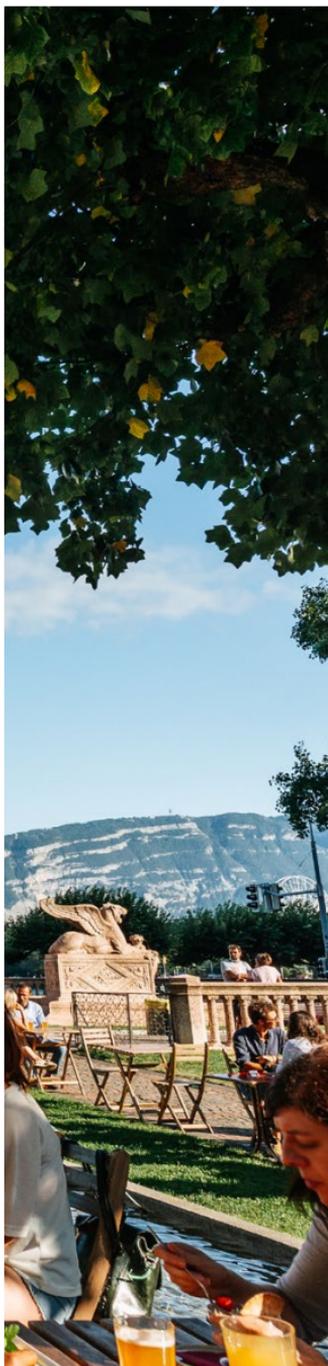
Introduction	8
Transformation numérique	10
Construction d'une marque forte, visible tout au long de l'année	12
Stratégie pour un tourisme durable	16

PRESTATIONS ET INDICATEURS

Introduction	18
Promouvoir la destination sur les marchés-clés	20
Acquisition d'événements d'entreprise	24
Accueil, information et assistance touristiques	26
Acquisition de congrès et de conférences	28
Collaboration régionale	30

FINANCES

Compte des résultats	34
----------------------	----





MESSAGES



Message de Sophie Dubuis, Présidente du Conseil de Fondation

2023 a sans conteste été une année charnière pour le secteur touristique à Genève. Les excellents résultats de la destination viennent récompenser les efforts menés par l'ensemble des acteurs du tourisme. L'intérêt de nos compatriotes pour Genève, le retour de nos clients habituels, l'ouverture de nouveaux marchés de loisirs et corporate ou la tenue d'importants salons et congrès, sont autant de signaux réjouissants pour la Fondation Genève Tourisme & Congrès, comme pour l'ensemble de l'industrie.

Le travail stratégique, entamé avant la pandémie, a pu reprendre avec des nouveaux éléments et l'année 2023 nous a permis de franchir

des étapes décisives dans la consolidation de notre mission et la poursuite de nos objectifs.

En mettant l'accent sur l'accueil, la formation, la proximité et l'authenticité, nous affirmons notre vision, qui se déploie tant dans nos campagnes de promotion qu'à l'interne de la Fondation, au plus proche de l'identité même de notre destination, avec en ligne de mire le renforcement de notre positionnement, l'approfondissement de notre réflexion sur notre mission et l'ancrage de notre engagement en faveur de la durabilité.

L'année 2023 nous a permis de nous projeter dans l'avenir. À quoi ressemblera le tourisme en 2030 ? Dans cette optique, notre participation à la Journée Suisse des Vacances, ainsi que notre rôle lors du Switzerland Travel Mart 2023 ont été des moments clés. Nous en sommes convaincus, le tourisme de demain se façonnera en étroite collaboration avec nos partenaires nationaux, dont bien entendu Suisse Tourisme. Les villes suisses ont d'ailleurs une vraie carte à jouer dans ce contexte.

Les défis sont nombreux et stimulants. Pour les relever, le Conseil de Fondation s'engage et propose une ligne claire à l'institution. Pour 2024, la signature de la nouvelle convention d'objectifs avec l'État demeure une priorité essentielle pour pouvoir sereinement poursuivre nos missions. Par ailleurs, un sou-

tien financier public à long terme, à l'image d'autres destinations touristiques, revêt une grande importance.

La fin de mon mandat au sein du Conseil de Fondation de Genève Tourisme & Congrès approche. C'est avec émotion que je quitterai l'institution fin juin 2024 après sept ans d'engagement dont plus de cinq années de présidence d'une rare intensité, en particulier la période du Covid-19. Je tiens à remercier très chaleureusement les équipes de Genève Tourisme, son directeur général, les membres du Conseil de Fondation, l'État de Genève, les quatre ministres de tutelle, le Grand Conseil, la Ville de Genève, les communes genevoises, les hôteliers, les commerçants et l'ensemble des partenaires du tourisme pour leur soutien et leur collaboration.

Le tourisme dans notre canton a beaucoup à offrir et c'est avec pleine confiance en l'avenir que je m'apprête à passer le relai à mon successeur Philippe Schwarm et au Conseil de Fondation renouvelé. Je suis convaincue qu'ils sauront assurer le succès à long terme de notre destination.



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

L'année 2023 a marqué une étape significative pour notre destination, illustrée par une croissance de 10,9% des nuitées par rapport à 2019, atteignant un total de 3'553'303 nuitées hôtelières. Cette progression de presque 20% par rapport à 2022 est la plus importante parmi les villes suisses, un témoignage de l'attractivité de Genève et des efforts poursuivis par les acteurs de la destination.

Cette augmentation des nuitées, principalement en provenance de Suisse alémanique (+45,66%), du Royaume-Uni, de France et d'Amérique du Nord, souligne le succès de nos initiatives visant à renforcer le tourisme de loisirs. L'activité des salons et des congrès a elle aussi

connu une hausse, avec l'acquisition par notre bureau de 22 congrès associatifs qui ont généré quelque 24,5 millions de francs de retombées économiques. Le tourisme d'affaires n'a toutefois pas totalement retrouvé son niveau pré-pandémique, enregistrant une baisse de 30% chez les voyageurs d'affaires individuels depuis 2019.

Malgré ces résultats positifs, des défis demeurent, notamment en ce qui concerne le taux de remplissage des hôtels. L'augmentation du nombre de chambres, qui a grimpé de 16,4% depuis 2019, soit 11'317 chambres à fin 2023, montre que la marge de croissance pour l'avenir demeure significative.

La campagne «Unexpected Geneva», déployée sur nos marchés prioritaires à l'été 2023, a mis en valeur la diversité et l'authenticité de Genève, selon la philosophie qui anime nos équipes: «Ce qui est bon pour les Genevois est bon pour nos hôtes».

Nos offres locales, comme le Geneva City Pass et le Choco Pass, ont connu un franc succès, avec 5'400 et 4'467 d'unités vendues respectivement. La fréquentation du Tourist Information Center au Jardin Anglais et nos 1'191 tours guidés attestent de notre engagement continu à enrichir l'expérience de nos visiteurs.

En matière de durabilité, Genève Tourisme consolide et accélère ses efforts. Le développement durable repré-

sente un enjeu de taille, non seulement pour le tourisme de loisirs mais surtout pour le tourisme d'affaires, particulièrement pour les salons et congrès en intégrant la durabilité comme une exigence fondamentale pour l'avenir.

De nombreux temps forts ont marqué l'année 2023, comme l'inauguration du Portail de la science au CERN en octobre, un événement qui a fait l'objet d'une forte couverture médiatique au niveau international. À noter également, le spectacle de drones «FeuO-lac», en mai, la réouverture du téléphérique du Salève, la tenue du Switzerland Travel Mart, principal salon professionnel du tourisme organisé en collaboration avec Suisse Tourisme à Genève, et bien d'autres activités qui ont participé au renforcement de l'offre touristique.

Ces résultats ont été rendus possibles grâce à l'engagement de nos équipes et la collaboration étroite avec l'ensemble des partenaires locaux. Je tiens à exprimer mes remerciements à toutes celles et tous ceux qui ont contribué à faire de Genève une destination toujours plus dynamique et accueillante, avec une mention spéciale pour le Conseil de fondation, et la présidente Sophie Dubuis, qui quittera ses fonctions fin juin 2024, pour leur soutien et leur gouvernance éclairée. Leur confiance dans l'opérationnel et leur vigilance bienveillante ont été essentielles pour traverser ces années difficiles et envisager ces années de reprises avec optimisme.

LE TOURISME À GENÈVE EN CHIFFRES



2023, une année en progression

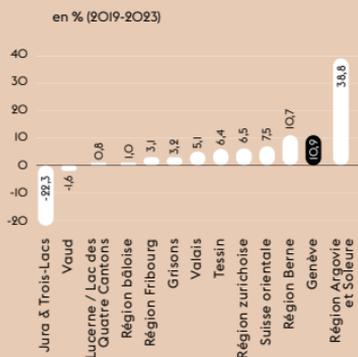
Genève a compté 3'553'303 nuitées hôtelières en 2023 contre 3'202'3974 en 2019, soit une hausse de 10,9% - un record pour le canton. Cette augmentation marque d'excellents résultats pour l'industrie touristique qui stabilise et ancre les résultats obtenus postpandémiques en 2022 (+19,8%). Cette progression place Genève en deuxième position, derrière Zürich, pour la croissance des nuitées en Suisse en 2023.

Cette forte progression est principalement due au développement du tourisme de loisirs, en provenance de Suisse alémanique, du Royaume-Uni, du Brésil, de France et d'Amérique du Nord. Les touristes en provenance du Brésil ainsi que l'Asie du Sud-Est ont fait leur retour, tandis que le marché chinois reste en retrait par rapport à 2019.

Évolution des nuitées à Genève



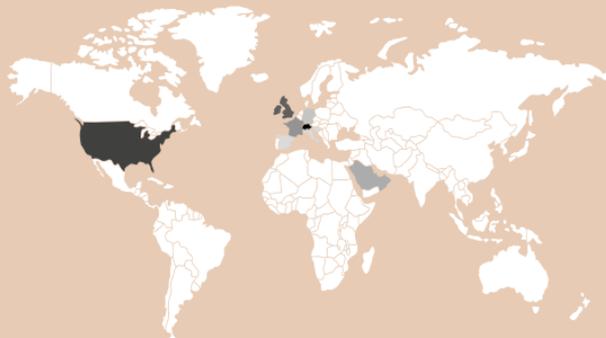
Évolution des nuitées par région



RAPPORT ANNUEL 2023

Top 8 des pays de provenance des hôtes

Part de marché 2023

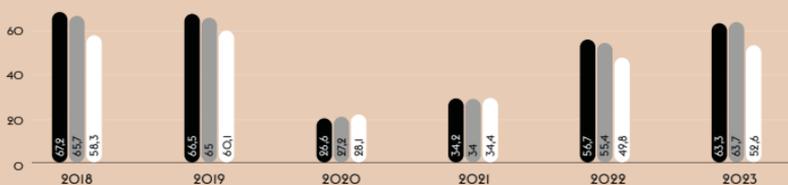


	Part de marché 2023	vs 2019
Autres	31,7%	
1 CH	25,44%	▲ 45,7%
2 US	11,03%	▲ 20,3%
3 UK	8,72%	▲ 21,8%
4 FR	8,51%	▲ 18,7%
5 GCC	6,35%	▲ 5,5%
6 DE	2,84%	▲ 11,1%
7 ES	2,70%	▲ 5,6%
8 IT	2,70%	▲ 0,3%

Taux d'occupation des hôtels

(2018-2023)

● Genève ● Région Zurichoise ● Région Bâloise



Infrastructure hôtelière genevoise par catégorie

Catégorie	Établissements	Chambres	% Chambres
★★★★★ & sup.	14	1'839	16,2%
★★★★ & sup.	38	5'059	44,4%
★★★ & sup.	40	2'718	23,9%
★★ & ★ & sup.	12	803	7,1%
Non classifié	20	963	8,5%
TOTAL	124	11'382	100%



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 (LTour), elle gère le produit des taxes de séjour et de promotion du tourisme.

Mission

La FGT&C a pour mission de promouvoir et vendre Genève comme destination de tourisme de 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.

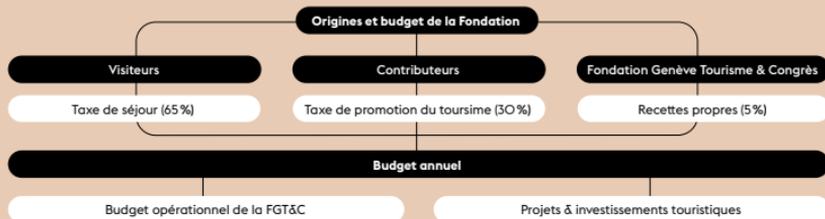
Commission consultative du tourisme

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.

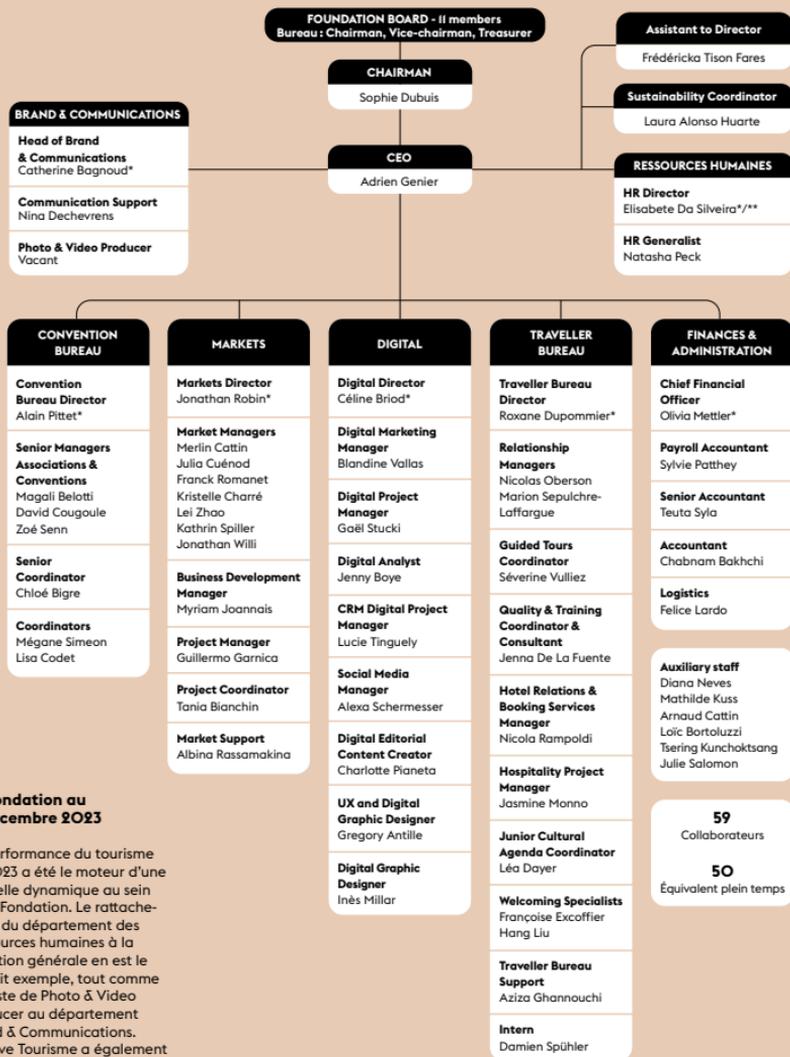
Gouvernance 2023

La gouvernance de la FGT&C est assurée par un Conseil de Fondation composé de dix membres (un à repouvoir) 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. Jean-Vital Domézon
- Une représentante des milieux touristiques (experte) : Mme Sophie Dubuis (présidente)
- Une représentante des commerçants : Mme Louise Barradi
- Un représentant des cafetiers-restaurateurs : M. Daniel Carugati
- Un représentant des centres de congrès : M. Claude Membrez



RAPPORT ANNUEL 2023



*Membres de la direction **Préposés Santé & Sécurité

La Fondation au 1^{er} décembre 2023

La performance du tourisme en 2023 a été le moteur d'une nouvelle dynamique au sein de la Fondation. Le rattachement du département des Ressources humaines à la Direction générale en est le parfait exemple, tout comme le poste de Photo & Video producer au département Brand & Communications. Genève Tourisme a également pu procéder au renforcement de ses équipes avec l'engagement de deux membres de la Direction: Traveller Bureau Director et Finances & Administration Director. Par ailleurs, ce renforcement s'est aussi fait via la création des postes suivants:

- Sustainability Coordinator
- Relationship Manager F&B et Relationship Manager Shopping au Traveller Bureau
- Project Coordinator au Markets

Pour maintenir continuellement son expertise et rester à la pointe dans son domaine d'activité la Fondation a, entre autres, mis en place des formations répondant à des objectifs communs ainsi qu'à l'évolution des différents

départements. La Fondation tient à remercier l'engagement et la motivation de ses équipes pour le travail accompli pendant l'année 2023 et se réjouit des projets à venir.





RAPPORT ANNUEL 2023

ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

2023 a été une année de forte progression durant laquelle la Fondation Genève Tourisme & Congrès a déployé de nombreux efforts de promotion 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

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE



En 2023, Genève Tourisme a poursuivi sa transformation numérique et repensé ses outils. De nouvelles technologies ont été adoptées pour gagner en flexibilité, limiter les coûts, simplifier les tâches, et améliorer la personnalisation du contenu. Un nouvel outil d'envoi d'e-mail et de personnalisation de contenu a été mis en place.

En parallèle, Genève Tourisme continue à travailler sa notoriété, grâce à l'optimisation de son référencement naturel, des campagnes digitales et une présence renforcée sur les réseaux sociaux.

Système de gestion de contenu

En 2023, une réflexion approfondie a été effectuée sur les outils utilisés, notamment le système de gestion de contenu (CMS). En effet, cette plateforme a évolué vers un outil plus moderne, qui permet de réduire les coûts d'utilisation et gagner en flexibilité. Ce CMS va permettre de réaliser les projets de mise à jour du site internet, avec la création d'une section dédiée au tourisme d'affaires, tout en proposant du contenu plus actuel.

Optimisation des moteurs de recherche

Cette année, un travail minutieux a été effectué afin d'améliorer le référencement naturel via l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) dans le but de générer plus de trafic sur le site internet de Genève Tourisme. Plusieurs techniques ont été mises en œuvre, notamment la définition de mots clés, contribuant à l'optimisation de chaque article. Ainsi, le trafic du site a augmenté de 116 %, dont 69 % provient du SEO, ce qui représente une augmentation de 147 % des sessions provenant du SEO par rapport à 2022.

Élargissement de la base de données

Cette année, l'accent a été mis sur la collecte de données, notamment le recueil d'adresses e-mail qualifiées par le biais de plusieurs campagnes et via la newsletter mensuelle. Cette stratégie a porté ses fruits, avec un élargissement de la base de données de 27 %. Notamment, la diversité géographique des abonnés à la newsletter a significativement augmenté.

En chiffres

+116 %

Augmentation du trafic du site

+147 %

Augmentation des sessions provenant du SEO par rapport à 2022





CONSTRUCTION D'UNE MARQUE FORTE, VISIBLE TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

En 2023, l'image de marque de Genève a fait l'objet d'une étude approfondie. Cette forte image de marque s'est déclinée sur l'ensemble des outils de communication de Genève Tourisme ainsi que dans le cadre de plusieurs actions promotionnelles, notamment les campagnes.

Une image authentique et plurielle, au-delà des clichés

Genève: son Jet d'Eau, sa tradition horlogère, les Nations Unies, ses boutiques haut de gamme et ses banques. Si tous ces clichés contribuent à la notoriété de la destination, ceux-ci sont limitants et véhiculent l'image d'une ville inabordable, inaccessible et froide.

En 2023, un grand nombre d'efforts a été déployé pour aller au-delà de ces stéréotypes et construire l'image d'une ville vivante, chaleureuse et humaine, dotée d'une réelle personnalité, à la fois authentique et plurielle.

Évolution de l'identité visuelle

Genève Tourisme a affiné l'identité visuelle de Genève, afin de la rendre:

- plus impactante et reconnaissable en un coup d'œil
- plus modulaire pour être utilisée sur tous types de supports de communication
- plus actuelle et contemporaine
- plus simple d'utilisation

Suivant la tendance de « de-branding », l'identité visuelle a été simplifiée et recentrée sur le nom de GENEVA.

Genève Tourisme a également fait évoluer la palette de couleurs, inspirée de l'histoire, des traditions et des icônes de Genève.

Une iconographie nouvelle, sans filtre

L'iconographie occupe une place prépondérante de la stratégie de communication et joue un rôle clé dans l'évolution de l'image de la destination. Genève Tourisme a concentré ses efforts sur la création de contenu d'images et vidéos authentiques et « honnêtes », dépeignant des lieux vivants avec un point de vue immersif. Au-delà de simples paysages, cette nouvelle iconographie permet de véhiculer un style de vie genevois plus authentique et inspirational.

Ce contenu est régulièrement mis à disposition des partenaires touristiques afin que chacun contribue à véhiculer cette image de Genève comme ville vivante et vibrante.

RAPPORT ANNUEL 2023



GENEVA

GENEVA



Unexpected GENEVA : une campagne pour dépasser les clichés

La campagne estivale « Unexpected GENEVA » a été déployée avec comme objectifs :

- Accroître la considération pour Genève en tant que destination idéale pour une escapade estivale
- Renforcer le positionnement de Genève en tant que destination de loisirs – Geneva The Resort City !

- Recruter les cibles famille et « City Breakers »

- Générer du trafic sur le site internet geneve.com pour recueillir des prospects qualifiés

La campagne s'est fondée sur les perceptions des consommateurs, indiquant que les visiteurs sont agréablement surpris de découvrir que Genève a bien plus à offrir que le Jet d'Eau, l'horloge fleurie, les organisations internationales et les boutiques de luxe. En

effet, la plupart repart avec une image différente de ce qu'elle avait imaginé initialement. « Unexpected GENEVA » est un concept qui se joue des clichés de la destination dans l'objectif de dévoiler les aspects les plus surprenants de Genève.

La campagne a été déployée du 15 mai au 30 juin sur le marché suisse alémanique, français et anglais, au format numérique ainsi que sous forme de campagne d'affichage sur certains marchés.

1 Le déploiement de la campagne Unexpected GENEVA dans une station de métro de Londres

VENEZ POUR LES HORLOGERS

RESTEZ POUR PLONGER



En chiffres

30'000

sessions sur les pages
d'accueil dédiées

984

participations au concours

37 mio

d'impressions sur les vidéos

90%

des vidéos regardées
à 100%

Campagne digitale

Une première phase de notoriété incluant des slogans impactants et humoristiques, fait référence à des aspects inattendus de Genève. Le plan média a permis d'atteindre plus de 37 millions d'impressions, avec 90% des vidéos regardées à 100%.

Une deuxième phase a invité l'audience à se diriger sur le site internet pour s'inscrire à la newsletter et ainsi avoir la chance de remporter via un tirage au sort différentes activités. Un jeu concours a également été organisé, sur les réseaux sociaux, via le compte du magazine français Cosmopolitan, avec deux nuits offertes dans l'hôtel Tiffany ainsi

FÜRS STADTLIBEN KOMMEN FÜR DIE PÄRKE BLEIBEN



COME FOR THE LAKE STAY FOR THE SKY



que d'autres cadeaux exclusifs. Cette campagne a permis de générer 30'000 sessions sur les pages d'accueil dédiées, avec un temps passé de 2 minutes et 50 secondes en moyenne, résultat très positif, et comptabilisant 984 participations au concours.

Sur les marchés, la campagne a été déployée comme suit:

- Affichage numérique dans la zone d'arrivée, après la douane ainsi qu'en zone de bagages de Genève Aéroport pendant 12 semaines.
- Affichage dans 13 stations de métro et couloirs d'accès aux plateformes du métro de Londres durant deux semaines avec une portée de plus de 10 millions de vues.
- Street Marketing dans des quartiers animés de Paris et de Lyon avec pochoirs aux sols et projections d'images promotionnelles pendant deux semaines. À Lyon, mise en place d'une série de messages tagués à la craie et à la peinture a rendu compte d'une action percutante, originale et éco responsable.
- Affichage à Zurich, Olten et Zug avec une portée estimée à 2,5 à 3 millions de vues accompagnée d'une campagne publicitaire dans divers journaux, tels que *Falstaff*, *Handelszeitung*, *La Tavola*, *SBB Freizeitmagazin* et d'autres.



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 2023 sont présentés sous forme de piliers stratégiques.

Global Destination Sustainability Index

En parallèle de ses actions en lien avec ses piliers, Genève Tourisme participe chaque année au Global Destination Sustainability Index (GDS-Index). Le GDS-Index évalue les destinations à travers leur performance 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 2023, Genève a obtenu un score total de 73,3%, en amélioration de 5,15% par rapport à 2022. Genève est la deuxième ville suisse au classement après Zurich. Elle se situe à la 36e place du classement international.

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 2023

Organisation d'une formation gratuite en collaboration avec l'entreprise Ecolive (cabinet de conseil et de management de l'environnement) sur la thématique de l'énergie et du climat.

Résultats 2023

Trois séances de formation ont été effectuées, avec la participation de cinq établissements. 12 actions de réduction de l'énergie et du gaspillage ont été mises en place par les participants.

PILIER 2

Accélérer le passage vers une économie post-carbone

Objectif

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

Action 2023

Rédaction d'une charte interne pour l'organisation d'événements responsables.

Résultats 2023

Signature de la charte par tous les collaborateurs et collaboratrices de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

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 2023

- Promotion de produit locaux issus de l'agriculture locales ou de l'artisanat genevois.
- Promotion régulière des manifestations genevoises et initiatives locales sur les réseaux sociaux.

Résultats 2023

- Promotion d'artisans locaux et de produits du terroir lors de la mise en place du stand éphémère au Jardin Anglais, telle que les gourdes SIG, les produits «Genève Terroir», les t-shirt le blanc, les affiches la Jonx, etc.
- 16 publications sur Facebook avec une portée cumulée en 2023 de 19'086.

PILIER 4 Favoriser un impact social et solidaire sur la destination

Objectif

Atteindre 85 % de satisfaction des touristes.

Action 2023

Réalisation d'une enquête de satisfaction auprès des touristes durant la période estivale.

Résultats 2023

L'enquête a rendu compte d'un taux de satisfaction de plus de 90 %.

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. L'objectif est d'atteindre 100 partenaires.

Action 2023

Promotion du programme Swisustainable auprès des partenaires de la destination via la newsletter, les webinaires, etc.

Résultats 2023

87 partenaires ont adhéré ou sont en cours d'adhésion au programme Swisustainable.

Équipe durabilité à Genève Tourisme

L'équipe durabilité de Genève Tourisme s'est renforcée en 2023 avec la présence d'un représentant par département avec un temps de travail dédié à la mise en œuvre de la stratégie pour la destination.

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. Durant l'année 2023, Genève Tourisme a reconduit son adhésion au programme Swisustainable en ajoutant trois nouvelles actions à son plan d'action 2023-2025. Ces actions sont en cours.

- Mise à jour de la politique des déplacements professionnels de Genève Tourisme.
- Création d'un guide pour les événements responsables à Genève.
- Adaptation de la visite guidée « La vieille ville et ses trésors » pour les personnes en situation de handicap.

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. Genève Tourisme continue de participer à cette initiative.

- **Cause we care (My climate)** Entre le 1er janvier 2023 et le 31 décembre 2023, les fonds a récolté une somme de 10'177 francs de dons de la part des visiteurs. Ce montant a été réinvesti dans le projet « Cause We Care » de purification de l'eau pour les écoles en Ouganda. Il a également permis de soutenir « Youth for soap », un projet qui recycle et reconditionne les savons usagés des hôtels pour les offrir gratuitement aux personnes démunies et sans-abri.



Cause We Care
En savoir plus



Youth for soap
En savoir plus

- **Création d'une charte pour les événements responsables organisés par Genève Tourisme :** La charte a été signée par tous les employés de la Fondation.



* Source: rapport 2022 du programme Swisustainable par la Fédération Suisse du Tourisme.



RAPPORT ANNUEL 2023

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 nationaux
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 2023, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a mis en œuvre un grand nombre de projets et d'événements de promotion sur ses marchés-clés. En plus de ses activités traditionnelles et des événements professionnels à l'attention des tour-opérateurs, agents de voyages et autres médias, le département des Marchés a multiplié les initiatives en surfant sur l'actualité et en s'associant aux partenaires locaux.

1 Cinémania, novembre 2023, Montréal

2 La destination Genève présente sur les panneaux de Times Square à New-York

3 Exposition de la montre assemblée à 10'000 mètres d'altitude entre Genève et New-York

CAS PRATIQUES DE PARTENARIATS POUR PROFILER GENÈVE SUR LES MARCHÉS

Genève Tourisme a capitalisé sur la visibilité générée par les partenaires genevois sur les marchés les plus importants pour la destination. Que ce soit le Salon de l'Auto au Qatar, Cinémania au Canada, ou le Grand Prix d'Horlogerie de Genève à New York, Genève Tourisme a mis en place des initiatives pour démultiplier la visibilité et enrichir le contenu déjà important proposé par ses partenaires. En agissant de la sorte, la Fondation sert de caisse de résonance aux acteurs genevois sur la scène internationale.

Geneve International Motor Show (GIMS)

Le communiqué de presse intitulé « The Grand Symphony of Wheels: GIMS Qatar 2023 Roars to Life in Doha » a obtenu une importante couverture médiatique. En tout, 21 parutions pour une valeur dans les médias de 204'750 dollars, notamment par le biais des réseaux sociaux ainsi que des « stories » sur Instagram, et de l'organisation d'un événement Trade et Media au sujet du salon à Doha.

Cinémania

En novembre 2023 s'est déroulée la 29e édition du Festival de films francophones CINEMANIA à Montréal, au Canada. Cet événement a été organisé en partenariat avec Suisse Tourisme Canada, la Suisse étant le pays d'honneur de cette édition.

Ce déplacement a mis en avant plusieurs délégations suisses, notamment : Swiss Films, Valais Film Commission, le Consulat général de Suisse à Montréal, Geneva International Film Festival et Digital Market (GIFF), Locarno Pro (Locarno Film Festival), SWISS, Air Canada, etc.

Le festival a été inauguré en présence d'Alain Berset, président de la Confédération, de Mathieu Lacombe, ministre de la Culture et des Communications du Québec, et d'Erica Aineus, membre du Conseil exécutif de la Ville de Montréal. Un ensemble de 15 films



a été projeté en avant-première. Parmi eux, de nombreux talents genevois étaient à l'affiche, comme Lea Pool, Carmen Jacquier, ou encore Gilles Jobin. L'événement a été accompagné d'une exposition du photographe Claude Dussez. Ces activités ont participé à la mise en valeur de Genève comme destination de tournage, notamment lors de la prise de parole de notre Market Manager au cours d'un événement VIP (trade et média).

Montre suisse assemblée à 10'000 mètres d'altitude entre Genève et New-York

Lors de l'exposition itinérante du Grand Prix d'Horlogerie de Genève, une montre a été assemblée pour la première fois à plus de 10'000 mètres d'altitude, grâce à une collaboration inédite entre Genève Tourisme et la compagnie aérienne Swiss International

Air Lines. À bord du vol reliant Genève à New York le 18 octobre 2023, des représentants des deux entités, accompagnés d'un maître horloger genevois, ont travaillé autour d'un établi spécialement installé en classe affaires pour assembler une montre pendant le trajet. Ce garde-temps exceptionnel a ensuite été présenté du 18 au 22 octobre lors de l'étape new-yorkaise du Grand Prix d'Horlogerie de Genève. Cette initiative s'inscrit dans les différentes actions entreprises par les marchés, en partenariat avec le GPHG, dans plusieurs destinations du Roadshow, telles que Hong Kong, Dubai (Dubai Watch Week) et Kuala Lumpur.

Genève, star de Times Square

Pour la deuxième année consécutive, Genève Tourisme a collaboré avec Suisse Tourisme pour un événement hors-norme : l'illumination



d'un écran géant de Times Square à New York. Cette collaboration vise à promouvoir la destination de Genève par le biais de la diffusion d'images de paysages genevois spectaculaires et d'activités estivales familiales. L'illumination a porté ses fruits en captivant la foule présente sur la célèbre place new-yorkaise, tout en mettant en avant Genève comme une destination incontournable pour les voyageurs américains et internationaux.

PRESTATIONS & INDICATEURS

- 1 Repas à la Cabuche lors de l'accueil de Médias pour le Portail de la Science
- 2 Prise de parole sur le parvis de la Cathédrale devant les participants au STM 2023
- 3 Street Food dédié aux participants du STM dans le Parc des Bastions
- 4 Rencontres entre professionnels à Palexpo lors du STM
- 5 Inauguration du « Photo Spot » en présence de Madame Barbey-Chappuis, Véronique Kanel et Adrien Genier



ACTIVITÉS À GENÈVE : FAIRE VIVRE L'EXPÉRIENCE GENEVOISE

Capitaliser sur l'actualité et faire vivre l'expérience genevoise pour rayonner sur les marchés

Genève Tourisme s'associe non seulement aux partenaires actifs sur les marchés mais intervient aussi en capitalisant sur l'actualité genevoise, pour en optimiser la visibilité et les retombées. L'ouverture du Portail de la Science du CERN en est le parfait exemple, ainsi que les réouvertures du téléphérique du Salève et du Musée International de la Réforme, ou encore lors de Feux Ô Lac et son festival de drones.

Médias internationaux conviés à l'ouverture du Portail de la Science du CERN

Le 28 septembre 2023, l'équipe des Marchés a organisé un événement média pour l'inauguration du Portail

de la Science au CERN qui a rassemblé dix titres de renom, dont El País, le Financial Times, La Stampa, Frankfurter Allgemeine Zeitung et Paris Match. Les participants ont eu accès en avant-première aux expositions du Portail de la Science. Ils ont exploré la campagne genevoise en tuk-tuk et ont savouré un repas à la Cabuche de Dardagny. Ce voyage média a permis de présenter d'autres attractions de la région, telles que le nouveau téléphérique du Salève et le Musée International de la Réforme dans son écrin rénové.

Événement média à l'occasion du spectacle de drones et de Feux Ô Lac

Événement culturel organisé par la Ville et le Canton de Genève en mai 2023, Feux Ô Lac a été l'occasion pour Genève Tourisme d'inviter des médias locaux et internationaux ainsi que des influenceurs pour promouvoir le festival et la destination. Au programme de Feux Ô Lac se

sont tenus des espaces de restauration, des activités pour enfants, des scènes musicales, et le plus grand spectacle de drones d'Europe. Une soirée VIP à l'hôtel Fairmont a accueilli plus de 40 invités, sur une terrasse offrant une vue exceptionnelle sur la rade de Genève. Feu Ô Lac a généré plus de 24 articles de presse écrite et en ligne, deux reportages télévisés et plus de 40 « stories » et publications sur les réseaux sociaux.

Switzerland Travel Mart 2023

Coorganisé avec Suisse Tourisme, la 22^{ème} édition du Switzerland Travel Mart (STM) s'est déroulée à Genève du 11 au 14 septembre 2023. Organisé tous les deux ans, cet événement est le principal salon professionnel du tourisme réceptif (« incoming ») en Suisse. Le STM a pour objectif de renforcer la présence de la Suisse touristique dans les programmes commercialisés par les agences de voyages du monde entier.

En chiffres

80

activités B2B pour le département des marchés

334

participations aux Fam Trips (hors STM)

367

participations aux Médias Trips

866

participants au STM



La 22^e édition du Switzerland Travel Mart (STM) a rassemblé à Genève un total de 866 participants, dont 413 agents de voyages et tour-opérateurs de 22 marchés locaux et internationaux, 360 prestataires de service suisses et autres invités.

Quelque 9'600 rendez-vous d'affaires ont été réalisés et l'enquête de satisfaction a révélé l'un des meilleurs taux de satisfaction générale des participants par rapport aux éditions précédentes.

L'événement s'est déroulé sur trois journées, consacrées aux rendez-vous d'affaires entrecoupées par des activités ludiques permettant de faire découvrir la destination de manière immersive, telles que le cortège dans la vieille-ville ou encore le festival de Street Food. Un programme dédié à l'industrie MICE a eu lieu au Globe et au Portail de la Science du CERN ainsi qu'au Domaine de Penthes. L'événement a été un véritable succès, également marqué par une clôture emblématique à l'hôtel Fairmont.

Genève Aéroport a été l'un des principaux sponsors de cette manifestation, accompagné d'un nombre significatif d'hôtels et de partenaires locaux notamment le canton et la ville de Genève, la CGN, Welo, INITIUM, Keytours, la société des Vieux Grenadiers, Dorier, Ovation et le Kiosque des Bastions.

Intégration de Genève dans le Grand Tour de Suisse

Le Grand Tour de Suisse (GTdS) a été lancé officiellement en avril 2015 par Suisse Tourisme. Le GTdS est constitué de plusieurs étapes, les points d'intérêt touristique du pays, garantissant une expérience exceptionnelle sur plus de 1'600 km.

Genève est l'une des étapes du Grand Tour depuis plusieurs années, mais il n'avait pas encore été possible d'installer l'emblématique « Photo Spot ». C'est désormais chose faite grâce à l'engagement de l'équipe des Marchés et les relations privilégiées avec les autorités.



ACQUISITION D'ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE



Depuis 2022, Genève Tourisme se réjouit de voir que la stratégie mise en place pour encourager les entreprises à organiser leurs événements à Genève porte ses fruits. Si Genève se positionne principalement comme destination de loisirs, cette stratégie met en avant une ville dynamique, vivante et attractive, ce qui incite également les organisateurs d'événements d'entreprises à considérer la destination pour rassembler leurs équipes ou leurs clients.

Genève Tourisme est davantage présent sur de nombreuses actions B2B à travers le monde. En 2023, les responsables de marchés ont participé à 20 événements destinés à la cible corporate.

Première campagne digitale destinée aux organisateurs d'événements d'entreprises

Les entreprises et agences événementielles en Suisse, en France et au Royaume-Uni, ont été les principales cibles de la campagne afin de positionner Genève comme la destination idéale pour organiser un événement d'entreprise. Avec pour slogans : « Come For Punctuality, Stay for the party », ou « Venez pour affaires, Restez pour la croisière » diffusés via LinkedIn et Google Ads.

Action « Paris 2 Geneva »

L'initiative intitulée « Paris 2 Geneva », s'est déroulée autour d'un événement à Paris qui a regroupé les partenaires locaux et les agences événementielles françaises. Plusieurs activités ont été proposées dans le but d'accueillir les 13 participants et 11 partenaires, hôteliers et chocolatiers, suivi d'un workshop dans le TGV Lyria Paris-Genève. Une fois à Genève, les clients ont pu découvrir la ville de l'intérieur et s'imprégner de l'ambiance de notre destination, tout en visitant différents lieux et établissements susceptibles d'accueillir les événements de leurs clients.

Cette initiative de Genève Tourisme a permis de mettre en place la stratégie des marchés. En travaillant main dans la main avec le Switzerland Convention & Incentive Bureau France et les partenaires locaux, et en s'associant avec TGV Lyria, acteur majeur du marché français, Genève Tourisme a atteint une cible importante et marqué les esprits en leur faisant découvrir l'expérience genevoise.



RAPPORT ANNUEL 2023



En chiffres

580Nouveaux contacts
« Corporate »**47**Événements d'entreprises
confirmés

1 Paris2Geneva :
une initiative de
Genève Tourisme
couronnée de
succès

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.

Des chiffres équivalents à l'année 2022 des visiteurs au rendez-vous et un espace d'accueil estival spécialement conçu pour accueillir un flux touristique important.

Tourist Information Centres

Nos espaces d'accueil au Quai du Mont Blanc 2 et au Jardin Anglais ont accueilli plus de 60'000 personnes, donc 41'300 pendant la saison estivale.

Durant la période estivale, Genève Tourisme a mis en place différents dispositifs mobiles pour aller à la rencontre des touristes en personne, un concept très apprécié les années précédentes. Ainsi, quelque 17'500 touristes ont pu être renseignés par les équipes relocalisées entre les quais, le Jardin anglais, la Vieille-Ville et la Cathédrale Saint-Pierre.

En chiffres

60'000

Nombre de visiteurs renseignés

18'333

Nombre de participants aux visites guidées

100

Nombre de personnes certifiées Excellence Club

Tours Guidés

L'année 2023 a été une année record, avec des demandes de tours en forte hausse. Elle a confirmé la reprise à la hausse des tours guidés qui a débuté en 2022. En effet, 1'191 tours guidés privés et publics ont été organisés, soit une augmentation de 34,5% par rapport à 2022, un record.

Au total, 18'333 participants se sont inscrits aux tours guidés, soit une hausse de 20% par rapport à 2022. Enfin, le nombre d'heures de tours s'est élevé à 4'765 heures sur l'année 2023.

Présence Externe

La Fondation Genève Tourisme et Congrès a été particulièrement présente sur la scène des congrès, avec une participation à 13 événements et congrès.

Geneva Excellence Club

Le Geneva Excellence Club offre des modules de formations gratuites au personnel d'accueil, de réception et de service, ainsi que des acteurs du tourisme genevois dans le but d'améliorer la qualité de



l'accueil dans la destination. Pour son premier anniversaire, l'Excellence Club affiche complet. L'ensemble des sessions planifiées en 2023 ont rencontré un vif succès et fait salle comble, pour un total de 100 personnes certifiées pour les niveaux I et II confondus. En 2023, onze formations pour les niveaux I et II ont été dispensés, avec onze visites guidées. Au total, l'Excellence Club compte 200 personnes en cours de certification, et 100 personnes déjà certifiées.

Vente de produits

Cette année, la vente des produits a été favorable. En effet, le Geneva City Pass a été vendu à 5'400 exemplaires, générant 170'450 de francs de chiffre d'affaires. Par ailleurs, le Choco Pass a également connu un vif succès, avec 4'467 Pass vendus et 96'392 de francs de chiffre d'affaires.



- 1 Geneva Tourist Angels
- 2 Pavillon d'accueil estival au Jardin Anglais
- 3 Accueil décentralisé sur les congrès et événements
- 4 Excellence Club
- 5 Visite guidée



Accueil estival

La période estivale est une des saisons les plus importantes pour l'activité touristique de la destination. Cette année, Genève Tourisme a opté pour la remise à neuf complète du pavillon d'accueil : plus grand, plus visible, plus moderne, surplombé par une terrasse accueillante.

Un accueil dynamique pour les visiteurs a été proposé en 2023, avec une équipe de 15 Tourist Angels en renfort du 1er juillet au 20 août, l'ensemble réparti sur quatre zones (deux vélos cargos et deux équipes mobiles). Grâce à cette initiative, Genève Tourisme a décompté plus de 17'500 interactions pour cette année 2023.

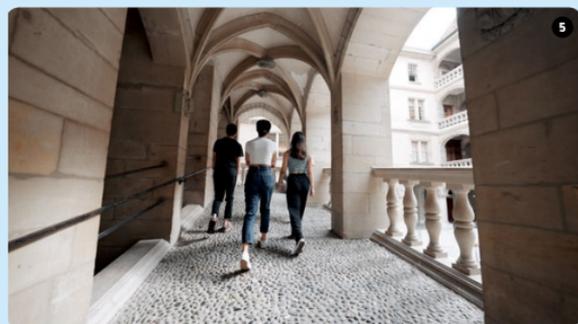
Guided Moments

Des guides ont proposé gratuitement 492 visites guidées historiques (Guided Moments) d'une dizaine de minutes aux visiteurs les plus curieux.

Renforcement de l'équipe

Cette année, Genève Tourisme a procédé au renforcement du pôle « Relationship Manager » (RM) avec l'ajout du poste Relationship Manager Shopping, dédié relations avec les commerçants et le poste de Relationship Manager F&B dédié aux relations avec les cafetiers restaurateurs. L'objectif est

d'améliorer les flux d'informations, proposer des projets de mise en valeur des partenaires, partager les outils de communication, et avoir une personne de contact unique au sein de Genève Tourisme. Ce poste vient en complément de pôles établis précédemment, tels que le RM Hotel, RM Culture, RM Service providers, et RM Grands événements.



ACQUISITION DE CONGRÈS & DE CONFÉRENCES



Le Bureau des congrès dresse un bilan positif de l'activité des congrès en 2023, qui traduit un retour à une progression stable après la période de pandémie. Au total, il a accueilli 22 congrès associatifs en 2023, qui ont rassemblé quelque 12'000 participants pour des retombées économiques de l'ordre de 25 millions de francs. Les perspectives sont bonnes puisque le Bureau a déjà remporté plusieurs congrès pour les années 2024 à 2027.

Parmi les 22 congrès associatifs accueillis en 2023, l'événement phare a été le World Chambers Congress porté par la Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève (CCIG). Cet événement d'envergure a réuni plus de 1'400 participants de 117 nationalités sur trois jours. 156 conférenciers – dont une grande partie de dirigeants de premier plan de la Genève internationale, de multinationales basées à Genève et également des instances politiques cantonales et municipales – ont abordé les tendances et défis mondiaux qui définissent les activités des chambres de commerce et des entreprises. Ce congrès a bénéficié d'une large couverture médiatique, ce qui a contribué au rayonnement de Genève à l'international.

1 Équipe des Bureaux des congrès de Genève et d'Hambourg

2 Pavoisement du pont du Mont-Blanc à l'occasion du World Chambers Congress

Genève, capitale de la confiance

Genève accueille de nombreux congrès et événements, notamment d'associations scientifiques et médicales, et bénéficie pour cela d'importants atouts. Vincent Subilia, directeur général de la CCIG, et membre du Conseil de la Fédération mondiale des chambres de commerce, souligne les raisons de ce succès : « Genève, plus petite des grandes villes, centre de la gouvernance mondiale, est également la capitale de la confiance. Cela a toute son importance dans un monde

particulièrement troublé tel que celui auquel nous sommes confrontés aujourd'hui. En offrant une plateforme de dialogue ouvert, transparent et constructif, notre canton occupe une place de choix pour les congrès. Nous avons pour cela la chance de pouvoir nous appuyer sur un bureau des congrès extrêmement performant. »

Activités en 2023

En 2023, l'équipe du Bureau des congrès a participé à plusieurs actions de promotion et d'acquisition de congrès,



ainsi qu'à un voyage de veille concurrentielle à Hambourg qui a permis de s'inspirer des méthodes de travail d'une des destinations concurrentes. Parmi les activités phares que sont IMEX et IBTM, l'équipe a eu l'occasion de rencontrer de potentiels

organisateurs de congrès, mais également de resserrer les liens étroits entretenus avec eux. La participation à l'organisation des événements IAPCO EDGE et du Geneva International Association Forum (GIAF) a permis de réunir les acteurs clés de l'industrie des congrès à Genève, pour non seulement présenter la destination mais également donner accès à du contenu éducatif de qualité.

de congrès associatifs pour la destination. Cette initiative vise à lancer des discussions et des projets collaboratifs, afin de répondre aux futurs besoins des congrès associatifs et de positionner Genève comme une destination de premier plan.

Le Conseil de Fondation a pris la décision d'agrandir l'équipe du Bureau des congrès en 2024, afin de permettre au département de développer davantage l'acquisition de congrès non médicaux. L'accent sera également mis sur l'amélioration de la communication, afin de répondre aux besoins spécifiques des associations et des organisateurs de congrès. De nouveaux outils seront élaborés dans les domaines de la durabilité, de l'impact, de la diversité, de l'équité et de l'inclusion.

En chiffres

22

congrès réalisés

25

congrès gagnés*

* En 2023 pour les années à venir

Renforcement de l'équipe et réflexions stratégiques

Pour affiner la stratégie du Bureau des congrès, le Geneva Congress Board a été créé. Son rôle est de réunir toutes les parties prenantes locales impliquées dans l'acquisition



COLLABORATION RÉGIONALE



Une collaboration axée sur l'Allemagne et l'Amérique du Nord

Cette année encore, Genève Tourisme a poursuivi sa collaboration avec l'office du tourisme du Canton de Vaud, devenu Vaud Promotion. Ainsi, la région lémanique a été promue dans son ensemble, avec Suisse Tourisme en Amérique du Nord et en Allemagne. Cela a été fait par l'accueil des médias, des publi-reportages, des webinaires et des représentations en commun.

En Allemagne, cela s'est notamment traduit par des dîners avec les médias à Munich au cours du mois de novembre, ainsi que le lancement de la campagne avec l'influenceuse Melina Helen autour de l'automne culinaire.

En Amérique du Nord, une promotion de la ville de Genève et de Lausanne était au rendez-vous via différents événements, notamment Art Basel à Miami, San Francisco et Chicago, où Pascal Hufschmid, Directeur du Musée International de la Croix-Rouge, a rencontré une centaine de journalistes et d'influenceurs. Par ailleurs, Genève Tourisme a visité plus de 15 agences à Chicago et Houston pour présenter la région lémanique. Tout au long de l'année, d'autres collaborations multi-marchés ont eu lieu dans le but de

promouvoir la ville de Genève par divers accueils de clients, comme des cocktails dînatoires ou encore des activités organisées au sein de la destination. Un événement marquant est celui de l'ouverture du Portail de la Science au CERN où Genève Tourisme a convié quatre journalistes partenaires afin de rendre compte de cette occasion et de l'architecture des lieux.

Acteurs Tourisme Léman (ATL)

Le Conseil du Léman, auquel participait activement la Fondation, est arrivé au terme de son activité. Issu de ce groupement, un projet Interreg a émergé sous le nom de «Acteurs Tourisme Léman» (ATL). Ce projet a été porté par Montreux Vévey Tourisme et Evian Tourisme, et la FGT&C est membre à part entière du projet. Par ailleurs, le financement est apporté par l'Union européenne, la Confédération suisse, la Canton de Vaud et l'État de Genève. Le Comité Interreg a validé le 19 novembre 2023 ce réseau d'acteurs professionnels du tourisme de la région lémanique, qui a pour but de faciliter les échanges et améliorer les bonnes pratiques et la professionnalisation du secteur. Un premier rendez-vous sous forme de conférences, ateliers et réseautage s'est tenu le 26 avril 2024 à Evian.



RAPPORT ANNUEL 2023



- 1 Kristelle Charré, Market Manager, prend la parole devant les médias
- 2 Participation marquante de Pascal Hufschmid, Directeur Général du Musée international de la Croix Rouge
- 3 Swiss Cities MedienDinner le 14 novembre 2023 à Munich. Devant 35 journalistes invités, les villes suisses ont été mises en lumière à travers une belle histoire sur le thème de l'eau
- 4 Campagne « Automne culinaire » avec l'influenceuse allemande Melinda Helen fin septembre 2023 (228K followers Instagram, 223K Follower Tiktok, 5K Youtube)



RAPPORT ANNUEL 2023

FINANCES

I. Compte des résultats



FINANCES

COMPTE D'EXPLOITATION

	Budget 2023 CHF	Réalisé en 2023 CHF	Réalisé en 2022 CHF
PRODUITS			
Produit de la taxe de séjour	10 125 000	13 261 864	12 503 146
Produit de la taxe de promotion du tourisme	5 400 000	5 136 168	3 192 111
Frais de perception des taxes	(543 375)	(726 247)	(553 264)
Total produits nets des taxes touristiques	14 981 625	17 671 785	15 141 993
Location d'espaces	-	66 195	84 006
Sponsoring, Partenariats, Dons, Subventions	-	59 801	2 239 900
Autres produits	550 000	535 791	544 950
Produits d'exploitation	550 000	661 787	2 868 156
TOTAL DES PRODUITS	15 531 625	18 333 572	18 010 149
CHARGES			
Charges de personnel	5 317 200	5 639 341	4 965 585
Loyers, charges, entretien	521 407	819 213	544 235
Frais de bureau	536 400	933 266	789 685
Honoraires juridiques & révision	43 000	83 008	98 965
Honoraires & Frais Conseil de Fondation	100 000	106 149	66 000
Amortissements	70 000	72 538	67 166
Total des charges administratives	6 588 007	7 653 515	6 531 635
Attribution Geneva Transport Card / TPG	2 970 000	4 230 079	3 659 945
Participations / soutiens ponctuels	20 000	55 190	130 876
Frais de promotion et d'accueil	2 399 542	2 045 719	2 098 835
Frais de support marketing / publicité / digital	1 909 500	2 194 535	2 220 603
Frais de représentation et divers	330 221	402 970	300 313
Journée du Tourisme Genevois	94 525	15 260	25 296
Total des charges promotionnelles & opérationnelles	7 653 788	8 944 453	8 435 168
TOTAL DES CHARGES	14 241 795	16 597 968	14 966 803
RESULTAT D'EXPLOITATION	1 289 830	1 735 604	3 043 346
Résultat financier	355 000	(143 228)	(201 738)
Dotation (reprise) aux dépréciations d'actifs	-	(1 019 786)	642 886
Résultat exceptionnel	-	19 021	(31 032)
Attribution (utilisation) au fonds affecté « Plan de relance »	-	-	(699 229)
ATTRIBUTIONS / UTILISATIONS DES RÉSERVES			
Réserve manifestations à caractère international	-	100 000	-
Réserve manifestations estivales	-	500 000	-
Allocation à la réserve rbt du Prêt Etat de Genève	915 000	2 013 893	-
Capital libre	19 830	265 704	3 332 459
RESULTAT APRÈS ALLOCATIONS	-	-	-
BILAN			
BILAN CAPITAL LIBRE			
Capital libre - ouverture exercice	-	9 881 295	6 548 837
Résultat annuel	-	2 879 597	3 332 459
CAPITAL LIBRE – CLOTURE EXERCICE	-	12 760 892	9 881 295
Variation de la trésorerie	-	2 985 340	-390 674

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Extrait du rapport de révision – PricewaterhouseCoopers SA

Opinion de l'audit

Nous avons effectué l'audit des comptes annuels de Fondation Genève Tourisme & Congrès (la fondation), comprenant le bilan au 31 décembre 2023, le compte d'exploitation, le tableau des flux de trésorerie et le tableau de variation du capital pour l'exercice clos à cette date, ainsi que l'annexe, y compris un résumé des principales méthodes comptables.

Selon notre appréciation, les comptes annuels ci-joints donnent une image fidèle du patrimoine et de la situation financière de la fondation au 31 décembre 2023, ainsi que de ses résultats et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date conformément aux Swiss GAAP RPC et sont conformes à la loi suisse.

Fondement de l'opinion d'audit

Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes suisses d'audit des états financiers (NACH). Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces dispositions et de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'organe de révision relatives à l'audit des comptes annuels » de notre rapport. Nous sommes indépendants de la fondation, conformément aux dispositions légales suisses et aux exigences de la profession, et avons satisfait aux autres obligations éthiques professionnelles qui nous incombent dans le respect de ces exigences.

Nous estimons que les éléments probants recueillis sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Rapport sur d'autres obligations légales et réglementaires

Conformément à l'art. 83b, al. 3, CC en relation avec l'art 728a, al. 1, ch. 3, CO et à la NAS-CH 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes annuels, défini selon les prescriptions du Conseil de fondation.

PricewaterhouseCoopers SA

Impressum

Conception et rédaction
De facto communication

Design
Aurélien Barrelet

Copyright
Fondation Genève
Tourisme & Congrès



Fondation Genève Tourisme & Congrès
Place de Cornavin 7 | Case postale 1602
1211 Genève 1 | Suisse
+41 22 909 70 70 | geneve.com