

GENEVALIVE
TOURISM

RAPPORT ANNUEL 2018



SOMMAIRE /

1 / GENÈVE TOURISME

- 4 Édito
- 6 Le tourisme à Genève en chiffres
- 8 Les grandes étapes locales de 2018
- 10 Missions, gouvernance et organisation

2 / NOS DÉPARTEMENTS

- 12 Bureau des congrès
- 16 Département Marketing
- 20 Département Tourist Services
- 22 Manifestations estivales
- 24 Département RH et administration
- 25 Département Finances

3 / INFORMATIONS FINANCIÈRES

- 26 Comptes des résultats
- 27 Informations financières complémentaires

4 / DÉFIS & ENJEUX

- 28 Les défis et enjeux 2019





MESSAGE DE MONSIEUR YVES MENOUD, PRÉSIDENT SORTANT

Yves Menoud
Président 2017 – 2018

Alors que 2017 se terminait sur une note positive pour le tourisme genevois avec l'enregistrement record de plus de 3 millions de nuitées, la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C) a dû gérer en 2018 une situation financière difficile consécutive à la réalisation de l'édition 2017 des Fêtes de Genève. Cela a eu un impact émotionnel important qui s'est reporté sur l'ensemble de la Fondation. Le Conseil de Fondation le savait, 2018 serait une année à haut risque qu'il fallait maîtriser dans les moindres détails. Il ne s'agissait pas moins que d'assurer la pérennité de l'entreprise en stabilisant la situation, de clarifier son cadre de travail pour revenir sur les priorités opérationnelles et d'engager un nouveau directeur général dont la mission serait de renforcer durablement l'image de Genève à l'étranger, tout en fédérant les acteurs de la destination autour de cet objectif.

Durant la vacance du poste, le Conseil de Fondation m'a accordé sa confiance en me nommant directeur général ad intérim. Ainsi, il entendait assurer une coordination optimale entre la gouvernance et l'administration afin de mener à bien cette année de transition.

Les États généraux du tourisme, organisés en mai pour la première fois par le département de la sécurité et de l'économie (DSE) et auxquels la Fondation a pris part, ont constitué une phase importante de notre travail. En effet, la vocation de la Fondation a été clarifiée, sa mission première étant de promouvoir la destination tout en fédérant les acteurs locaux pour renforcer

l'attractivité touristique de Genève. Ainsi, la Fondation était déchargée de l'organisation des Fêtes de Genève et du risque financier que cela représentait. En 2018, Genève a battu, pour la seconde année consécutive, son record de nuitées. Preuve que le travail porte ses fruits, mais nous pouvons faire encore mieux. Le potentiel est là.

Cette année marque la fin de mon mandat en tant que président et directeur général ad intérim de la Fondation Genève Tourisme & Congrès et je tiens à remercier les membres du Conseil de Fondation, ainsi que les directeurs et tous les collaborateurs de l'entreprise pour leur engagement et soutien sans faille. En effet, sans eux, il n'aurait tout simplement pas été possible de relever les défis, d'assumer nos missions et de poser les jalons permettant de redonner à la Fondation les moyens de ses ambitions.

Je souhaite également relever ici la qualité du dialogue entre le Conseil de Fondation et les Autorités, le tout dans un esprit constructif et de confiance. Enfin, j'adresse mes vifs remerciements à nos partenaires qui nous soutiennent et participent, tout au long de l'année, à nos actions de promotion ainsi qu'à l'ensemble des acteurs touristiques qui œuvrent sans relâche pour proposer une destination attractive. C'est avec plaisir que je passe le témoin de la présidence à Madame Sophie Dubuis qui sera secondée par notre nouveau directeur général, Monsieur Adrien Genier. A tous les deux, je leur adresse mes meilleurs vœux de plein succès.



MESSAGE DE MADAME SOPHIE DUBUIS, NOUVELLE PRÉSIDENTE

Membre du Conseil de Fondation depuis 2017, je suis ravie de reprendre le flambeau de Monsieur Menoud en devenant présidente de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

Les assainissements réalisés en 2018, ainsi que l'arrivée de Monsieur Adrien Genier en tant que directeur général, constituent une base parfaite pour un nouveau départ. L'objectif de 2019 sera double. D'une part, il s'agira de s'assurer que l'institution retrouve la sérénité et reste professionnelle et dynamique. D'autre part, nous aspirons à renforcer l'attractivité de la destination Genève.

La cité de Calvin est un produit de grande qualité et il nous appartient de le faire savoir ici et ailleurs. Pour y parvenir, nous devons travailler sur deux axes : fédérer les acteurs locaux et promouvoir la destination auprès de visiteurs potentiels. Conformément aux recommandations émises lors des États généraux du tourisme, un de nos objectifs principaux sera donc de rassembler tous les partenaires derrière un enjeu de taille : la mise en valeur de Genève sur la scène internationale. Si les échanges et les bonnes pratiques sont favorisés, chacun trouvera alors sa place et la qualité des services proposés aux visiteurs s'améliorera encore. Le Conseil de Fondation est convaincu qu'une cohésion locale sans faille est un atout précieux pour sublimer la destination.

Enfin, nous continuerons de promouvoir Genève auprès des marchés prévus afin d'asseoir sa position comme destination de choix. La Fondation adopte déjà une stratégie qui porte ses fruits, comme le démontrent la hausse des nuitées et les distinctions reçues ces dernières années. Le but principal sera donc de confirmer la tendance actuelle et de la renforcer. Pour cela, nous nous appuyerons sur notre Bureau des congrès, mis en place depuis plusieurs années, et dont les résultats sont très satisfaisants grâce à son réseau d'ambassadeurs et de porteurs de projets. Le marketing digital sera également une grande force car il nous permettra d'avoir un impact très large.

Tous les signaux sont donc au vert pour que la Fondation retrouve un nouveau souffle et je me réjouis de contribuer, en collaboration avec Monsieur Genier, à ces nouveaux succès.

Merci et bonne lecture!

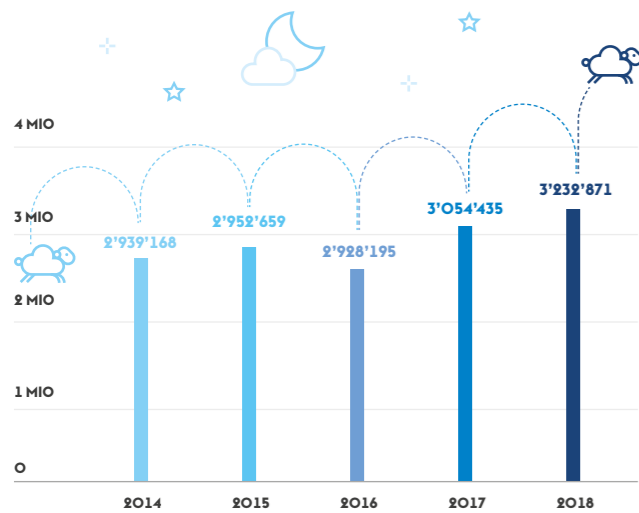
Sophie Dubuis
Présidente dès le 1^{er} janvier 2019

LE TOURISME À GENÈVE EN CHIFFRES

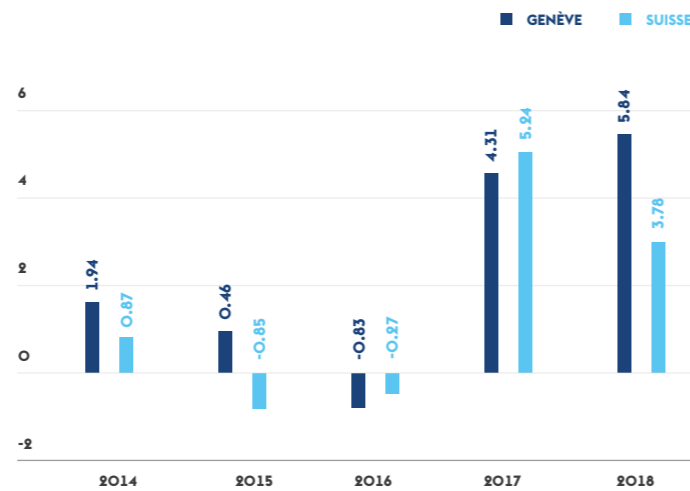
2018, ENCORE UNE ANNÉE DE RECORDS

Le tourisme genevois a battu en 2018 un record historique avec **3'232'871** nuitées, soit **+5,8%** par rapport à 2017. Une performance au-dessus de la moyenne suisse de **+3,8%**.

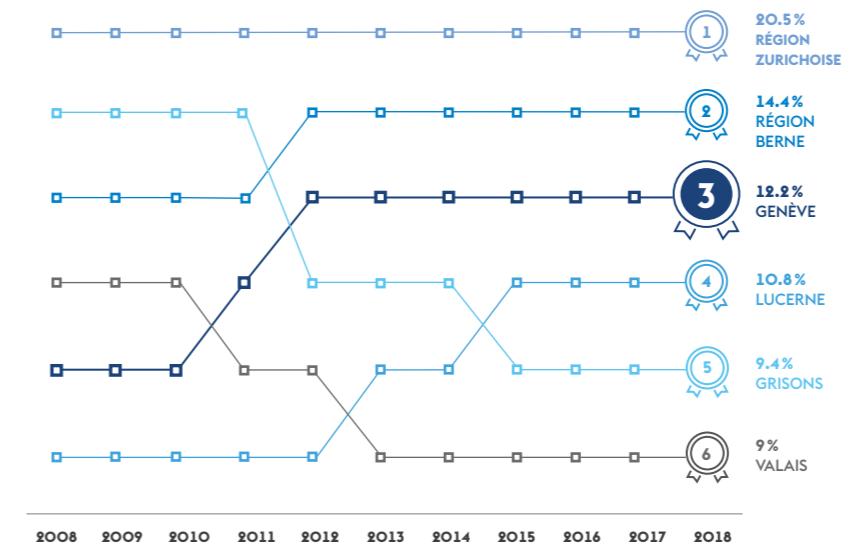
Évolution des nuitées à Genève



Évolution annuelle des nuitées en % Genève vs Suisse



Genève, 3^e région suisse préférée par les visiteurs internationaux

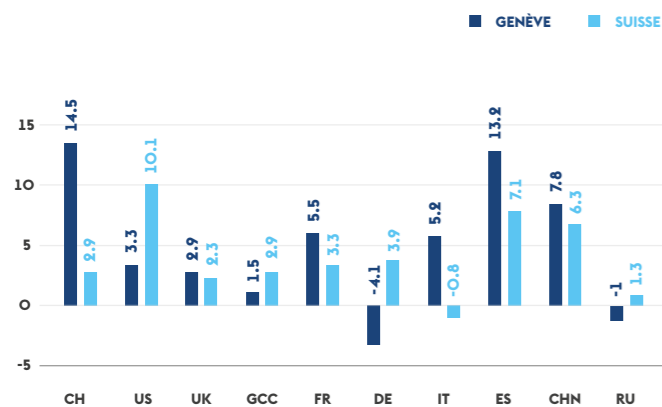


Infrastructure hôtelière genevoise par catégorie

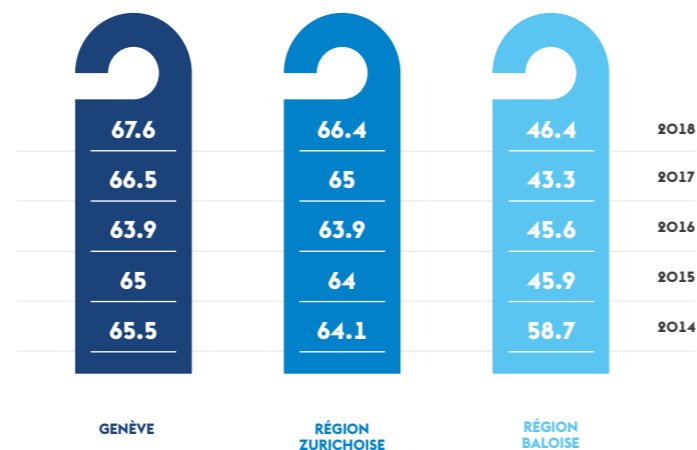
Catégorie	Établissements	Chambres
★★★★★ & SUP.	14	2'221
★★★★ & SUP.	32	3'497
★★★ & SUP.	44	2'728
★★★	12	493
★★★	3	408
Non classifiés	20	567
GRAND TOTAL	125	9'914

Source: FGT&C

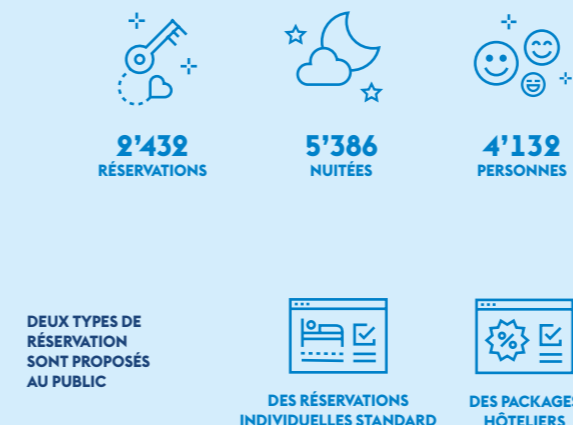
Évolution des nuitées pour les principaux marchés en % (2017-2018)



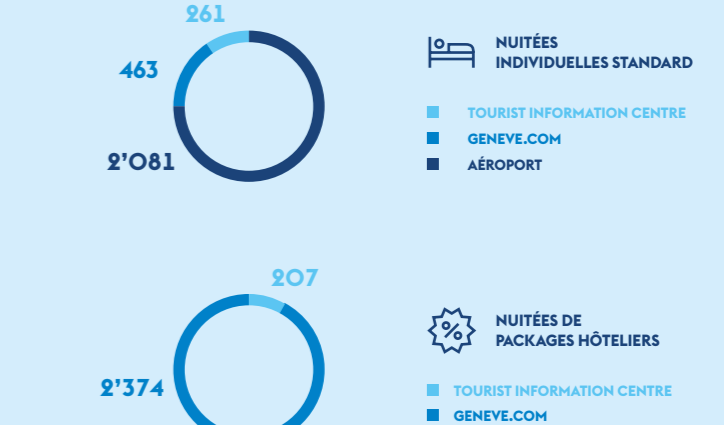
Taux d'occupation des hôtels (2014-2018)



Réservations hôtelières générées par Genève Tourisme



Répartition des nuitées selon les canaux de réservation



UNE ANNÉE CHARNIÈRE POUR LA FONDATION GENÈVE TOURISME & CONGRÈS (FGT&C)

Au fil des mois, un travail de fond effectué à tous les échelons, politique, gouvernance, opérationnel et administratif ont permis à la Fondation d'être à nouveau en pleine possession de ses moyens et d'assumer sa mission.

JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN / JUILLET / AOÛT	SEPTEMBRE / OCTOBRE	NOVEMBRE / DÉCEMBRE
<p>/ Première réunion de l'année du Conseil de Fondation : la direction générale ad interim est confiée à Monsieur Yves Menoud, président en fonction de la Fondation, le temps de recruter un nouveau directeur général. Entrée en fonction de Monsieur Laurent Goetschmann, nouveau directeur des Finances.</p> <p>/ Conseiller d'Etat en charge de la promotion économique et Ministre de tutelle de la Fondation, Monsieur Pierre Maudet annonce la prochaine tenue d'États généraux du tourisme ainsi que son intention de préparer un projet de loi pour faire basculer la FGT&C en une fondation de droit public.</p>	<p>/ La Commission de contrôle de gestion du Grand Conseil mandate le Service cantonal d'audit interne (SAI) pour un audit des comptes 2017 de la Fondation.</p> <p>/ Le Conseil de Fondation confirme, pour l'été 2018, la Grande Roue, le Village Suisse au Jardin Anglais et valide l'organisation du feu d'artifice estival, sous réserve de son financement par des fonds externes.</p> <p>/ Monsieur Maudet exprime dans les médias sa volonté de révolutionner le tourisme genevois. Les États généraux se tiendront en mai pour « repenser l'image de Genève et valoriser ses atouts ».</p>	<p>/ 4 mars - Les électeurs de la Ville de Genève rejettent l'initiative de Jean Barth « Pour des Fêtes de Genève plus courtes et plus conviviales », mais acceptent le contre-projet de la Ville pour des Fêtes de Genève autofinancées d'une durée de 11 jours.</p> <p>/ Monsieur Didier Allaz devient le nouveau directeur du Bureau des congrès, en remplacement de Madame Anja Loetscher qui s'apprête à prendre sa retraite.</p>	<p>/ Le Conseil de Fondation recherche activement le financement du feu d'artifice, dont la tenue doit être confirmée au plus tard le 10 mai.</p> <p>/ Tous les départements de la Fondation participent activement à l'audit des comptes 2017 mené par le SAI. En parallèle, la révision des structures et des processus de la Fondation se poursuit.</p> <p>/ Publication du rapport de la Direction générale du développement économique, de la recherche et de l'innovation (DG DERI), en vue des États généraux du tourisme genevois 2018. Sur la base d'entretiens menés avec l'ensemble des acteurs touristiques et économiques du Canton, il dégage 10 axes de réflexion autour desquels s'articuleront les discussions.</p>	<p>/ 15 mai - États généraux du tourisme. Dessaisie des Fêtes de Genève, la Fondation aura désormais un rôle de catalyseur et de rassembleur. Annonce d'une refonte de la loi sur le tourisme.</p> <p>/ Le Conseil de Fondation approuve les comptes de l'exercice 2017 de la FGT&C qui se soldent, hors Fêtes de Genève, par un bénéfice de CHF 1'006'397.-. Cependant, la perte des Fêtes de Genève 2017 ajoutée aux divers ajustements demandés par le SAI relatifs au Geneva Lake Festival 2016, s'élève à CHF 5'051'594.-. Les comptes consolidés de la FGT&C au 31 décembre 2017 se soldent donc par un déficit de CHF 4'045'197.-.</p> <p>/ Un généreux mécène assure le financement du feu d'artifice. Une agence externe coordonnera sa réalisation en étroite collaboration avec la Présidence et la Direction des Finances de la Fondation.</p> <p>/ Fin mai, parution de l'annonce pour le recrutement du directeur général.</p>	<p>/ La Fondation confirme par voie de presse que « le feu d'artifice sera aussi impressionnant que les années précédentes » et qu'il sera gratuit. La Grande roue et le Village suisse sont de retour pour les mois d'été, du 1^{er} juin au 2 septembre.</p> <p>/ 11 août - Le spectacle du Grand feu d'artifice est un succès avec pas moins de 400'000 spectateurs.</p>	<p>/ Le Conseil de Fondation annonce l'engagement du nouveau directeur général, Monsieur Adrien Genier, professionnel du tourisme qui possède les atouts nécessaires pour donner à la destination un nouveau souffle au niveau international comme au niveau local. Il entrera en fonction début janvier 2019.</p> <p>/ Le budget 2019 de la Fondation est validé par le Conseil.</p>	<p>/ Bilan financier provisoire des manifestations estivales légèrement bénéficiaire. Le financement futur du feu d'artifice est l'objet de différents scénarios.</p> <p>/ 30 novembre – Le SAI rend son rapport d'audit aux Autorités compétentes.</p> <p>/ 31 décembre 2018 – Le mandat de Monsieur Menoud arrive à son terme. Madame Sophie Dubuis, membre du Conseil de Fondation depuis 2017, directrice de la maison Bucherer Genève et personnalité reconnue des milieux touristiques, est nommée présidente de la FGT&C.</p>

MISSIONS, GOUVERNANCE ET ORGANISATION

STRUCTURES DU TOURISME

L'activité touristique opérationnelle à Genève est gérée 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 loisir et d'affaires. En charge de l'accueil, de l'assistance et de l'information, elle organise également des animations d'intérêt touristique.



Conseil de Fondation 2018*

Commission consultative du tourisme (CCT)

Instituée par les Autorités, la CCT conseille la Fondation sur l'évolution souhaitable de la politique du tourisme et l'aide dans l'accomplissement des buts fixés par la loi.

Gouvernance 2018

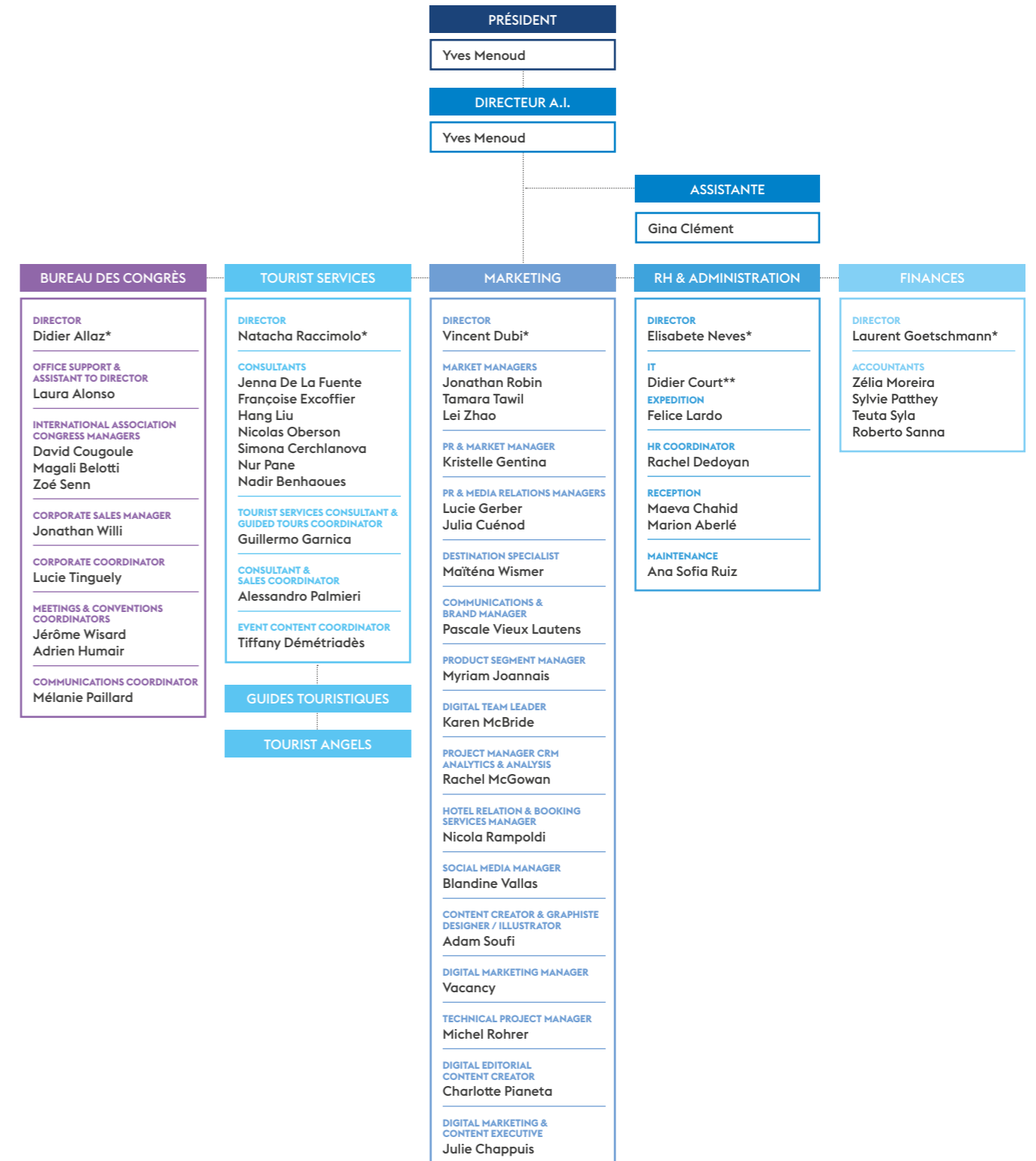
La gouvernance de la FGT&C est assurée par les 11 membres du Conseil de Fondation, nommés par le Conseil d'Etat et représentant majoritairement les milieux touristiques genevois.

- / 1 représentant du Canton
M. Daniel Loeffler
- / 1 représentant de la Ville de Genève
Mme Elvita Alvarez
- / 1 représentant des Communes genevoises
M. Philippe Schwarm (trésorier)
- / 3 représentants des hôteliers
M. Thierry Lavalley
M. Marc-Antoine Nissille (vice-président)
M. Mehdi Derouazi (président de la CCT)
- / 2 représentants des commerçants
M. Yves Menoud (président et DG a.i.)
Mme Sophie Dubuis
- / 1 représentant des cafetiers-restaurateurs
M. Daniel Carugati
- / 1 représentant de Palexpo
M. Claude Membrez
- / 1 siège vacant

LES VISAGES DE GENÈVE TOURISME



LA FONDATION AU 1^{ER} DÉCEMBRE 2018



BUREAU DES CONGRÈS

Mission

Promouvoir l'expertise unique de Genève dans l'industrie des congrès et des réunions internationales auprès des professionnels. Fédérer activement les différents acteurs de Genève afin de valoriser son attractivité face à une concurrence internationale croissante et un coût de la vie bien supérieur à ses voisins européens.

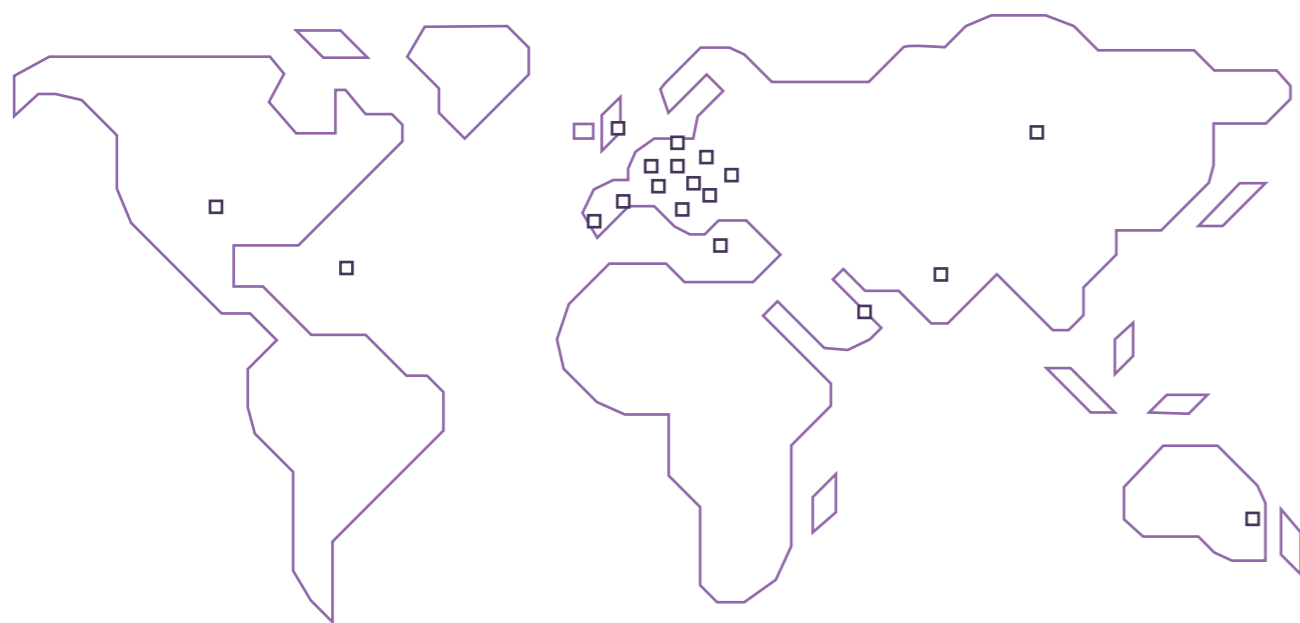
Axes principaux 2018

- / Passation de pouvoirs fluide entre la directrice sortante et le nouveau directeur afin de maintenir la position du Bureau des congrès sur l'échiquier mondial
- / Analyse approfondie des besoins des clients pour optimiser la performance du Bureau des congrès et de la destination
- / Renforcement de la cohésion et de la transparence avec les acteurs locaux par une meilleure communication
- / Renforcement des relations avec les clients du Bureau des congrès
- / Réorientation de la communication vers les canaux digitaux
- / Révision des processus internes

UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL...

Actions du Bureau des congrès à l'étranger

En 2018, le Bureau des congrès a effectué 24 déplacements seul ou avec le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) dans les contextes suivants : conférences et salons majeurs de l'industrie, soutiens de candidature, sales calls, roadshows.



DANS LES PAYS SUIVANTS
 Allemagne, Autriche, Angleterre, Belgique, Pays-Bas, France, Portugal, Espagne, Grèce, Luxembourg, Monaco, Slovaquie, Etats-Unis, Bermudes, Chine, Inde, Emirats arabes unis, Australie

... DES RETOMBÉES LOCALES

Apport du Bureau des congrès à l'économie genevoise en 2018



UNE COMMUNICATION PLUS DIGITALE

- / Développement d'une page dédiée au développement durable sur le site web de Genève Tourisme (Geneva Meets Green) et participation au Global Destination Sustainability Index pour mettre en place des actions futures communes et concrètes
- / Finalisation d'une brochure digitale Geneva Intellectual Capital, en partenariat avec « Intellectual Capitals », mettant en avant nos pôles de compétences, avec des interviews vidéos de plusieurs personnalités du monde scientifique et de la recherche
- / Réalisation d'un film promotionnel présentant la Genève Internationale, Campus Biotech, HUG, Université de Genève, CERN
- / Réalisation de supports de communication imprimés et audiovisuels sur mesure pour soutenir les candidatures





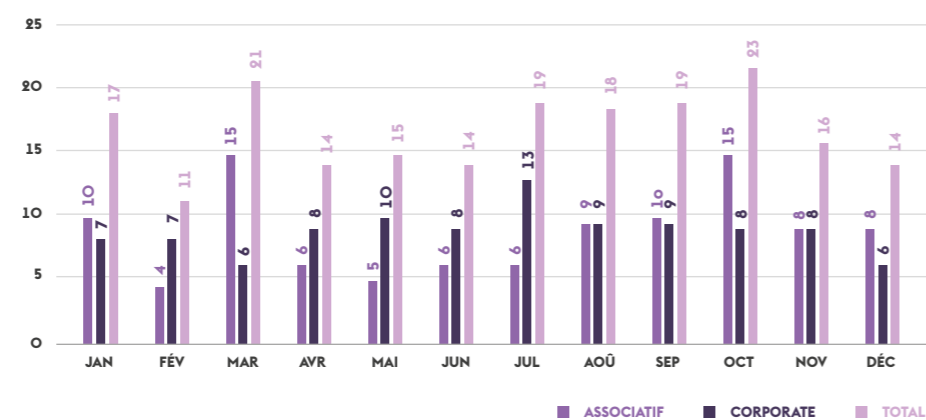
DOSSIERS TRAITÉS PAR LE BUREAU DES CONGRÈS

Nombre de dossiers traités : 347

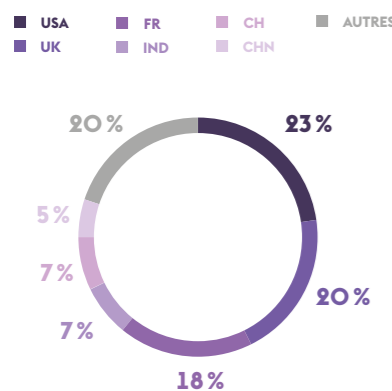
STATUT	ASSOCIATIF	CORPORATE	TOTAL
EN COURS	192	137	205
GAGNÉS	68	47	115
PERDUS	33	18	62
ANNULÉS*	21	25	43
TOTAL	314	227	425

* Cause : Genève ne répond pas aux critères demandés

Nombre de nouveaux dossiers Associatif et Corporate par mois



Nombre de dossiers Corporate traités par marché



Nombre de dossiers Associatif confirmés* et répartition en nombre de délégués

DÉLÉGUÉS	1-300	301-500	501-1000	1001-2000	2001-5000	TOTAL
2017	5	6	4	3	2	20
2018	10	2	7	2	2	23
2017	25%	30%	20%	15%	10%	
2018	43%	9%	30%	9%	9%	

* signés en 2018 pour les années à venir

PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS RAPPORTÉS À GENÈVE PAR LE BUREAU DES CONGRÈS

Associatif

- / Meeting of the European Society of Paediatric Gastroenterology Hepatology & Nutrition (ESPGHAN), 8-15 mai 2018, 4'000 délégués, retombées économiques estimées CHF 8'530'000.-
- / World Congress of the International Hepato-Pancreato-Biliary Association (IHPBA), 3-7 septembre 2018, 4'000 délégués, retombées économiques estimées CHF 7'755'000.-
- / Conference of the European Association for International Education (EAIE), 11-14 septembre 2018, 5'500 délégués, retombées économiques estimées CHF 11'150'000.-

Corporate

- / Berger Paints India Incentive, 19-23 juin 2018, 600 délégués, retombées économiques estimées CHF 870'000.-
- / Huawei Ultra-Broadband Forum (UBBF), 9-14 septembre 2018, retombées économiques estimées CHF 1'065'000.-
- / Eurofinance, 24-29 septembre 2018, 1'200 délégués, retombées économiques estimées CHF 3'053'000.-

FOCUS

/ Mme Loetscher reçoit le Paul Flackett IMEX Academy Award 2018 et est distinguée au Destinations International Hall of Fame 2018 mettant ainsi Genève et le Bureau des congrès sur le devant de la scène internationale de notre industrie.

/ 4^{ème} édition du Geneva Spirit : invitation de 30 agences européennes venues de 7 pays afin de faire découvrir Genève d'une manière innovante, parfois décalée et de marquer les esprits de ces potentiels clients. Ce rallye, organisé par le Bureau des congrès avec l'aide de nombreux acteurs clés de la destination (hôteliers, restaurateurs, compagnie aérienne, chocolatier, guides, vigneron etc.), a été un franc succès en matière d'image.

DÉPARTEMENT MARKETING

Mission

Promouvoir Genève à l'étranger auprès des professionnels du tourisme, des prescripteurs online et des visiteurs pour générer des nuitées, augmenter la notoriété et valoriser l'image de Genève en tant que destination de loisir.

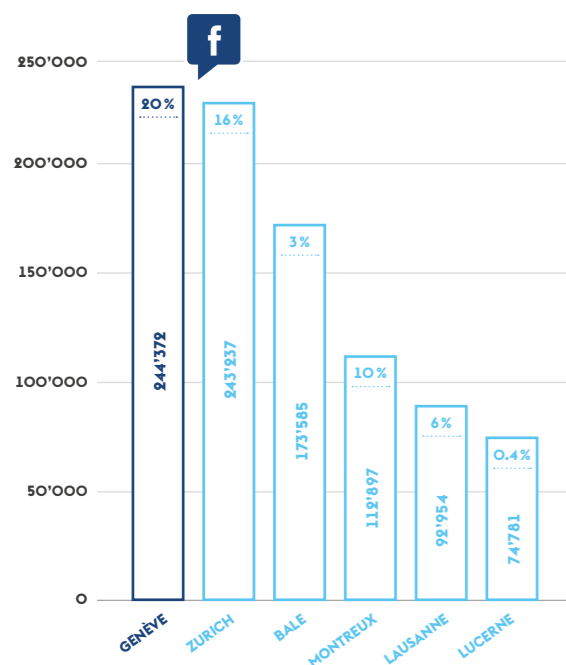
Axes principaux 2018

- / Mise en œuvre de la stratégie Marketing 2016-2018
- / Renforcement des ressources digitales

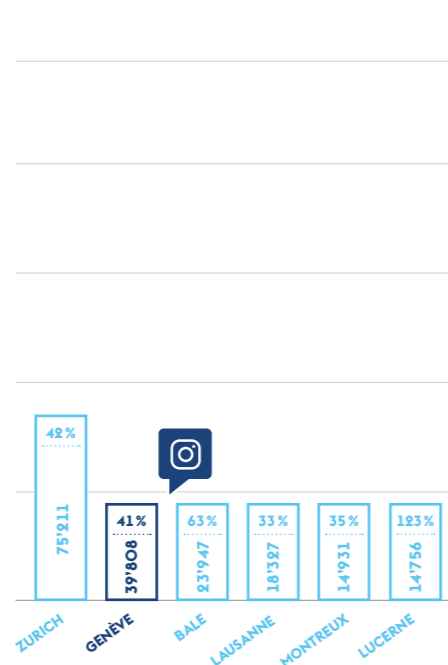
OFFENSIVE DIGITALE

Genève, destination suisse la plus suivie sur les réseaux sociaux grâce à une communication en 6 langues : anglais, français, russe, arabe, portugais, chinois

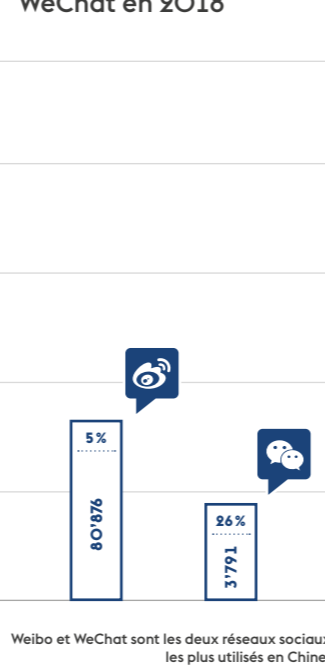
Evolution du nombre de fans Facebook en 2018



Evolution du nombre de followers Instagram en 2018



Evolution du nombre de followers Weibo et WeChat en 2018



Performance digitale sur geneve.com

- / Le site de Genève Tourisme est traduit en 8 langues : anglais, français, allemand, espagnol, russe, arabe, portugais, chinois
- / Par rapport à 2017, le site de Genève Tourisme, geneve.com a enregistré :



Mesures pour maintenir ces performances

- / Nouvelle stratégie et réorganisation de l'équipe digitale, incluant de nouvelles compétences créatives
- / Nouveaux contenus pour le site web geneve.com en vue d'optimiser son référencement dans les moteurs de recherche (SEO**)
- / Renforcement des outils analytiques pour évaluer la performance de l'entreprise via des tableaux de bord

PROMOTION SUR LES MARCHÉS

Sur la base de sa stratégie Marketing, Genève Tourisme a continué en 2018 à accorder une part croissante aux activités digitales sur l'ensemble des marchés, tant auprès des clients finaux (B2C), que des professionnels du tourisme (B2B).

Cela s'est traduit principalement par des campagnes digitales et des partenariats B2B ; une exposition médiatique internationale incluant également des influenceurs de renom ; des actions auprès de professionnels sur des plateformes touristiques à l'étranger, notamment avec Suisse Tourisme ; des campagnes de formation B2B via l'outil en ligne « Destination Geneva » développé par Genève Tourisme.

« Global Times », quotidien chinois spécialisé dans l'actualité internationale, a élu Genève « Best Overseas Family Destination ».



Marchés européens – une approche orientée vers le client final

Sur ces marchés de proximité, Genève Tourisme a privilégié des campagnes de communication B2C avec des relais tels que : TheCultureTrip.com et UBS Royaume-Uni en coordination avec Suisse Tourisme/Swiss Cities (Royaume-Uni) ; MyWay Rutas en coche, « CATAL », « Nautalia » et « Atrapalo » (Espagne) ; Figaro Scope, Inrockuptibles, Konbini, Milk Deco et MyLittleParis en coordination avec Suisse Tourisme/Swiss Cities (France). Une attention particulière a été accordée aux pays Nordiques en prenant part aux actions de Suisse Tourisme et en mandatant une agence RP pour déployer une campagne de Genève Tourisme (« Fuel For Two »).

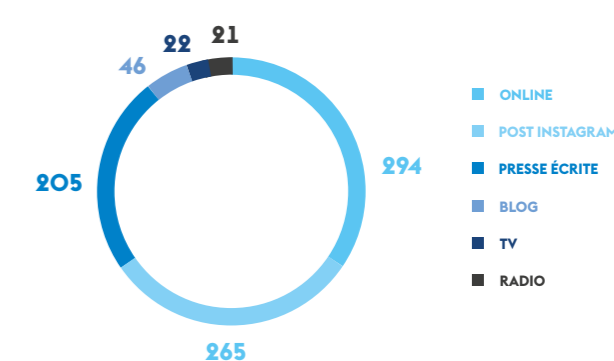
Marchés lointains – une approche B2B pour développer l'audience des clients finaux

La majorité des actions (offline et online) a été menée avec Suisse Tourisme et des partenaires B2B, notamment : l'agence de voyage « Tajawal Travel » et le tour-opérateur « Emirates Holidays » (EAU) ; le tour-opérateur PAC et Anywayanyday (Russie) ; des tour-opérateurs et agents de voyages (Iran) ; les agents de voyage membres des réseaux Virtuoso et Signature (USA). En parallèle, un travail médiatique important a été effectué sur le marché nord-américain en collaboration avec l'agence spécialisée en relations publiques, Lou Hammond. En Chine, un partenariat a été signé avec Ctrip, première agence de voyage en ligne chinoise.

Fam Trips* & Média Trips accueillis à Genève

	NOMBRE	PERSONNES	ORIGINES / TITRES
« FAM TRIPS » REÇUS À GENÈVE	24	283	RUSSIE+CEI, PAYS NORDIQUES, PAYS DU MOYEN-ORIENT, BRÉSIL, CHINE, USA, IRAN, ASIE DU SUD-EST
« MÉDIA TRIPS » REÇUS À GENÈVE	114	306	FORBES (ARABIE SAOUDITE), FORBES (US), WASHINGTON POST (US), NEW YORK TIMES (US), THE GUARDIAN (UK), LE MONDE (FR), LE FIGARO (FR), NZZ (CH), POLITIKEN (DAN)

Nombre et type de retombées digitales



RÉINVENTER SANS CESSER LA DESTINATION



Toujours plus de spécialistes de Genève à travers le monde

« Destination Geneva » est une formation en ligne réservée aux professionnels du tourisme du monde entier. Lancée en 2016 par Genève Tourisme, elle a été suivie en 2018 par un nombre record de participants. Plus de 300 certificats ont été délivrés.

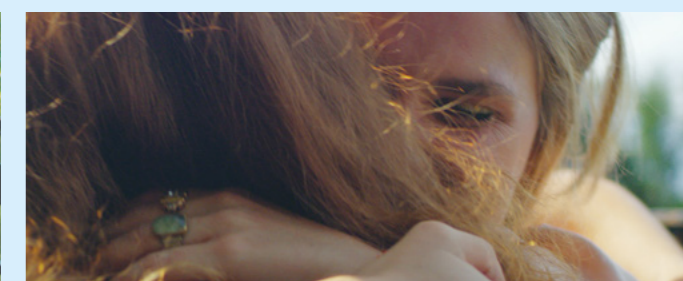
11 packages thématiques ou événementiels mis en ligne

Les « packages hôteliers » comprennent le logement et une prestation non-hôtelière telle qu'un billet d'entrée à un événement, le Geneva Pass ou encore un service.

Dématérialisation du Geneva Pass et passage au ticket électronique

La « city card » genevoise, composée de 53 activités assurées par 35 partenaires, a pour objectif de promouvoir la diversité de l'offre touristique et culturelle à Genève.

En 2018, 11'400 Geneva Pass ont été vendus, ce qui représente 9,5 % d'augmentation par rapport à 2017. Points de vente : Tourist Information Centre, geneve.com, Genève Aéroport, hôtels, revendeurs online.



FOCUS

#BetterTogether — la campagne fédératrice

Suite au succès de la campagne multi-marchés #InvitedByGeneva de 2016, Genève Tourisme a reconduit cette stratégie en activant la campagne #BetterTogether pour promouvoir Genève en tant que ville qui rassemble et réunit. Diffusée sur les réseaux sociaux exclusivement, cette campagne a été un grand succès sur les marchés ciblés (Royaume-Uni, USA et Russie) avec des

indicateurs de performance au-delà des espérances : 7'889'280 personnes touchées (reach) et un taux d'engagement très élevé de 4.32 %. L'implication de partenaires genevois, qui ont repris le #BetterTogether dans leur communication, a contribué à sa viralité. Cette campagne se poursuivra en 2019 au Brésil, en Chine et dans les Pays du Golfe.

DÉPARTEMENT TOURIST SERVICES

Mission

Assurer l'accueil, l'information et l'assistance touristiques. Partager sa connaissance de Genève et de ses alentours, proposer des solutions pour les découvrir et sensibiliser les acteurs locaux à l'importance de l'expérience client.

Axes principaux 2018

- / Optimisation de la qualité de l'accueil et du conseil par une approche toujours plus personnalisée
- / Promotion du savoir-faire local et du « fait à Genève »
- / Renforcement des liens entre Genève Tourisme et les partenaires locaux

BIENVENUE AU BON ENDROIT, AU BON MOMENT

Près de 260'000 personnes reçues au Tourist Information Centre (TIC)

Pour proposer la meilleure expérience possible de Genève, le TIC, idéalement situé près de la gare Genève Cornavin, rue du Mont-Blanc, a accueilli ses visiteurs en 10 langues, dont le suisse allemand, le chinois et le russe.

27'150 personnes renseignées dans le cadre de 22 congrès

En coordination avec le Bureau des congrès et à la demande d'organismes de congrès et d'événements, le TIC assure la présence gratuite d'un stand d'information lors de manifestations. Ces présences se font essentiellement à Palexpo ou au CIGG, parfois dans les hôtels ou à Uni Mail. Une présence est également assurée lors de manifestations telles que le Marathon de Genève.

Quelque 35'000 visiteurs font la connaissance des Tourist Angels

Habités depuis 2011 à fournir dans les zones touristiques une assistance active et ludique aux visiteurs et résidents de Genève durant l'été, les 19 Geneva Tourist Angels ont agrandi leur champ d'action et investi Carouge pour la première fois en 2018.

Le conseil personnalisé, désormais aussi sur les réseaux sociaux

Depuis 2018, l'équipe du Tourist Services s'est rapprochée davantage de ses clients, assurant un contact virtuel avec eux en apportant 3'691 réponses sur Facebook, TripAdvisor, Youtube, Twitter et surtout Instagram.

12'782 appels téléphoniques et 8'542 e-mails ont également été traités.

PLUS QUE DES PRODUITS, DES EXPÉRIENCES

Geneva Pass, tours guidés et prestations touristiques de partenaires, la recette parfaite.

Une palette toujours plus riche d'expériences locales et régionales, allant des plus classiques aux plus « tendance » est proposée aux visiteurs de plus en plus intéressés à obtenir des réponses pragmatiques. Chaque année, le département élargit sa gamme de produits, notamment en revendant davantage de prestations de partenaires.

Le Geneva Pass, lancé en 2011 par Genève Tourisme, reste un produit apprécié pour découvrir les attractions touristiques et culturelles de Genève. 8'506 Geneva Pass ont été vendus au TIC, soit presque 8 % de plus qu'en 2017.

Des tours de ville et des excursions – en groupe ou en visites privées – sont proposés par le service des Guides. 13'154 personnes ont été accueillies par des guides genevois hautement qualifiés, en plus de 15 langues. Le chiffre d'affaires réalisé s'élève à CHF 230'752.-, soit une augmentation de 15 % par rapport à 2017.

L'offre culturelle genevoise valorisée par Genève Tourisme

L'offre culturelle incontournable est méthodiquement récoltée. Ainsi, les nombreux et très variés événements, expositions et spectacles que propose Genève figurent dans l'agenda online de Genève Tourisme. Les informations récoltées lors des vernissages et conférences de presse sont partagées et commentées afin que toutes les équipes de Genève Tourisme soient bien informées. De plus, en collaboration avec la Ville de Genève, ainsi que la FNAC et Starticket, les Genevois comme les touristes peuvent acheter leurs tickets de spectacle au Tourist Information Centre.

GENÈVE, UNE HISTOIRE DE GRANDS ACTEURS

Près de 100 acteurs du tourisme formés à la destination

Depuis plusieurs années, Genève Tourisme propose gratuitement des formations sur la destination et partage ainsi ses compétences dans le domaine de l'accueil avec les acteurs du tourisme. En 2018, les nouveaux collaborateurs d'hôtels, de la Gare routière, des CFF-Genève et du Visitors' Centre de Genève Aéroport ont participé à des présentations ainsi qu'à des tours de Ville.

90 % de la clientèle du TIC se déclarent satisfaite

Pour la quatrième année consécutive, l'engagement et le professionnalisme de l'ensemble de l'équipe, évaluée régulièrement par des clients mystère, ont été reconnus par ce taux de satisfaction particulièrement élevé.

4'500 Geneva Pass distribués gratuitement pour sensibiliser les Genevois au tourisme

En partenariat avec les prestataires du Geneva Pass, les départements Marketing et Tourist Services ont organisé pour la deuxième fois, à l'occasion du Jeûne genevois, une action de sensibilisation à l'importance d'un tourisme de qualité pour l'économie locale. Les 4'500 pass disponibles en ligne sur geneve.com ont trouvé preneur en quelques jours.

FOCUS

Conjointement avec l'équipe Marketing, le département Tourist Services a créé les « Ateliers du Tourisme » dédiés aux partenaires et acteurs locaux de la destination pouvant influencer l'avenir du tourisme à Genève. Le but de ces ateliers biannuels consiste à sensibiliser les participants quant à leur importance dans « l'expérience client » du visiteur.

Ces ateliers visent également à améliorer et renforcer la collaboration avec Genève Tourisme au profit de la destination, ainsi qu'à prendre conscience de l'importance de la réputation sur le web. Présentations, échanges et ateliers participatifs autour de thématiques touristiques communes sont à l'ordre du jour.

MANIFESTATIONS ESTIVALES



Grande roue du Village suisse 2018

Durant l'été 2018, touristes et Genevois ont pu profiter d'animations estivales mises en place par Genève Tourisme. Déjà présents l'année précédente, la Grande roue panoramique et son Village suisse ont animé le Jardin Anglais. Le traditionnel grand feu d'artifice de Genève a, quant à lui, ravi plus de 400'000 personnes.

VILLAGE SUISSE ET GRANDE ROUE PANORAMIQUE

Du 1^{er} juin au 2 septembre, une grande roue panoramique s'est élevée dans le Jardin Anglais. L'attraction, de quelque 50 mètres de hauteur, a permis à plusieurs dizaines de milliers de personnes de jouir d'une vue unique sur l'une des plus belles rades du monde.

Au pied de la Grande roue, le Village suisse a accueilli ses clients dans une atmosphère conviviale. D'élégants petits chalets transformés en mini-restaurants ont proposé de délicieuses spécialités typiquement locales. Complémentaires, ces deux attractions ont remporté un beau succès tant auprès des touristes que des Genevois.

LE GRAND FEU D'ARTIFICE

Le 11 août, à 22 heures précises, les 400'000 personnes présentes sur les quais retenaient leur souffle: la première fusée du traditionnel Grand feu d'artifice de Genève illuminait le ciel genevois. Entièrement gratuit, il a sublimé la rade durant 45 minutes.

Ce spectacle pyrotechnique était composé de 8'000 pièces d'artifice réparties sur 40 emplacements lacustres dans la rade et synchronisées grâce à plus de 5'000 allumages électroniques afin d'offrir une visibilité à 360°. Le feu a engagé 2.4 tonnes de matière active.

Contrairement aux précédentes éditions, le spectacle a été entièrement financé par la Fondation et des mécènes, dont la Loterie Romande.



Feux de Genève 2018

DÉPARTEMENT RH ET ADMINISTRATION

Mission

Assurer la gestion globale des Ressources Humaines de Genève Tourisme. Développer et mettre en œuvre la stratégie RH. Superviser et coordonner les services administratifs de l'entreprise.

LES RESSOURCES HUMAINES

Les Geneva Tourist Angels, des jeunes pour une mission estivale

- / 132 candidatures reçues
- / 80 participants répartis entre trois sessions de recrutement
- / 19 Angels engagés



Axes principaux 2018

- / Soutien à la direction générale ad intérim et accompagnement des membres du Comité de direction
- / Engagement de collaboratrices et collaborateurs compétents dans les différents métiers de la Fondation
- / Accompagnement du processus de renforcement de l'équipe digitale

14 engagements, 17 départs (CDI) pour un effectif de 51 personnes*

- / Totalité des mouvements de personnel (promotions internes, stagiaires, CDD, etc.): 95
- / Dossiers de candidature reçus: 1'200
- / Candidats reçus pour un entretien: 125

Le département a entièrement géré ces mouvements de personnel, sans agence de placement.

Formations

Quelque 25 collaboratrices et collaborateurs ont suivi des formations spécialisées pour développer leurs compétences. Un accent particulier a été mis sur les métiers de la communication digitale.

Politique salariale

Sur décision de la direction générale, la part variable liée aux objectifs des collaborateurs a été intégrée aux salaires.

DÉPARTEMENT FINANCES

Mission

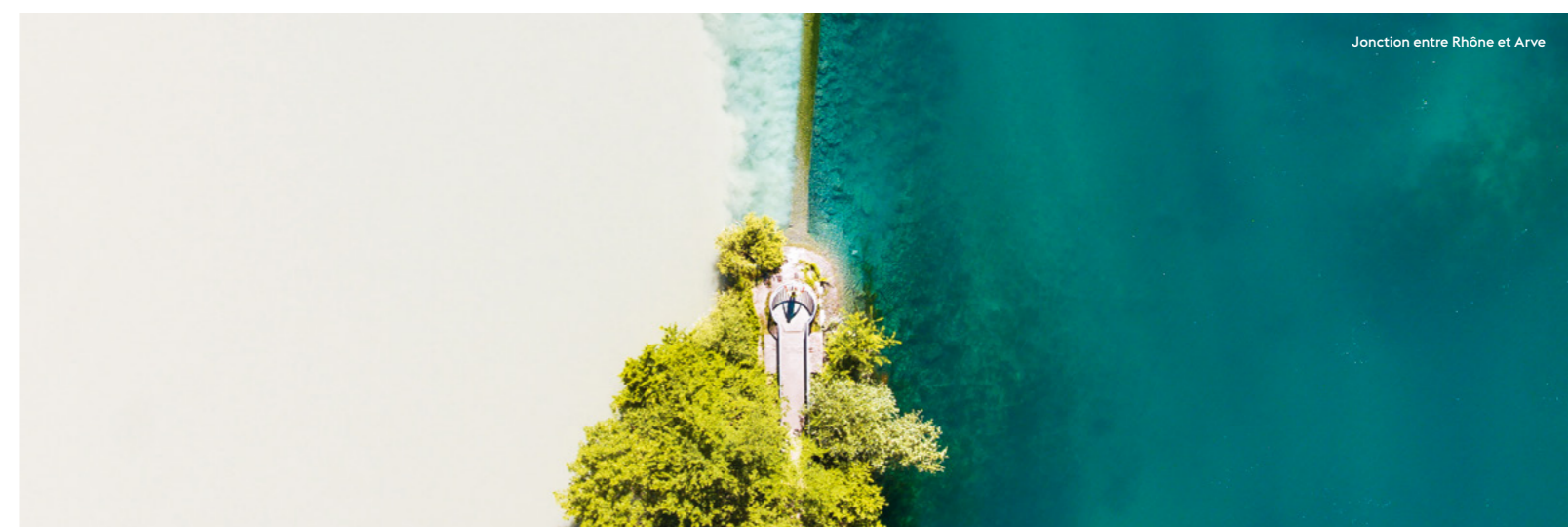
Assurer la pérennité financière de la Fondation Genève Tourisme & Congrès et maximiser ses capacités financières. Veiller au respect, par l'ensemble des collaborateurs, des différentes règles et procédures pour préserver l'intégrité de la Fondation. Superviser l'organisation des activités estivales.

Axes principaux 2018

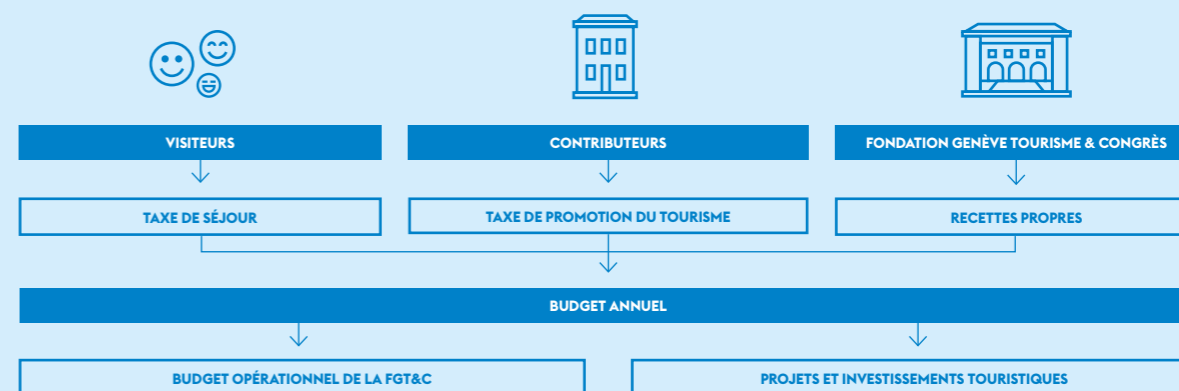
- / Restructuration complète de la finance et assainissement des comptes de la Fondation Genève Tourisme & Congrès
- / Financement et organisation des manifestations estivales 2018

DE NOUVELLES MESURES

- / Réorganisation et renforcement des compétences de l'équipe
- / Révision de toutes les procédures de validation des factures
- / Mise en place de nouveaux processus plus stricts
- / Gestion du budget des manifestations estivales 2018 afin d'assurer l'équilibre des comptes (restaurant du Village suisse, la Grande roue, le Feu d'artifice)



ORIGINES ET BUDGET DE LA FONDATION



COMPTES DES RÉSULTATS

RÉSULTAT ANNUEL FGT&C	Budget 2018 CHF (TTC)	2018 CHF (TTC)	2017 CHF (TTC)
PRODUITS			
PRODUITS NETS TAXES TOURISTIQUES			
Produit de la taxe de séjour	10'852'379	11'602'574	10'834'795
Produit de la taxe de promotion du tourisme	5'400'000	6'428'393	6'561'654
Frais de perception des taxes	(589'465)	(689'486)	(603'932)
Total produits nets des taxes touristiques	15'662'914	17'341'481	16'792'517
Autres produits	519'750	320'049	466'456
TOTAL PRODUITS	16'182'664	17'661'530	17'258'973
CHARGES			
SALAIRES, CHARGES SOCIALES & AUTRES FRAIS DU PERSONNEL			
Salaires, charges sociales	5'543'794	5'010'557	5'185'499
Autres frais du personnel	162'300	199'518	252'114
Total salaires, charges sociales & autres « personnel »	5'706'094	5'210'075	5'437'613
FRAIS ADMINISTRATIFS			
Loyers, frais entretien	728'843	707'396	719'038
Frais de bureau	565'011	511'182	531'501
Frais de structure & de gestion	111'000	212'313	259'276
Frais financiers	37'220	293'060	33'786
Intérêts sur prêt Etat de Genève	377'080	293'231	389'913
Frais informatiques	148'875	102'346	149'132
Total frais administratifs	1'968'029	2'119'530	2'082'647
GENEVA TRANSPORT CARD	3'263'382	3'970'439	3'118'930
SOUTIENS PONCTUELS	100'000	51'800	59'500
FRAIS OPÉRATIONNELS			
Bureau des Congrès	733'228	591'430	647'180
Marketing	2'833'264	2'618'008	2'819'684
Tourist Services	462'700	466'008	458'109
Projets spéciaux	—	84'966	26'994
Total frais opérationnels	4'029'192	3'760'412	3'951'966
TOTAL CHARGES	15'066'697	15'112'255	14'650'655
TOTAL ANNUEL FGT&C	1'115'967	2'549'275	2'608'317
Hors manifestations estivales / Fêtes de Genève			

ATTRIBUTION (UTILISATION) DU CAPITAL FGT&C

AFFECTATION À LA RÉSERVE POUR MANIFESTATIONS À CARACTÈRE INTERNATIONAL	(150'000)	8'000	(279'000)
ATTRIBUTION À LA RÉSERVE POUR COMPENSATION DU REMBOURSEMENT PRÊT ÉTAT / HALLE 6	—	—	(1'322'920)
TOTAL	965'967	2'557'275	1'006'397
Hors manifestations estivales / Fêtes de Genève			

ATTRIBUTION (UTILISATION) CAPITAL LIBRE

RÉSULTAT MANIFESTATIONS ESTIVALES / FÊTES DE GENÈVE	—	31'628	(3'749'000)
AJUSTEMENT RÉSULTAT PÉRIODES ANTÉRIEURES	—	—	(1'302'594)
TOTAL	965'967	2'588'903	(4'045'197)
Y compris manifestations estivales / Fêtes de Genève			

BILAN

BILAN - CAPITAL LIBRE			
Capital libre - ouverture exercice	(406'700)	(406'700)	3'638'497
Résultat annuel	965'967	2'588'903	(4'045'197)
CAPITAL LIBRE - CLÔTURE EXERCICE	559'267	2'182'203	(406'700)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE NETTE	—	871'351	(2'207'899)

INFORMATIONS FINANCIÈRES COMPLÉMENTAIRES

PROJETS TOURISTIQUES ET MANIFESTATIONS À CARACTÈRE INTERNATIONAL SOUTENUS PAR LE CONSEIL DE FONDATION*

Safari des Clubs
Course Terry Fox de l'Espoir
Genève reçoit 2018
Sauvetage de Genève
Vapeur « Rhône »
Genève.Art
Marché de Noël aux Bastions
Watch Week Geneva
Ensemble Post-Scriptum
Défilé Vénitien
Course Climate Express
Tour de la Rade en 80 jours
La Saga des Géants
Nuit de l'Hôtellerie

World Congress of Epidemiology (WCE) 2023 – Annulation en 2018
« The Bachelorette », émission TV ABC (USA)
European Anaesthesiology Congress (ESA) 2017
Congrès International Francophone de Soins Palliatifs (AIFSP) 2017
Rencontres CapGemini 2017
Annual Meeting of the European Society of Human Reproduction and Embryology (ESHRE) 2017
Congress of the European Society for Child and Adolescent Psychiatry (ESCAP) 2017
Congress of the International Society for Organ Donation and Procurement (ISODP) 2017
European Conference on Radiation & its Effects on Components and Systems (RADECS) 2017
European Conference on Applied Superconductivity (EUCAS) 2017
European Lung Cancer Conference (ELCC) 2017
International Congress of the European Academy of Dermatology and Venereology (EADV) 2017
14 th World Organization for Specialized Studies on Diseases of the Esophagus (OESO) World Conference 2017
European Association for the Study of the Liver (AESL)
European Society Medical Oncology (ESMO)
Transplantation Society

Commentaires du Directeur financier

Il est nécessaire de comprendre le cadre dans lequel la FGT&C a évolué en 2018. Suite au Geneva Lake Festival (2016) et aux Fêtes de Genève (2017), la Fondation, qui avait dû puiser dans ses réserves, s'est engagée dans un important processus de restructuration financière et des procédures de contrôle. Des mesures structurelles ont été prises pour pérenniser la structure financière, notamment l'établissement de procédures strictes et le déploiement d'un programme d'optimisation des coûts.

Ce travail de fond, un nombre record de nuitées et la suspension temporaire de l'annuité (2018) du prêt de l'État de Genève (environ CHF 1.3 mio) ont créé les conditions favorables qui ont permis de dégager, à fin 2018, un résultat des comptes positif. La Fondation a ainsi pu combler son capital libre et ramener sa trésorerie dans les chiffres positifs.

A noter que pour chaque nuitée, la taxe de séjour nette encaissée est réduite de la quote-part finançant la Geneva Transport Card, offerte aux visiteurs de la destination.

En 2019, le département des Finances s'emploie à finaliser le travail de fond débuté en 2018 : la restructuration de la partie financière, la consolidation de la trésorerie et la documentation des processus. Renforcée dans ses structures, la Fondation pourra ainsi envisager de nouveaux projets et remplir ses missions dans les meilleures conditions, sous l'égide de son nouveau Directeur général.

Opinion des réviseurs – BfB Société Fiduciaire Bourquin frères et Béran SA

Selon notre appréciation, les comptes annuels donnent une image fidèle de la situation financière pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2018 ainsi que de sa performance et de ses flux de trésorerie, conformément aux normes Swiss GAAP RPC, en particulier la norme RPC 21, et sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

LES DÉFIS ET ENJEUX 2019



MESSAGE DE MONSIEUR ADRIEN GENIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL

La marque « Genève » est un gage de qualité reconnu. Berceau, entre autres, des Nations Unies et de la Croix-Rouge, notre ville bénéficie d'un rayonnement international unique. Cité suisse, elle porte fièrement les valeurs si chères à notre pays : qualité, perfectionnisme et sens du service. Ces dernières lui permettent d'ailleurs d'être à la pointe dans plusieurs domaines tels que la haute horlogerie, la culture ou les sciences. A priori, tout semble donc réuni pour attirer les visiteurs du monde entier, tant en matière de tourisme d'affaires que de loisir. Pourtant, les défis sont nombreux et de taille.

Il ne s'agira donc pas de tout réinventer mais d'améliorer et de valoriser l'existant.

Dans un premier temps, il est crucial de comprendre les motivations et les besoins de nos clients, organisateurs de congrès et touristes. Connaître nos visiteurs d'aujourd'hui et de demain est essentiel afin de s'assurer qu'ils privilégient Genève plutôt qu'une autre destination suisse ou européenne. Les outils digitaux et le big data, entre autres, nous aideront à répondre à ces questions.

Il faudra ensuite tout mettre en œuvre pour que la destination et nos stratégies de promotion répondent aux attentes. Nous devons trouver un subtil équilibre en offrant un ou plusieurs éléments uniques et attractifs tout en conservant cette « suissitude » tant recherchée par les visiteurs. Définir nos points forts et différenciateurs sera une priorité pour l'année à venir. Une chose est certaine : Genève possède beaucoup d'atouts uniques, tels qu'une structure d'accueil de congrès qualitative, un réseau de transport efficace ou encore des activités de loisir exceptionnelles, notamment grâce à son lac. Il ne s'agira donc pas de tout réinventer mais d'améliorer et de valoriser l'existant.

Dans cette optique, il nous incombe également de fédérer les acteurs locaux, cantonaux et régionaux, pour travailler et communiquer d'une seule voix. Cela permettra de présenter une offre riche et fluide à nos visiteurs pour qui les frontières ou les regroupements institutionnels n'ont pas d'importance. Genève est aux portes des Alpes, nous devons permettre aux touristes de l'utiliser comme une base pour combiner ville et montagne, selon le principe du « Hub & Spoke ». En matière de tourisme d'affaires, une meilleure collaboration enrichira l'offre que nous pourrions proposer et pourrait mener à l'accueil de manifestations plus importantes encore.

A l'ère de l'économie à la demande, proposer et promouvoir une offre flexible représente un défi de taille. Les visiteurs veulent pouvoir trouver les informations nécessaires en tout temps et sur la plateforme de leur choix. Les outils digitaux permettront de faciliter le travail transversal nécessaire pour répondre à ce besoin en amont de leur visite, alors qu'un accueil de qualité assuré par notre Tourist Information Centre maintiendra le même niveau d'information une fois le visiteur sur place.

Enfin, nous devons nous donner les moyens de relever ces défis. Nos compétences internes sont déjà excellentes, la qualité de travail fournie par les collaboratrices et les collaborateurs de la Fondation doit être saluée. Le dynamisme et la créativité de l'organisation a d'ailleurs été un élément essentiel dans ma décision de me porter candidat au poste de directeur général. Cependant, il est crucial que nous renforçons et développons encore notre expertise. Les équipes sont l'actif le plus essentiel d'une organisation telle que la nôtre. Grâce à elles et à nos partenaires, nous serons capables de relever les formidables défis qui se présentent à nous actuellement.

MERCI À VOUS!

Merci à vous, Genevoises et Genevois,
acteurs locaux et représentants internationaux,
méthodiques et enthousiastes,
« digital native » ou pas nés de la dernière pluie,
amoureux du lac ou amoureux des Feux.

MERCI À NOUS!

On ne saurait imaginer un développement
touristique sans ressources humaines.
Nos collaboratrices et collaborateurs
passionnés sont les ambassadeurs
de la destination Genève et de la
Fondation Genève Tourisme & Congrès.

IMPRESSUM

/ Design
FRANZ&RENÉ

/ Copyright
FGT&C, Guillaume Mégevand,
Niels Ackermann, Samuel
Zeller, Olivier Miche, Loris Von
Siebenthal, Gauvin Lapetoule,
Imagina Studio, Kaptura

/ Impression
300 exemplaires,
Prestige Graphique SA,
CH-1228 Plan-les-Ouates

Juin 2019



