REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE
Département de l'économie, de l'emploi et de l'énergie
Secrétariat général

Commission consultative du tourisme
DEE – SG
1204 Genève

Réf : LWB/RBA

Genève, le 18 mars 2026

Rapport d'activité pour la mandature 2024-2029

2e année (1er janvier 2025 – 31 janvier 2026)

I. Base légale de la commission

- Article 1, alinéa1 de la loi sur les commissions officielles, du 18 septembre 2009 (LCOf, A 2 20);
- Article 1, lettre c du règlement sur les commissions officielles du 10 mars 2010 (RCOf; A 2 20.01);
- Article 6, 7 et 7A de la loi sur le tourisme (LTour - I 1 60), du 24 juin 1993.

II. Compétences légales de la commission

Aux termes de l'article 7A de la LTour, la Commission consultative du tourisme a pour tâches :

a) *de conseiller la fondation [Fondation Genève Tourisme & Congrès] sur l'évolution souhaitable de la politique du tourisme ;*
b) *d'aider la fondation dans l'accomplissement de la réalisation des buts de la loi.*

La Commission peut donc proposer des objectifs de développement à la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C) et aider cette dernière dans l'accomplissement de la réalisation des buts de la loi. Elle peut en outre définir des thèmes à approfondir, permettant d'atteindre les objectifs de développement économique de ladite Fondation.

La commission consultative du tourisme (CCT) est composée de 11 à 19 membres, pouvant représenter tous les milieux intéressés, désigné-e-s par le Conseil d'Etat en fonction de leurs compétences, pour une législature, renouvelable une fois. Elle est présidée par un membre du Conseil de fondation, à l'exclusion du ou de la Président-e.

À l'exception du membre du Conseil de fondation qui préside la commission consultative, les membres du Conseil de fondation ne peuvent siéger dans la commission.

Le directeur général de la Fondation assiste aux séances. La commission se réunit au moins 3 fois par an, sur convocation du ou de la Président-e ou à la demande de deux tiers de ses membres.

Dans le cadre de la nouvelle législature 2023-2028, la composition des membres de la commission pour la période du 1er février 2024 au 31 janvier 2029 a été modifiée et formellement validée par le Conseil d'Etat le 24 janvier 2024. Au 31 décembre 2025, la commission se composait de 11 membres, dont 7 membres féminines et 4 membres masculins ; la parité minimale (au moins 40% du sexe sous-représenté) exigée par la loi sur les commissions officielles (art. 5, al. 4 LCOf) est ainsi quasi respectée.

En 2025, la commission s'est réunie 3 fois : le 27 mars, le 25 septembre et le 9 décembre.

III. Activités de la commission par rapport aux activités de la FGT&C

En 2025, la FGT&C a poursuivi ses actions visant à renforcer l'attractivité de la destination genevoise et à structurer son image sur le long terme.

Malgré un contexte économique complexe, marqué par des coupes budgétaires affectant le secteur hôtelier et la restauration, la FGT&C a enregistré une performance globalement positive, tout en ajustant ses priorités pour répondre aux enjeux stratégiques et aux attentes des visiteurs. Les mois de juin et juillet ont néanmoins subi une baisse des nuitées de 2,32 %, soulignant la nécessité de clarifier les actions prioritaires et de consolider la cohérence des messages diffusés.

Une réflexion stratégique a été engagée sur le positionnement de la marque. L'objectif est de construire une image fondée sur des valeurs fortes, des récits clairs et une identité différenciante, capable de créer un impact durable dans l'esprit des visiteurs. La refonte de l'image de Genève comprend une approche globale d'une stratégie de marque, avec un premier projet présenté début avril au Conseil de Fondation, une finalisation des travaux en août et un lancement officiel en novembre.

Les axes stratégiques prioritaires ont été définis :

- Renforcement de la collaboration avec les partenaires institutionnels et privés.
- Valorisation de la qualité suisse pour consolider l'attractivité de la destination.
- Promotion de thématiques clés : nature, dimension internationale, culture, science et haute horlogerie.
- Développement d'une communication cohérente et différenciante, capable de générer confiance et connexion émotionnelle avec le public.

Ces efforts visent à faire de Genève une destination touristique de premier plan, en combinant vision à long terme, stratégies opérationnelles et engagement de l'ensemble des acteurs du territoire.

IV. Activités de la commission par rapport aux animations et aux évènements

La commission s'est penchée sur les animations et les événements dans le canton de Genève plus particulièrement durant la période estivale.

Événements et vie culturelle :

Genève a accueilli plus de 80 événements récurrents et 38 rassemblements de plus de 5'000 participants. Parmi les événements majeurs figurent Watches and Wonders, le Tour de Romandie, le Marathon de Genève, le Cirque du Soleil, le Festival Antigel, la Lake Parade, la Pride et le Geneva Street Food Festival. Geneva Looks, désormais reconnu comme festival culturel, a dû être agrandi en raison de son succès. La Ville a également soutenu le développement des Bains du Jet d'eau et encouragé la valorisation des sites patrimoniaux et muséaux, avec 1,5 million de visiteurs dans les musées et la Nuit des Musées accueillant plus de 22'000 participants.

Secteur hôtelier, restauration et commerces :

L'hôtellerie a connu une année favorable, avec des résultats particulièrement bons dans le centre-ville et une forte activité durant les événements internationaux tels que le SailGP. Les établissements trois et quatre étoiles ont néanmoins exprimé des inquiétudes face à la concurrence sur les prix et aux travaux de rénovation (Fairmont, Beau-Rivage, Four Seasons, Métropole). La restauration et le commerce ont été plus fragilisés, affectés par les faillites, les contraintes réglementaires sur les terrasses, la taxe sur les pourboires et l'interdiction de fumer. Des initiatives telles que Genève Terroir, les caves ouvertes, et l'encouragement des producteurs locaux ont été maintenues pour soutenir le secteur.

Une réflexion a été menée sur le positionnement de la marque Genève. L'objectif est de renforcer la clarté, la cohérence et la différenciation de la destination, en valorisant la qualité suisse, les thématiques culturelles, scientifiques et gastronomiques, ainsi que l'internationalisation des événements. Le premier projet de refonte de l'image de Genève a été présenté début avril 2025 au Conseil de Fondation, avec une finalisation prévue en août 2025 et un lancement officiel en novembre 2025.

Attractivité et enjeux économiques :

La Genève internationale traverse une période d'incertitude, avec des impacts sur les ONG, les expatriés et l'économie locale. Environ 6'000 personnes sont concernées par les relocalisations ou licenciements, entraînant une baisse de la demande dans certains secteurs. Les droits de douane américains sur l'horlogerie et la crise viticole constituent également des défis. Malgré cela, des actions positives ont été menées pour promouvoir l'attractivité de Genève, en valorisant l'éducation, la culture et la diversité culinaire, ainsi que des initiatives de coopération entre hôtels, commerces et institutions culturelles.

Perspectives :

L'année 2026 s'annonce complexe, avec des projets urbains (piétonnisation, fermetures de rues) et des événements internationaux tels que le G7. Les prévisions de nuitées anticipent une baisse de 4 à 5 %, tandis que l'ouverture des hôtels rénovés et le développement d'offres touristiques innovantes devraient permettre une reprise progressive en 2027. La FGT&C continuera à coordonner les initiatives entre acteurs privés et publics, à promouvoir les événements et à renforcer la marque Genève pour soutenir durablement l'attractivité de la destination.

V. Mobilités :

En 2025, La FGT&C a renforcé la mobilité touristique en optimisant les services de transport et en développant de nouvelles liaisons. L'ouverture de la ligne 7 du Léman Express et des offres spécifiques pour étudiants et groupes scolaires ont facilité l'accès aux sites et événements. La CGN a adapté son offre face à l'augmentation du tourisme international, malgré des pannes de bateaux historiques.

UNIRESO a enregistré de bons résultats pour les abonnements et a mis en place des billets combinés pour les événements, incluant le Léman Pass et Genève Terroir. Les mesures incitatives pour les hôtels, restaurants et établissements scolaires ont favorisé l'usage des transports publics, avec des horaires adaptés aux familles et aux groupes scolaires.

La sécurité et l'organisation des zones de baignade et des espaces publics ont également été renforcées, avec une signalétique améliorée et une coordination avec d'autres villes du Léman.

VI. Secrétariat de la commission

Le secrétariat de la commission est assuré par le secrétariat général du département de l'économie, de l'emploi et de l'énergie (DEE).

Ce dernier planifie et coordonne l'établissement de l'ordre du jour avec le Président de la commission, établit le procès-verbal des séances, assure le suivi des décisions d'ordre général et publie les communiqués de presse validés par la commission.

VII. Frais de la commission

Le total des jetons de présence versés ou à verser en application de l'article 24 RCOf au 31 janvier 2026 s'élève à un total de 3'822.50 francs.

Aucun jeton de présence n'a été versé pour des tâches extraordinaires, ni aucun remboursement de frais (articles 25 et 28 RCOf).

Louise Waerness Barradi
Présidente de la Commission consultative du tourisme