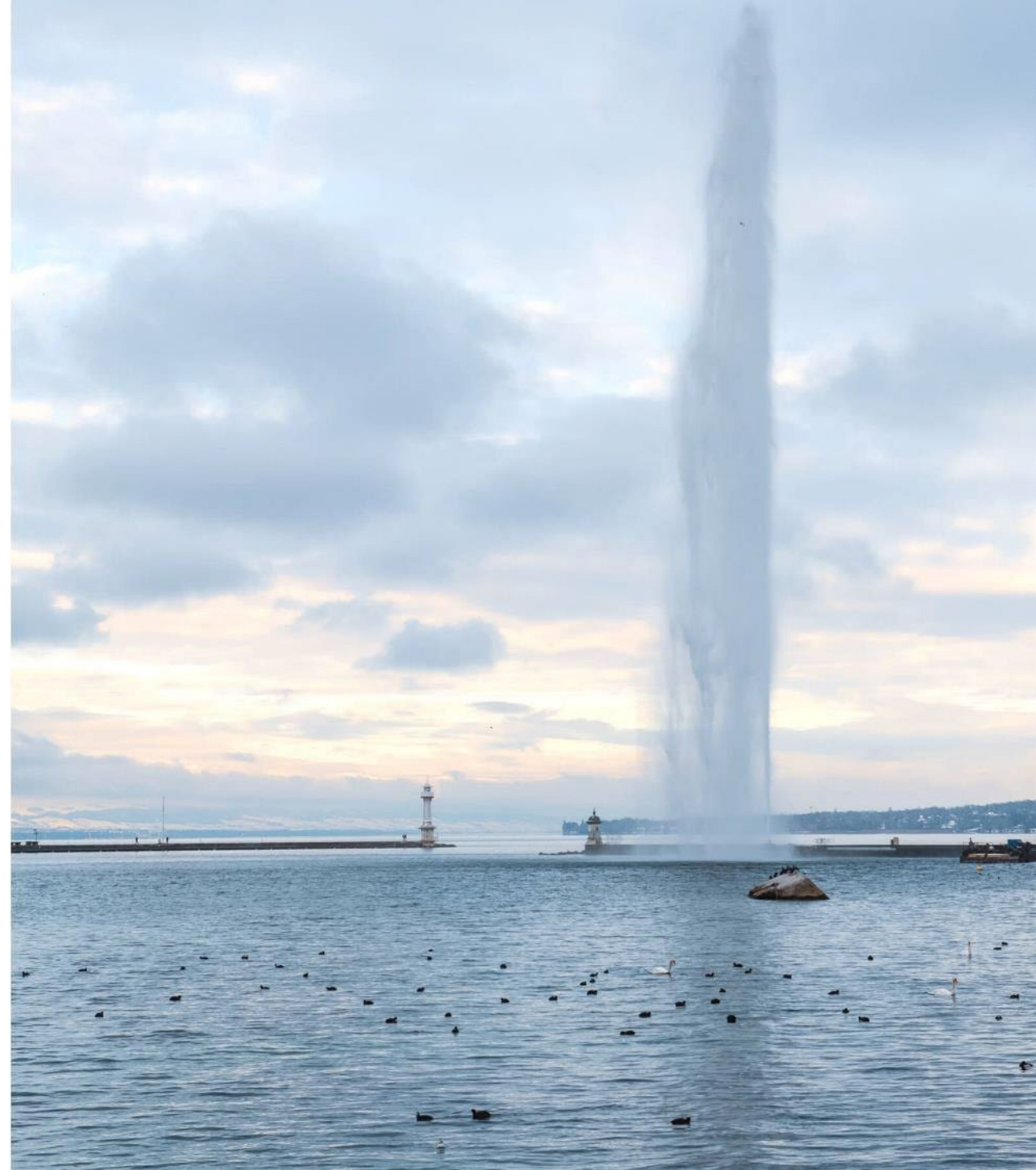


GENEVA

**Stratégie pour un tourisme durable à
Genève**
Résultats 2024



Résultats 2024



Contexte

Stratégie pour un tourisme durable à Genève

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 2024 sont présentés par piliers stratégiques.



Pilier 1: Accélérer le passage à une économie circulaire

1.2.2. Sensibiliser aux techniques du gaspillage alimentaire au moins 1 employé de cuisine dans chaque établissement hôtelier

Action 1 : Mettre en place un atelier sur la cuisine bas carbone en partenariat avec la ville de Genève



Objectif

- Promouvoir le concours « À Table ! Mangeons local et durable », durant lequel, de nombreux restaurants, en ville et en campagne, s'engagent pour une alimentation plus durable
- Co-financer avec le Canton et la ville de Genève des ateliers de sensibilisation pour une alimentation local et durable afin de donner aux cheffes et aux chefs des solutions pratiques et concrètes, applicables notamment dans le cadre du concours
- Mobiliser 10 Hôtels-restaurants à participer au concours



KPI

- Atteindre un taux de satisfaction de 80%
- Appliquer au minimum une mesure apprise durant l'atelier : 80% des participants
- Atteindre au minimum 10 hôtels-restaurants participants à l'édition 2024
- Proposer un prix de l'office du Tourisme lors du projet « A Table ! »



Résultats 2024

- Co-financement de deux ateliers sur la lacto fermentation avec la Cheffe Sylvie Ramel et de deux ateliers sur la cuisine végétale avec la Cheffe Manon Fleury
- 35 cheffes et chefs ont participé aux ateliers
- 90% taux de satisfaction
- 78% ont appliqué au minimum 1 mesure apprise lors de la formation
- Genève Tourisme a financé un prix à hauteur de 2'500.- CHF qui a été remis au restaurant « Moments »
- 3/10 hôteliers-restaurateurs ont participé à cette édition

Pilier 1: Accélérer le passage à une économie circulaire

1.2.3 Co-crée des solutions avec les organisateurs de congrès (PCOs et agences) pour réduire les déchets liés aux manifestations

Action 2 : Créer un guide à destination des organisateurs d'événements sur le Canton en collaboration avec nos partenaires



Objectif

- Élaborer un guide et une check-list, développés en collaboration avec nos partenaires, pour encourager l'intégration de pratiques responsables dans la conception et l'organisation de leurs événements



KPI

- Organiser deux séances de consultation avec les partenaires
- Mettre en ligne la version numérique du guide
- Promouvoir le guide auprès des partenaires et des clients



Résultats 2024

- 31 partenaires ont participé à deux séances de consultation organisées en février et en juin
- Le guide en version numérique est prévu pour mars 2025
- La promotion du guide et de la check-list est prévue pour mars 2025

Pilier 2 : Accélérer le passage à une économie post-carbone

2.1 Réduire les émissions de GES de 60% d'ici 2030 par rapport à 1990

Action 3 : Informer et sensibiliser 80 nouveaux employés d'accueil aux diverses possibilités de mobilité douce sur le Canton



Objectif

- Promouvoir la mobilité douce dans le canton de Genève auprès du personnel d'accueil afin qu'il puisse informer les visiteurs pendant leurs séjours dans la destination



KPI

- Former au minimum 80 nouveaux employés
- Taux de satisfaction globale : 80%
- Taux de satisfaction contenu : 80%
- Taux de satisfaction intervenante : 80%



Résultats 2024

- 120 partenaires formés via le projet «Club d'excellence»
- Taux de satisfaction globale : 92% très satisfaits ou très satisfaites
- Taux de satisfaction contenu : 89% très satisfaits ou très satisfaites
- Taux de satisfaction intervenante : 93 % très satisfaits ou très satisfaites

Pilier 2 : Accélérer le passage à une économie post-carbone

2.2 Augmenter de 40% les visiteurs arrivant par des moyens de transport durables d'ici 2025

Action 4 : Créer une page dédiée aux options de transports durables pour arriver à Genève



Objectif

- Promouvoir les moyens de transport à faible impact carbone pour les déplacements
- Mettre à disposition un lien vers le logiciel de compensation CO2 de l'aéroport de Genève



KPI

- Créer une infographie pour valoriser le réseau de train pour rejoindre Genève
- Ajouter l'infographie sur le site internet, dans le guide des événements responsable et dans certains bid-book
- Valoriser les contributions carbone en faveur de projets pour la protection de l'environnement sur notre site internet



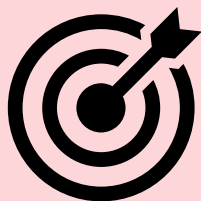
Résultats 2024

- Infographie disponible et présente dans le guide des événements responsables
- Page internet en cours de production – finalisation en avril 2025

Pilier 3: Favoriser et promouvoir les initiatives locales

3.1. 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

Action 5 : Promouvoir le savoir-faire local au travers d'activités ou de démonstrations



Objectif

- Promouvoir les artisanes et artisans ainsi que les créateurs et créatrices locaux
- Créer une page de promotion pour les boutiques de seconde main dans la destination
- Proposer et promouvoir en interne de nouveaux prestataires dans la destination



KPI

- Promouvoir au minimum 6 prestataires sur nos réseaux sociaux
- Page de promotion de la seconde main dans la destination disponible sur notre site
- Proposer au minimum deux ateliers découvertes aux collaborateurs et collaboratrices de la FGT&C



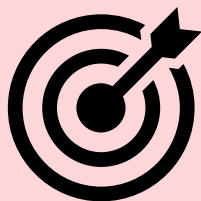
Résultats 2024

- Page « seconde main » - mai 2025
- 9 publications de promotion sur nos réseaux sociaux
- 4x ateliers et 32 collaborateurs et collaboratrices ont découvert les initiatives et ateliers (Noon, 2ème vie, Theodora, Black & Yellow)

Pilier 3: Favoriser et promouvoir les initiatives locales

3.1. 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

Action 6 : Promotion régulière des manifestations genevoises et initiatives locales sur les réseaux sociaux



Objectif

- Promouvoir les initiatives et actions locales



KPI

- Effectuer au minimum 12 publications



Résultats 2024

- 18 publications ont été effectuées sur les réseaux sociaux en 2024 – 490 880 Reach
- promotion de 9 acteurs locaux dans la newsletter B2B

Pilier 4: Favoriser un impact social et solidaire sur la destination

4.1 Atteindre 90% d'opinions favorables au tourisme auprès des habitants d'ici 2025

Action 7: Mettre en œuvre un programme pour mesurer, analyser et répondre au ressenti des genevois face au tourisme



Objectif

- Connaître le ressenti des Genevoises et Genevois vis-à-vis du tourisme et leur proposer un espace d'expression et d'échanges avec la FGT&C
- Mettre à disposition sur notre site internet un canal permanent pour recevoir les retours des locaux



KPI

- Sonder 2'000 personnes
- Atteindre un taux de satisfaction à 90%



Résultats 2024

- Reporté en 2025 – L'enquête a finalement été reportée par manque de ressources internes.

Pilier 4: Favoriser un impact social et solidaire sur la destination

4.1 Atteindre 90% d'opinions favorables au tourisme auprès des habitants d'ici 2025

Action 8: Organiser une journée « portes ouvertes » annuelle à l'Office du Tourisme



Objectif

- Créer du dialogue avec les résidentes et résidents du Canton
- Proposer une visite guidée gratuite ou à prix réduit aux personnes qui participent à l'enquête de satisfaction



KPI

- Nombre de visites guidées gratuites ou à prix réduit
- 80% de satisfaction vis-à-vis de la JPO



Résultats 2024

- Projet reporté – Nous avons prévu de reporter le projet en 2026.

Pilier 4: Favoriser un impact social et solidaire sur la destination

4.3 Travailler sur l'accessibilité et l'inclusion de toutes et tous.

Action 9: Créer du contenu web destiné à informer nos visiteurs sur l'accessibilité de toutes et tous



Objectif

- Recenser et centraliser les informations en lien avec l'accessibilité dans la destination
- Sensibiliser les partenaires de l'accessibilité pour toutes et tous
- Visibiliser les attractions touristiques accessibles pour les personnes à mobilité réduite
- Adapter la visite « Vieille-ville et ses trésors » aux personnes en situation de handicap



KPI

- Créer une page spécifique avec des informations pratiques sur l'accessibilité à Genève
- Sensibiliser au minimum 20 partenaires
- Ajouter au minimum 10 offres touristiques accessibles pour toutes et tous
- Adapter la visite



Résultats 2024

- Page web « accessibilité » disponible sur le site internet et « tag » disponible pour les activités, hôtels, lieux culturels et musées
- 42 activités disponibles pour les personnes en situation de handicap identifiées dans la destination
- 40 partenaires sensibilisés à la thématique de l'accessibilité dans la destination
- Visite guidée de la Vieille-ville adaptée disponible depuis février 2025

Pilier 5: Renforcer la collaboration entre les acteurs de la destination

5.1 Augmenter le nombre d'entreprises ayant une politique interne de développement durable (+50% des partenaires d'ici 2025)

Action 10 : Réaliser un état des lieux des actions durables entreprises par les partenaires de la destination



Objectif

- Monitorer les progrès des partenaires de la destination et les valoriser
- Proposer la prise en charge de la première année d'adhésion au programme Swisstainable pour toutes nouvelles entreprises classifiées en 2024



KPI

- Créer un tableau de suivi interne qui recense toutes les certifications de nos partenaires
- Atteindre 150 partenaires adhérents ou en cours d'adhésion au programme Swisstainable



Résultats 2024

- Le tableau est disponible en interne et mis à jour tous les 2 mois
- 120 partenaires adhérents ou en cours d'adhésion au programme Swisstainable

Pilier 5: Renforcer la collaboration entre les acteurs de la destination

5.1 Augmenter le nombre d'entreprises ayant une politique interne de développement durable (+50% des partenaires d'ici 2025)

Action 11: Sensibiliser les prestataires au principe d'achat responsable et de DD dans les newsletters FGT&C déjà existantes



Objectif

- Proposer dans chaque newsletter la mise en avant d'une entreprise ou association qui contribue à la promotion des achats responsables à Genève



KPI

- Au minimum 5 prestataires



Résultats 2024

- 1 partenaire promu dans le cadre de la newsletter partenaire

Pilier 5: Renforcer la collaboration entre les acteurs de la destination

5.1 Augmenter le nombre d'entreprises ayant une politique interne de développement durable (+50% des partenaires d'ici 2025)

Action 12: Sensibiliser les prestataires au principe d'achat responsable et de DD dans les newsletters FGT&C déjà existantes



Objectif

- Créer des ateliers de promotion en faveur de la durabilité en entreprise
- Valoriser le programme Swisstainable auprès de nos partenaires



KPI

- 10 ateliers/webinaires
- Au minimum 3 publications de promotion dans notre newsletter



Résultats 2024

- 1 événement de promotion Swisstainable
- 3 communications directes aux partenaires (promotion et valorisation de la prise en charge de Genève Tourisme pour la première année d'adhésion) et 4 communications générales sur le programme dans les newsletters partenaires
- Participation à un webinaire organisé par la FST sur le rôle des responsables durabilité dans les destinations
- 1 atelier lors de la JTG sur la stratégie climatique en entreprise

Plan d'action 2025

Stratégie pour un tourisme durable à Genève

La stratégie actuelle pour un tourisme durable arrivant à son terme, la FGT&C va entamer la rédaction de sa nouvelle feuille de route.

Dans ce cadre, l'organisation souhaite engager les habitantes et habitants de Genève ainsi que ses partenaires touristiques dans une réflexion collective pour l'élaboration de cette nouvelle stratégie. L'objectif est de s'assurer qu'elle réponde aux besoins de chacune et chacun tout en prenant en compte les enjeux spécifiques de notre destination. Un questionnaire, initialement prévu pour 2024, sera lancé en mars 2025 afin d'évaluer la perception des résidentes et résidents vis-à-vis du tourisme à Genève. Les résultats de cette enquête alimenteront le dialogue avec les Genevoises et Genevois dans la construction de la nouvelle stratégie.

Une enquête auprès des partenaires de la destination a été réalisée en 2024. Celle-ci a permis d'identifier les besoins de nos partenaires et déterminer de premiers axes prioritaires de travail. Ceux-ci seront consolidés lors des séances de consultation avec les partenaires lors de l'élaboration de la stratégie.

Cette enquête a également permis d'identifier des besoins en termes de formation, notamment dans les domaines des achats responsables, de la mobilité et de la gestion des déchets. Pour répondre à ces besoins, la FGT&C prévoit, en 2025, d'organiser et de promouvoir des formations auprès de ses partenaires, afin de soutenir leur transition vers des pratiques plus durables.

D'autre part, la FGT&C réalisera son bilan carbone en 2025 pour suivre l'évolution de ses activités et mettre en place des actions concrètes en vue de réduire son empreinte carbone, tout en contribuant à la stratégie climatique du Canton. Avec l'adoption de la loi sur le climat et l'innovation, il est désormais crucial que la Fondation joue un rôle actif dans les engagements formulés par la population. Pour cela, il est essentiel de comprendre les émissions liées à ses activités et de définir des mesures tangibles ayant un véritable impact.



Les initiatives de la Green Team en 2024 : vers une entreprise plus durable et responsable

Actions 2024

En 2024, la Green Team interne de la FGT&C a poursuivi son engagement en faveur de la durabilité, de la cohésion interne et du bien-être des collaborateurs et collaboratrices, en organisant diverses actions et initiatives qui ont renforcé l'implication des employées et employés dans des pratiques plus responsables et solidaires.

Ces initiatives ont inclus des événements visant à sensibiliser les collaborateurs et collaboratrices aux enjeux environnementaux, des actions de solidarité pour soutenir les personnes en situation de précarité, ainsi que des mesures concrètes pour encourager une mobilité plus durable. Par ailleurs, la communication interne a été un vecteur essentiel pour partager ces actions et impliquer les équipes au quotidien. Voici un aperçu des principales actions menées par la Green Team tout au long de l'année 2024 :

- 1. Célébration de la Journée mondiale du Tourisme** : Dans le cadre de cet événement, la FGT&C a organisé une visite exclusive du MAMCO pour découvrir l'exposition "Le MAMCO, DE MÉMOIRE", permettant à six collaborateurs et collaboratrices de s'immerger dans l'art contemporain.
- 2. Avantage mobilité** : Afin de réduire l'empreinte carbone des déplacements professionnels et de favoriser des modes de transport durables, un soutien financier de 400 CHF a été offert aux collaborateurs et collaboratrices pour l'achat d'un abonnement annuel de bus ou de train, ou encore pour la réparation et l'achat d'un vélo.
- 3. Collecte de vêtements pour le Vestiaire social** : Dans le cadre des éco-défis organisés par le Canton de Genève, une collecte de vêtements a été organisée en partenariat avec l'association « Le Vestiaire Social ». Cette initiative a permis de récolter 72 kg de vêtements destinés à des personnes en situation de précarité.



Les initiatives de la Green Team en 2024 : vers une entreprise plus durable et responsable

Actions 2024 – Suite

5. **Newsletter "Inside GTC"** : La newsletter interne, qui paraît trois fois par an, a joué un rôle clé dans la communication des actions de durabilité. Chaque numéro a mis en lumière des initiatives telles que la promotion de cadeaux de Noël locaux et éthiques, des conseils pour une détox numérique, ainsi que la valorisation de l'alimentation locale et durable.
6. **Journée mondiale de la santé et de la sécurité au travail** : À cette occasion, 4 séances de yoga/stretching ont été organisées pour promouvoir le bien-être physique et mental des collaborateurs et collaboratrices, contribuant à un environnement de travail plus sain.
7. **Les Trocs** : Plusieurs événements de troc ont été organisés en interne, encourageant l'échange d'objets et sensibilisant les collaborateurs et collaboratrices à la réutilisation. Les objets non récupérés ont été donnés à des associations locales, dont l'association Aux6Logis, qui soutient les femmes et enfants en situation de précarité.
8. **Course de l'Espoir** : En soutenant la participation de trois collaboratrices à la Course de l'Espoir, un événement caritatif en faveur de la recherche contre le cancer, la FGT&C a non seulement soutenu une cause importante, mais a aussi favorisé la santé et l'engagement des employées et employés dans des activités solidaires.
9. **Réduction des déchets** : Pour limiter les déchets liés aux repas à emporter, la Green Team a mis à disposition des contenants réutilisables de la marque «ReCircle», permettant ainsi aux employées et employés de réduire leur consommation de plastique et de participer activement à la réduction des déchets au quotidien.

Ces actions concrètes témoignent de l'engagement constant de la Green Team pour promouvoir des pratiques durables au sein de l'entreprise, renforcer la solidarité interne et offrir un environnement de travail plus sain et responsable.





GENEVA

Visit [geneve.com](https://www.geneve.com)