

Etats Généraux du Tourisme 2018 (EGT)

Présentation du rapport des entretiens Mardi 15 mai 2018



Jacques Folly, Délégué au développement économique du commerce
Dejan Nikolic, Délégué au développement économique, chargé de la communication

Etats Généraux du Tourisme 2018

Points forts

1. Contexte
2. Quelques chiffres
3. Forces et faiblesse de la destination Genève
4. Axes de réflexion
5. Démarche
6. Choix et priorisation



Etats Généraux du Tourisme

Contexte

- Plus de 150 acteurs économiques du tourisme et des congrès identifiés
- 80 échanges sous forme d'entretien individuels ou en groupes restreints
- Un nombre remarquable de pistes d'amélioration
- Un état d'esprit enthousiaste, positif, constructif
- Un objectif commun :

renforcer l'attractivité de la destination Genève

Etats Généraux du Tourisme 2018

Quelques chiffres

- 15'300 postes de travail / plus de 2'200 établissements (hôtellerie-restauration)
- 16'300 postes de travail / plus de 2'100 entreprises (commerce de vente au détail)
- 3,3 millions de nuitées en 2017
- 3 milliards de dépenses / 1 milliard de valeur ajoutée par an
- 55 congrès en 2017 = 75 millions de retombées économiques (22% domaine médical) / 41'800 congressistes
- 33 congrès en 2018 = 62 millions de retombées économiques (33% domaine médical) / 33'900 congressistes

Etats Généraux du Tourisme 2018

Forces et faiblesses

1. Aspects identitaires
2. Offre touristique
3. Infrastructure



Etats Généraux du Tourisme 2018

Axes de réflexion

Les 10 axes proposés :

1. Redéfinir la clientèle cible à viser
2. Développer la collaboration transfrontalière
3. Investir dans la formation de haut niveau
4. Déployer une stratégie de marketing territorial
5. Construire une plateforme touristique augmentée
6. Identifier un nouvel emblème
7. Enrichir le catalogue touristique
8. Repenser les infrastructures d'accueil
9. Mieux séquencer l'ADN de Genève
10. Travailler sur les prix

Etats Généraux du Tourisme 2018

Démarche / choix et priorisation

- Adhérer à la démarche et prioriser la mise en œuvre des axes de réflexion
- Fédérer toutes les forces et énergies pour renforcer l'attractivité de la destination Genève
- Réformer les modes de fonctionnement par une approche de marketing territorial
- Renforcer la numérisation
- Coordonner les activités promotionnelles de Genève
- Impliquer davantage les autorités politiques
- Elaborer un plan d'action (Canton et Ville de Genève, ACG, FGT&C, Partenaires externes)

Une vision à 5 ans, une mise en œuvre à l'horizon 2022

Elargir nos horizons Fédérer nos actions



Merci de votre attention