

STRATÉGIE TOURISME RESPONSABLE

2026-2030

GENEVA

VISION TOURISME RESPONSABLE 2030



Fabienne Lupo
Présidente
du Conseil
de Fondation



Adrien Genier
Directeur
Général

Le tourisme est un moteur historique de vitalité économique, d’ouverture et de rayonnement international pour Genève. Le contexte de transition climatique, d’évolution des besoins des visiteurs, et les attentes des différentes parties prenantes à l’égard de la destination évoluent et doivent intégrer une responsabilité accrue. Le tourisme à Genève doit inscrire durablement son développement dans une trajectoire environnementale et sociale visible et cohérente, qui soit également source de dynamisme économique pour les acteurs du secteur.

Fort de cette conviction, la Fondation Genève Tourisme & Congrès s’est engagée depuis plusieurs années dans une démarche structurée de durabilité, récemment récompensée par

l’obtention de la certification Tour-Cert Destination. Cette reconnaissance indépendante ne constitue pas un aboutissement, mais s’inscrit dans une logique d’amélioration continue de notre démarche. Elle démontre notre volonté d’inscrire l’action de la Fondation dans un cadre exigeant et aligné sur les standards internationaux.

Au travers de la stratégie Durabilité 2026–2030, la Fondation affirme une vision claire : structurer et promouvoir un développement touristique responsable pour Genève, en collaboration avec l’ensemble des partenaires, représentant l’industrie du tourisme au sein de la destination. Elle incite les visiteurs à des pratiques responsables, au bénéfice de l’économie locale et de la qualité de vie.

Cette approche ambitieuse suppose une collaboration renforcée avec les autorités publiques et les partenaires institutionnels autour de leviers stratégiques tels que la formation, la préservation et la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel, ainsi que l’accessibilité des sites pour toutes et tous.

Pour créer des échanges constants, agir comme interlocuteur privilégié afin d’intégrer les besoins structurels essentiels au tourisme durable de demain.

Dans ses activités de promotion de la destination sur les marchés, Genève Tourisme & Congrès s’adresse à une diversité de publics cibles. Elle a pour mission de faire rayonner Genève en tant que destination de

tourisme de loisirs et d’affaires à la fois authentique et inspirante, tout en contribuant à prolonger la durée des séjours et à soutenir l’économie genevoise.

En tant qu’organisme de gestion de destination, notre rôle est également d’accompagner, mobiliser, et sensibiliser les acteurs du tourisme genevois et les visiteurs à la durabilité. Nous veillons à la cohérence des initiatives engagées et soutenons l’évolution progressive des pratiques du secteur vers des modèles plus durables.

À l’horizon 2030, nous concentrons notre action sur des engagements prioritaires et mesurables, à savoir :

- Informer et sensibiliser visiteurs et partenaires aux impacts du tou-

risme et promouvoir des solutions respectueuses de l’environnement et de l’humain ;

- Développer des projets transversaux pour favoriser l’allongement des séjours ;
- Soutenir et encourager l’adoption de standards reconnus, notamment via le programme Swisstainable, auprès des partenaires de la destination ;
- Réduire autant que possible les impacts opérationnels de notre organisation ;
- Intégrer la durabilité dans l’ensemble des décisions stratégiques de nos départements comme principe transversal.
- Ces engagements sont assortis d’objectifs et d’indicateurs suivis annuellement. Les résultats seront communiqués de manière transparente afin d’assurer l’amélioration continue de notre démarche et son adaptation aux évolutions rapides des enjeux climatiques et sociétaux.

Nous sommes convaincus qu’un tourisme piloté de manière responsable peut être un catalyseur de transformation positive. La compétitivité touristique de demain reposera sur la capacité des destinations à adresser les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux, en permettant une activité économique florissante. Nous prenons aujourd’hui l’engagement, avec l’ensemble des équipes de la Fondation, d’en assurer la mise en œuvre et le suivi dans la durée.

SOMMAIRE



4 GENÈVE TOURISME & CONGRÈS, UNE MISSION QUI TRACE LE CAP

5 TOURISME RESPONSABLE : ENTRE CONTRASTE ET URGENCE

- 5 CONSTAT
- 5 IMPACT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL
- 6 RÉALISATIONS MARQUANTES 2021-2025

7 ZOOM SUR LE CONTEXTE SECTORIEL ET TERRITORIAL

8 AVANT LA STRATÉGIE, UNE DÉMARCHE DE CO-CONSTRUCTION

- 8 UNE DÉMARCHE DE TERRAIN, UNE VISION PARTAGÉE
- 8 QUI A CONTRIBUÉ ET COMMENT ?
- 8 PRIORISER, ARBITRER, DÉCIDER

9 AGIR SUR CE QUI COMPTE : 3 LEVIERS D'IMPACT

- 10 LEVIER D'IMPACT 1 : LES SAVOIRS-FAIRE – ÉCONOMIE & PATRIMOINE
- 12 LEVIER D'IMPACT 2 : LE VIVANT – NATURE & CULTURE
- 14 LEVIER D'IMPACT 3 : LES CONNEXIONS – ACCESSIBILITÉ & COMMUNAUTÉS

17 GOUVERNANCE, FEUILLE DE ROUTE & SUIVI

18 L'IMPACT OPÉRATIONNEL DE L'ORGANISATION

Note rédactionnelle
Dans ce document, des formes épicènes sont privilégiées afin de garantir une représentation inclusive de toutes les identités de genre. Lorsque la forme masculine est employée pour des raisons de fluidité de lecture, elle s'entend comme englobant l'ensemble des genres.



GENÈVE TOURISME & CONGRÈS, UNE MISSION QUI TRACE LE CAP

Genève Tourisme & Congrès agit comme catalyseur d'un tourisme responsable qui contribue positivement à l'économie locale, œuvre à la préservation et à la mise en valeur des ressources naturelles et culturelles, favorise la compréhension et les échanges entre les publics.

Elle fédère les acteurs de la destination autour d'une vision commune, encourage des pratiques responsables et oriente les visiteurs vers des expériences authentiques et respectueuses, renforçant ainsi l'attractivité de Genève.



TOURISME RESPONSABLE ENTRE CONTRASTE ET URGENCE

Le tourisme responsable repose sur une conviction fondamentale : toute organisation touristique a le pouvoir et le devoir d'agir sur les conditions dans lesquelles le tourisme se déploie. Il ne s'agit pas d'une promesse d'impact nul, mais d'un engagement concret à reconnaître les effets de son activité et à en orienter le cours.

Être responsable, c'est s'engager vis-à-vis des visiteurs, des résidents, des partenaires et des générations futures, et inscrire cet engagement au cœur des décisions stratégiques. Genève Tourisme & Congrès a choisi de placer la responsabilité au cœur de sa stratégie 2026-2030, en préférant cette notion à celle de durabilité, un terme dont le sens, galvaudé à force d'usages multiples, peine aujourd'hui à traduire un engagement concret.



dans sa globalité, mais en transformer l'approche pour en maximiser les bénéfices tout en introduisant des mesures limitant les conséquences néfastes à court, moyen ou long terme.

IMPACT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

Genève entretient une relation historique avec le tourisme, étroitement liée à sa vocation internationale. Depuis l'implantation de la Société des Nations en 1919, puis de l'ONU en 1946, la présence de 42 agences des Nations Unies et de plus de 700 organisations non gouvernementales a donné naissance à un écosystème unique de visiteurs professionnels, de congrès et d'événements internationaux.

Les infrastructures, l'excellence du service hôtelier ainsi qu'un climat sécuritaire rassurant ont permis d'asseoir la réputation touristique de la ville, autant pour le tourisme d'affaires que de loisirs.

Aujourd'hui, le tourisme représente environ 2,1% du PIB cantonal² et plus de 15'065 emplois (équivalents plein temps, ETP³). En 2025, la destination a enregistré 3'851'477 nuitées hôtelières⁴ (+1,7% par rapport à 2024, +19% par rapport à 2018), confirmant une reprise dynamique, qui offre de réelles opportunités de transformation pour la destination. L'activité touristique à Genève profite à de nombreux acteurs économiques de manière indirecte. Lors d'événements tels que congrès ou salons professionnels, les services de professionnels du spectacle au niveau technique, artistique, des services traiteurs et décorations, sont sollicités.

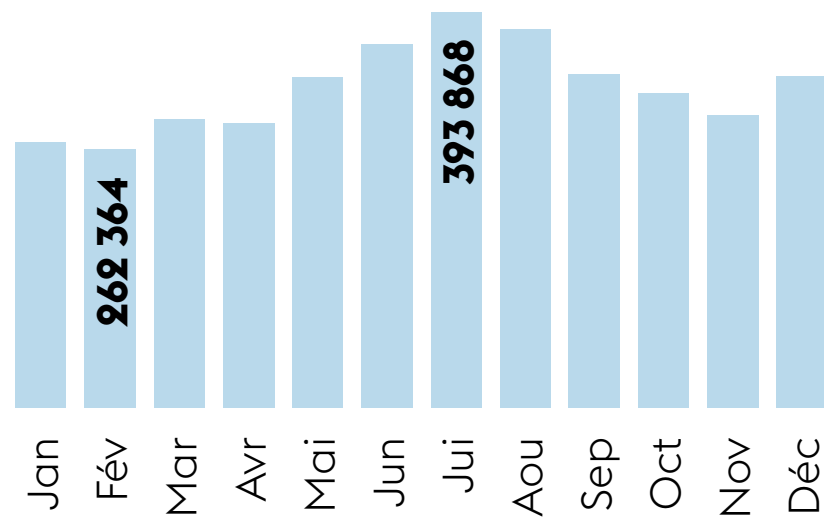
2025 EN CHIFFRES CLÉS

Répartition des nuitées par marchés en %¹



- 37% Pays lointains
- 36% Europe
- 27% Domestique

Évolution mensuelle des nuitées



3'851'477
Nuitées hôtelières

+1,7%
Croissance par rapport à 2024

15'065
Emplois (ETP)

2,1%
Part du PIB cantonal

1,9 jours
Durée de séjour moyen

CONSTAT

Le tourisme est une réalité par nature contrastée. Il crée de la richesse, favorise les échanges, soutient l'économie et valorise le patrimoine, mais il exerce aussi des pressions sur les ressources naturelles, l'espace public et le quotidien des résidents. Vecteur de rapprochement entre les cultures et de rayonnement sur la scène internationale, le tourisme génère des émissions de gaz à effet de serre et peut directement ou indirectement fragiliser les écosystèmes locaux.

C'est précisément cette tension entre externalités négatives et potentiel d'impacts positifs qui fonde la philosophie du tourisme responsable et de la présente stratégie. Il ne s'agit pas de remettre en question le tourisme

¹ Office fédéral de la statistique - Statistique de l'hébergement touristique (HESTA)

RÉALISATIONS
MARQUANTES 2021-2025

La stratégie 2021-2025 pour un tourisme durable à Genève a constitué le socle structurant d’une transformation significative de la destination. Articulée autour de cinq piliers - économie circulaire, économie post-carbone, initiatives locales, impact social et solidaire, et collaboration sectorielle - elle a engagé l’ensemble des acteurs touristiques dans une démarche de transition concrète et mesurable. Le bilan des initiatives menées au cours des cinq dernières années a permis non seulement d’évaluer les résultats, mais surtout de définir et ajuster les objectifs futurs, ainsi que d’élaborer une feuille de route tenant compte de l’expérience acquise.



Mobilisation et montée
en compétences des
partenaires

Ateliers thématiques

Un programme d’ateliers thématiques – achats responsables, alimentation durable et locale, mobilité en entreprise, communication & greenwashing, déchets, stratégie carbone – destinés à accompagner les acteurs dans la compréhension et appropriation des enjeux et pratiques durables.

Programme Swisstainable

Le déploiement du programme Swisstainable au sein de l’écosystème touristique, avec 96 partenaires engagés et référencés entre 2021 et 2025, témoignant d’une dynamique collective d’adhésion aux standards nationaux de durabilité.

Geneva Excellence Club

Le Geneva Excellence Club et son module de formation dédié au Tourisme Durable et à l’Accessibilité, offrant aux professionnels de l’accueil une opportunité d’améliorer leurs compétences en la matière.



Promotion et valorisation
des initiatives et
événements locaux
à dimension responsable

Contenus de communication

Intégration de la durabilité comme thématique dans nos contenus de communication, avec la promotion d’événements et d’initiatives locales durables visant à orienter les visiteurs vers des expériences alternatives et responsables.

Supports dédiés

Création de supports dédiés, notamment un flyer, visant à promouvoir une découverte de Genève de manière responsable et encourager des pratiques respectueuses de l’environnement.



Valorisation de la mobilité
durable intra-muros

Geneva Transport Card

La Geneva Transport Card offre un accès gratuit et illimité aux transports publics genevois à toute personne séjournant dans un hébergement partenaire agréé durant toute la durée de leur séjour, contribuant directement à la décarbonation des mobilités touristiques dans la destination.

Mesures de communication

Les mesures de communication visant à encourager les visiteurs à privilégier des modes de transport durables, à travers la mise en avant des transports publics, du vélo, des mouettes et des parcours pédestres.



Ancrage institutionnel et reconnaissance externe

Certification TourCert

L’obtention de la certification TourCert, attestant d’une gestion responsable de la destination selon des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance reconnus à l’international.

Swisstainable niveau III

L’adhésion au programme Swisstainable niveau III – *Leading* de Genève Tourisme & Congrès (entreprise), le niveau d’exigence le plus élevé du programme.



Intégration de la durabilité
dans l’offre touristique

Durabilité des produits phares

Un suivi régulier de la durabilité de nos produits phares, permettant leur adaptation et leur amélioration continue pour offrir une expérience plus authentique, accessible et responsable.



ZOOM SUR LE CONTEXTE SECTORIEL ET TERRITORIAL



Sur le plan institutionnel, Genève s’inscrit dans un environnement territorial actif, où les engagements pris aux niveaux communal, cantonal et fédéral influencent directement les conditions d’exercice d’un tourisme durable. La politique climatique cantonale fixe un objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre de 60% d’ici 2030; la Stratégie Biodiversité place la préservation des écosystèmes au cœur des décisions d’aménagement; le Plan Mobilité douce reconfigure progressivement les usages du territoire - autant de dynamiques en phase avec les ambitions de Genève Tourisme & Congrès.

Ces cadres institutionnels exercent par ailleurs une influence directe sur des enjeux prioritaires pour la destination. Les décisions politiques joueront un rôle central en vue de l’accélération de certains projets tels que notamment:

- la maîtrise de l’empreinte carbone liée aux mobilités touristiques de proximité via de nouvelles liaisons ferroviaires
- la politique de signalétique touristique aiguillant les flux et sensibilisant les visiteurs aux enjeux environnementaux
- l’introduction de nouvelles normes aux niveaux des infrastructures accueillant des personnes en situation de handicap permettant une transformation rapide et uniforme.

Au niveau sectoriel, Genève Tourisme & Congrès est membre du Global Destination Sustainability Index (GDS-Index) depuis 2016. Au sein du GDS-Index, Genève figure parmi les destinations européennes actives depuis plusieurs années œuvrant collectivement pour mesurer et amé-

liorer leurs pratiques durables. Cet engagement ininterrompu depuis 2016 atteste d’une démarche structurée et engagée sur le long terme.

En 2026, la Fondation a obtenu la certification TourCert (pour les destinations) renforçant ainsi la gouvernance et la transparence, tout en inscrivant l’organisation et la destination dans une démarche d’amélioration continue. Cette certification confère à la destination un avantage compétitif dans l’acquisition de congrès et événements internationaux. En effet, les grandes organisations professionnelles et associations scientifiques intègrent des critères de durabilité dans leurs appels d’offres, favorisant les destinations dotées d’un cadre de gouvernance reconnu. La certification TourCert renforce cette crédibilité. À l’échelle nationale, Genève s’inscrit aux côtés d’autres



agglomérations parmi les destinations suisses engagées dans des démarches de certification ou d’évaluation de leurs performances durables, confirmant la dynamique sectorielle positive à l’œuvre.

Comme par le passé, la conception de la stratégie s’appuie également sur:

- Les principes du développement durable de la loi sur le tourisme (LTour).
- Les Objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD).
- Les stratégies en matière de développement durable de la Suisse, du Canton et de la Ville de Genève.
- La stratégie Swisstainable 2030 de Suisse Tourisme.

La vulnérabilité aux crises exogènes telles que les variations du taux de change, le changement climatique et les cas de force majeure nécessite une stratégie de résilience intégrée. En effet, les crises successives de la dernière décennie ont mis en évidence la fragilité des modèles touristiques dépendants d’un segment ou d’une origine géographique uniques. C’est précisément l’un des enjeux auquel la stratégie 2026-2030 répond en visant à diversifier les publics cibles, à valoriser la demande sur les marchés de proximité et à ancrer l’offre dans les ressources et acteurs locaux.

Ces orientations permettent de construire à long terme, un tourisme capable d’absorber les chocs sans renoncer à ses ambitions de transition durable.



AVANT LA STRATÉGIE, UNE DÉMARCHE DE CO-CONSTRUCTION

1

Idéation

Séances internes STDD –
Comité de Direction,
Conseil de Durabilité

70+

pistes d'action identifiées

2

Co-construction

Sondage interne, atelier par-
ticipatif lors de la Journée du
Tourisme Genevois, sondage
grand public

+80

personnes sondés

3

Consolidation

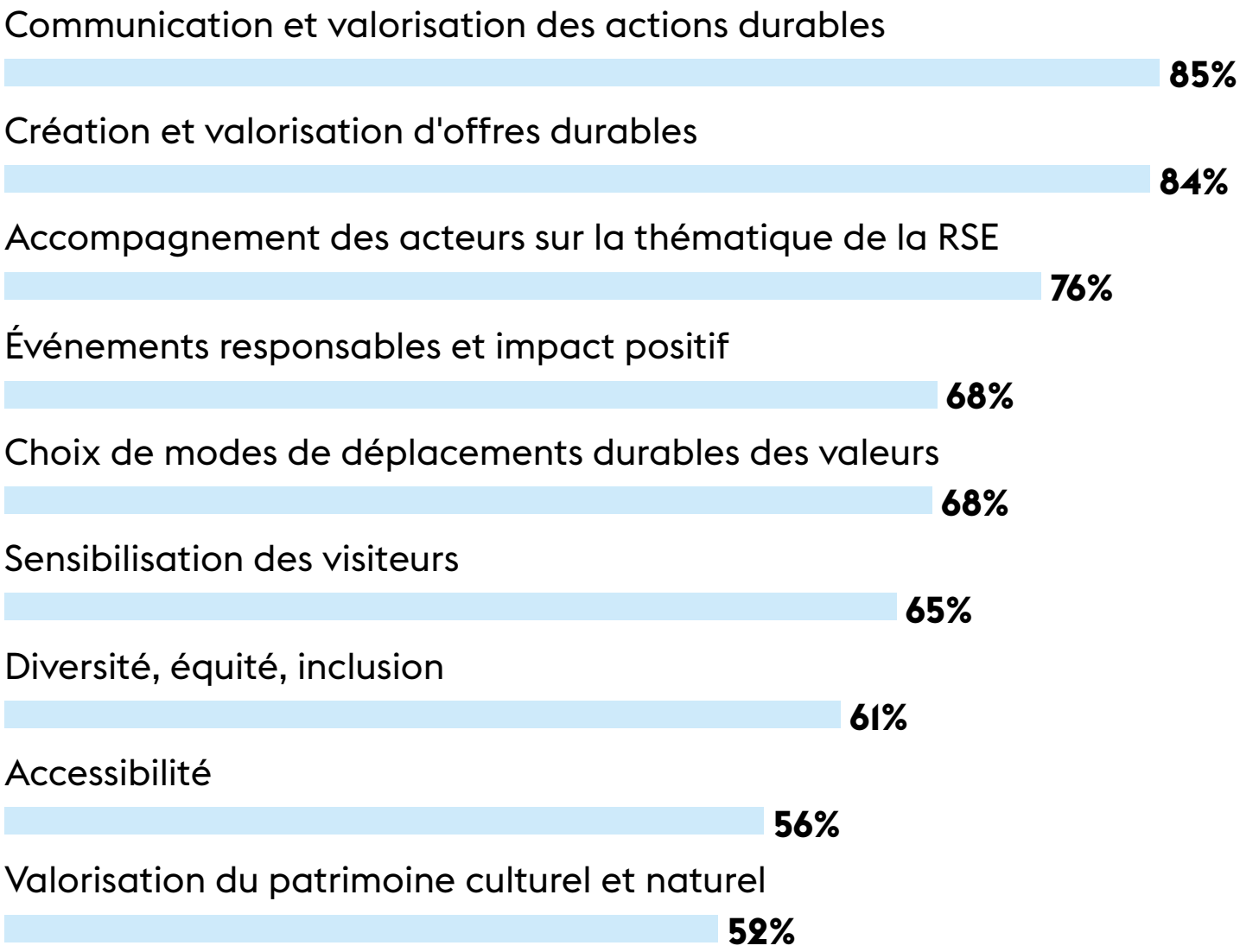
Consolidation interdéparte-
mentale, validation par les
instances de gouvernance

10+

réunions internes

SONDAGE PARTIES PRENANTES

Les parties prenantes ont été interrogées afin de hiérarchiser les différents domaines d'action en fonction de leur niveau de priorité et de leur potentiel d'impact sur l'avenir de la destination Genève.



UNE DÉMARCHE DE TERRAIN, UNE VISION PARTAGÉE

La stratégie 2026–2030 est le fruit d'un processus de co-construction ouvert et rigoureux, structuré en trois phases: idéation, co-construction et consolidation. Avant toute consultation externe, une phase d'analyse approfondie a posé les bases: évaluation des résultats de la stratégie 2021–2025, analyse comparative des pratiques des destinations européennes avancées, mise en cohérence avec les exigences TourCert et GDS-Index et alignement avec les ODD. Cette étape a permis d'identifier les lacunes, les forces et les leviers prioritaires.

QUI A CONTRIBUÉ ET COMMENT?

Quatre typologies d'acteurs ont été mobilisées:

Instances de pilotage

Équipe interne Stratégie Développement Durable (STDD), Conseil de Durabilité, Comité de Direction: pour fixer le cap, valider les priorités et assurer la cohérence stratégique.

Professionnels du tourisme

Hébergement, restauration, culture, prestataires d'activités, organisateurs de congrès et d'événements: pour identifier des leviers concrets et com-

muns correspondant aux problématiques identifiées.

Acteurs institutionnels et associatifs

Représentants du Canton et de la Ville et associations sectorielles: pour ancrer la stratégie dans les dynamiques locales et réglementaires.

Résidents genevois

Consultés via un sondage de matérialité: pour comprendre leurs attentes et leur rapport au tourisme local afin de les intégrer aux priorités de la destination.

Les contributions ont été recueillies sous différents formats: ateliers collaboratifs lors de la Journée du Tourisme, entretiens individuels, réunions en visioconférence et sondage en ligne. Les retours de ces phases d'idéation et de co-construction ont directement permis d'établir les enjeux prioritaires et d'enrichir le plan d'action.

Résultat

Plus de 70 pistes d'action pré-identifiées.

PRIORISER, ARBITRER, DÉCIDER

Les contributions recueillies ont fait l'objet d'une phase de consolidation interne rigoureuse. Chaque département a été impliqué dans la priorisation des mesures relevant de son périmètre. Deux critères ont guidé les arbitrages: l'impact durabilité potentiel, et la faisabilité opérationnelle dans le contexte de la Fondation.

Résultat

Trois leviers d'impact, dix sous-objectifs, vingt-neuf mesures concrètes. La stratégie a été validée par l'ensemble des instances de gouvernance avant son lancement officiel.



AGIR SUR CE QUI COMPTE

3 LEVIERS D'IMPACT

La co-construction l'a confirmé : le tourisme à Genève génère des impacts économiques, culturels et environnementaux, à la fois positifs et négatifs. L'enjeu n'est pas de les ignorer mais d'agir sur les leviers à fort impact, en collaboration avec tous les partenaires dans une approche à la fois ambitieuse et réaliste.

Trois leviers ont émergé comme étant prioritaires pour 2026–2030. Ceux-ci correspondent aux enjeux les plus urgents identifiés lors de la co-construction, aux attentes des acteurs de la destination, et au rôle concret que Genève Tourisme & Congrès peut jouer en tant qu'organisation fédératrice.



Offrir et promouvoir des expériences qui donnent envie de prolonger son séjour

Itinéraires terroir, culture vivante, patrimoine naturel : le rôle de Genève Tourisme & Congrès est de convaincre les visiteurs de prolonger leur séjour afin de réduire l'empreinte carbone par visiteur, tout en augmentant les retombées économiques au niveau local.



Faciliter les choix vertueux

Les visiteurs souhaitent souvent bien faire, sans toujours savoir comment. À travers ses applications, ses contenus et ses filtres durables, la Fondation a pour rôle d'améliorer la visibilité et la lisibilité de l'offre, afin de faciliter les choix des visiteurs et de leur permettre une prise de décision éclairée.



Soutenir et faciliter la transition RSE des acteurs touristiques

Hôtels, restaurants, acteurs culturels, prestataires d'activités, organisateurs d'événements : tous ne peuvent pas seuls transformer leur pratiques. Notre rôle est de les accompagner, de les former et de leur transmettre les outils nécessaires, mais également de valoriser leurs efforts auprès des visiteurs.



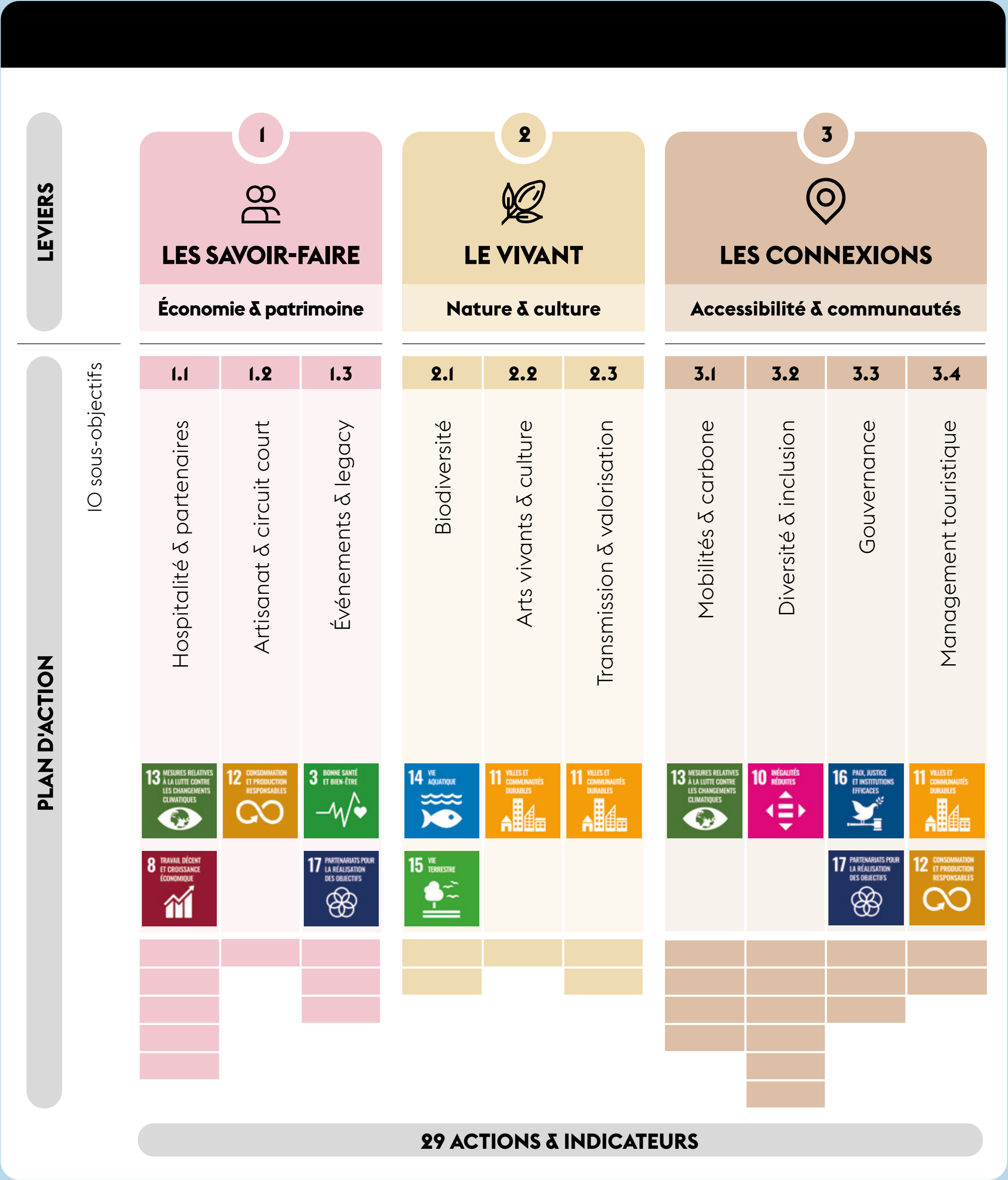
Jouer un rôle fédérateur sur les sujets communs

Telle que l'accessibilité universelle, la biodiversité et les événements responsables. Genève Tourisme & Congrès coordonne et amplifie les initiatives afin de favoriser une approche collective et cohérente et d'éviter les démarches en silo.



Sensibiliser et mobiliser partenaires et visiteurs

La transition durable ne se fera pas sans engagement collectif. Genève Tourisme & Congrès intègre une dimension pédagogique à chacune de ses actions de communication, afin d'encourager des comportements responsables et de faire de chaque interaction un levier de prise de conscience.



18

LES SAVOIR-FAIRE
ÉCONOMIE & PATRIMOINE



Objectif général

Faire du tourisme un catalyseur de la transition durable en soutenant l'économie locale dans l'intégration de standards environnementaux et sociaux et en valorisant les savoir-faire qui font l'identité genevoise.

À l'échelle de sa région compacte, Genève concentre une richesse unique: une hôtellerie réputée, des terroirs vivants entre lac et campagne, une créativité et une capacité d'innovation reconnues dans de nombreux secteurs d'activité ainsi qu'un rayonnement international porté par ses organisations, ses congrès et ses événements.

1.1

Hospitalité & partenaires

Positionner Genève comme un hub régional et international de l'hospitalité durable, en engageant les partenaires locaux dans l'intégration de standards environnementaux et sociaux reconnus.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
1.1.1 Structurer et déployer un dispositif d'accompagnement des acteurs touristiques.	Structurer et déployer des outils de sensibilisation sur différents thèmes - en lien avec un calendrier thématique annuel - afin de synchroniser les efforts de sensibilisation avec l'agenda des grands événements hôtes et les priorités des autorités publiques.	Chaque année, dès 2026, Genève Tourisme & Congrès s'engage à proposer au minimum 12 heures de formation aux acteurs du tourisme sur un ou plusieurs thèmes en lien avec la durabilité dans la destination.
	Accompagner et renforcer les compétences des acteurs touristiques en matière de RSE afin de former concrètement les acteurs sur des sujets prioritaires.	
	Déployer et structurer l'engagement Swisstainable de la destination afin d'encourager la progression des certifications et permettre à la destination de satisfaire progressivement les critères du programme Swisstainable Destination.	D'ici 2028, la destination adhère au programme Swisstainable Destination, niveau III – Leading.
1.1.2 Valoriser les partenaires engagés sur les plateformes digitales et physiques de Genève Tourisme & Congrès.	Faciliter l'accès des visiteurs aux partenaires engagés afin de mettre en avant l'adhésion au programme Swisstainable lors des recherches sur le site geneve.com et dans la nouvelle application de la destination.	D'ici 2027, 100% des annuaires établissements sur les supports digitaux offrent minimum 2 filtres durables.
	Promouvoir les partenaires engagés afin d'augmenter leur visibilité sur les plateformes de Genève Tourisme & Congrès et de renforcer leur attractivité auprès des visiteurs.	

1.2

Artisanat & circuit court

Promouvoir la diversité régionale – viticulture, maraîchage, pêche, horlogerie, mode, design – et le patrimoine urbain comme piliers de l’offre touristique durable, en reliant production locale et consommation responsable.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
1.2.1 Structurer des parcours de découverte mettant en valeur les terroirs, les savoir-faire et le patrimoine urbain.	Créer des contenus et itinéraires valorisant les terroirs, l’artisanat, les produits locaux et le patrimoine urbain afin de développer des visites immersives, de mieux répartir les flux de visiteurs sur le territoire et de renforcer l’ancrage économique local.	Dès 2027, 3 nouveaux contenus digitaux – éditorial ou itinéraire – par an sont diffusés à destination des visiteurs.



1.3

Event & legacy

Consolider la position de Genève comme lieu de rencontres responsables, en intégrant des standards de durabilité dans les congrès, forums et événements, et en impliquant les parties prenantes dans la création d’un impact positif pour la destination.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
1.3.1 Promouvoir l’adoption du Bleisure* auprès des organisateurs d’événements.	Encourager le Bleisure pour prolonger les séjours afin de maximiser l’impact économique des événements en transformant les voyageurs d’affaires en visiteurs de loisirs, et de réduire les émissions par nuitée liés aux vols long-courriers.	D’ici à 2029, 80 % des organisateurs d’événements reçoivent une offre visant à encourager la prolongation de la durée de séjour des participants aux événements.
1.3.2 Développer un programme « Legacy** » pour maximiser l’impact positif des événements.	Accompagner les congrès dans la mise en place d’actions Legacy à impact local afin d’associer certains événements à une initiative positive et durable pour le territoire et ses habitants.	Dès 2027, Genève Tourisme & Congrès soutient la mise en place d’au minimum un événement Legacy par an, visant à associer des congrès à des actions bénéfiques pour la destination ainsi que pour ses habitants.
1.3.3 Intégrer des standards de durabilité dans l’organisation des événements.	Promouvoir les bonnes pratiques durables dans l’organisation des événements afin d’accroître la notoriété de Genève comme destination MICE responsable.	Dès 2027, les bonnes pratiques événementielles sont mises en avant sur différents supports de communication.

* **Bleisure**
Contraction des termes « Business » (affaires) et « Leisure » (loisir).

** **Legacy ou héritage**
Désigne l’ensemble des impacts positifs à court, moyen et long terme laissés dans une destination pendant et après la tenue d’un événement.



LE VIVANT
NATURE & CULTURE



Objectif général

Faire de la biodiversité genevoise et du patrimoine culturel vivant deux éléments centraux pour des expériences touristiques. Genève Tourisme & Congrès agit comme vecteur de sensibilisation des visiteurs à la nature et à la culture, et de renforcement des compétences des acteurs touristiques dans la transmission des richesses naturelles et culturelles du territoire.

La biodiversité et le patrimoine culturel vivant présentent un potentiel sous-exploité d'expériences touristiques. Préserver les écosystèmes, transmettre les traditions vivantes et accompagner la transition écologique des acteurs culturels participent à renforcer la résilience du territoire et à créer un tourisme valorisant les richesses naturelles et culturelles, tout en favorisant la fierté locale et l'engagement collectif.

2.1

Biodiversité

Préserver et valoriser la biodiversité genevoise (lac, campagne, parcs) en renforçant les actions de protection et de sensibilisation.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
2.1.1 Identifier les sites naturels sensibles fréquemment visités par les touristes et déployer des actions de sensibilisation adaptées.	Suivi et sensibilisation autour des sites naturels sensibles Identifier les autorités et sites sensibles, puis participer/relayer les actions de sensibilisation adaptées aux visiteurs mises en place par les autorités compétentes.	D'ici 2028, un dialogue régulier est mis en place avec les autorités pour suivre l'impact du tourisme sur les écosystèmes locaux et un plan d'action est développé en fonction des besoins identifiés.
2.1.2 Développer des solutions ou du matériel pour renforcer la sensibilisation des visiteurs à la biodiversité locale. La Fondation agit comme facilitateur et amplificateur, en rendant visibles les initiatives existantes.	Valoriser les actions en faveur de la biodiversité Recenser les actions biodiversité du canton et les valoriser auprès des visiteurs et partenaires.	

2.2

Arts vivants & culture

Mettre en valeur la richesse culturelle comme un des axes de la communication touristique, afin d'enrichir les parcours visiteurs.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
2.2.1 Structurer et déployer des récits valorisant la culture et les arts vivants (tradition, métiers d'art, gastronomie).	Faciliter l'accessibilité des visiteurs aux informations, activités et offres culturelles Répertorier les éléments culturels et immatériels du territoire afin de constituer une base de sources et références.	D'ici 2028, les offres culturelles et immatérielles sont mises en avant dans les supports de communication de Genève Tourisme & Congrès.

2.3

Transmission & valorisation

Fournir aux acteurs touristiques les outils nécessaires afin qu’ils deviennent des relais informés en intégrant les enjeux de biodiversité et de patrimoine culturel dans leurs pratiques professionnelles.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
2.3.1 Développer des outils pédagogiques structurés permettant aux professionnels du tourisme de s'approprier les thématiques Nature et Culture afin de les transmettre de manière pertinente aux visiteurs.	Proposer des outils pour valoriser la biodiversité et la culture aux prescripteurs internes Fournir aux prescripteurs une boîte à outils de référence valorisant la nature (incl. biodiversité) et la culture.	D'ici 2028, une boîte à outils « Nature & Biodiversité » et un toolkit « Culture et les Arts Vivants » sont développés. Son contenu sert de référence pour augmenter la visibilité et la compréhension des enjeux de la thématique auprès des visiteurs et des partenaires.
	Formation et partage de connaissances pour valoriser les thèmes Nature et Culture Structurer un dispositif de formation et de partage de connaissances à destination des équipes d'accueil, guides et professionnels du tourisme, en leur fournissant des outils pour intégrer et valoriser les enjeux de biodiversité et de patrimoine culturel auprès des visiteurs.	





LES CONNEXIONS ACCESSIBILITÉ & COMMUNAUTÉS



Objectif général

Valoriser la connectivité unique de Genève – territoriale, internationale et humaine – afin de renforcer son rôle de destination inclusive et bas-carbone, tout en favorisant une circulation équilibrée des visiteurs et des pratiques d'accueil exemplaires pour tous les publics.

Se connecter, c'est à la fois relier des lieux et des individus. D'un côté, Genève renforce son rôle de destination bas-carbone en s'appuyant sur une mobilité douce intra-muros et une accessibilité ferroviaire mise en avant. De l'autre, la destination cultive l'inclusion et la diversité en favorisant des échanges authentiques entre visiteurs, résidents et institutions. Ce double mouvement, à la fois territorial et humain, transforme chaque connexion en levier d'impact mesurable. Ainsi, Genève construit un tourisme responsable pensé comme un bien commun, au service de toutes et tous.

3.1

Mobilités & carbone

Positionner Genève comme une destination accessible et connectée, privilégiant les mobilités douces et les transports publics, et favorisant une gestion équilibrée des flux touristiques.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
3.1.1 Promouvoir des modes de déplacement à faible impact carbone en encourageant les visiteurs des marchés de proximité à privilégier le train pour rejoindre Genève et en facilitant les déplacements à pied, à vélo et en transports publics au sein de la destination.	Orientation et valorisation des itinéraires en mobilité douce Promouvoir la mobilité douce et des parcours thématiques reliant quartiers, lieux culturels et espaces verts.	D'ici à 2028, 100% des itinéraires urbains proposés dans l'application «Hello Geneva» intègre des options de mobilité douce.
	Développer des actions de promotion « Smart Travel » (Voyagez en train) Promouvoir les mobilités bas-carbone depuis les marchés de proximité afin de positionner Genève comme une destination facilement accessible en train et en transports durables.	D'ici à 2028, 100% des actions de promotion à destination de la clientèle de loisirs en provenance de pays limitrophes mettent en avant l'accessibilité ferroviaire.
3.1.2 Encourager une fréquentation plus équilibrée du tourisme de loisirs tout au long de l'année en valorisant Genève comme une destination attractive hors haute saison.	Déployer un produit/action de promotion « Off season » (janvier-mars) Déployer des campagnes ciblées sur la période janvier-mars en valorisant les événements culturels, les expériences locales et les offres saisonnières. Développer en parallèle, avec les partenaires, des offres spécifiques hors saison.	D'ici à 2028, le nombre d'événements corporate pendant la basse saison (janvier – mars) augmente de 30% par rapport à 2025.
3.1.3 Encourager l'allongement de la durée des séjours afin de réduire l'empreinte carbone par visiteur et favoriser une découverte plus approfondie de Genève et de sa région.	Développer un produit et une communication « Stay Longer » pour une clientèle Loisirs Promouvoir des offres et expériences incitant les visiteurs à prolonger leur séjour et à découvrir la destination sur plusieurs jours.	D'ici à 2029, la durée de séjour moyenne atteint 2 jours.

3.2

Diversité & inclusion

Renforcer l’inclusivité de la destination Genève, en garantissant un accueil respectueux de toutes les diversités (culturelles, sociales, de genre, d’orientation et de capacité).

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
3.2.1 Assurer une accessibilité universelle et un accueil adapté.	Formation à l'accueil inclusif & promotion du programme OK: GO Former les prestataires à l'accueil des personnes en situation de handicap et étendre l’adoption du label OK: GO.	D'ici 2028, augmenter de 50% le nombre d'établissement adhérant au programme OK: GO.
	Tester et adapter les itinéraires pour les visiteurs à besoins spécifiques Lancer un programme de testeurs pour auditer et améliorer en continu l’expérience visiteur.	Dès 2027, mener une campagne de test auprès d’une sélection d’établissements.
	Renforcer les outils en lien avec l’accessibilité des personnes en situation de handicap À destination des acteurs touristiques en charge de l’accueil et des voyageurs avec des besoins spécifiques.	D'ici 2027, fournir un guide aux partenaires pour garantir la qualité d’accueil des personnes en situation de handicap.
3.2.2 Promouvoir l’égalité de genre et la diversité dans le secteur touristique.	Formation inclusion et diversité Offrir des formations sur l’inclusion et la lutte contre les discriminations pour les employés du secteur (hôtels, restaurants, événements, transport).	D'ici 2029, proposer une formation dédiée.
	Promouvoir la diversité et l’inclusion dans les communications et visuels Assurer une représentation diverse et inclusive dans l'ensemble des campagnes de communication et marketing.	Dès 2028, 70% des campagnes produites chaque année respectent les critères de la charte interne DEI.
	Outils de communication pour valoriser l’inclusivité Étudier et analyser les possibilités de déploiement d’outils de communication dédiés, valorisant l’inclusivité de la destination et facilitant l’accès à une information claire pour l'ensemble des visiteurs.	D'ici 2029, création d’un support d’information pour valoriser l’inclusivité dans la destination.

3.3

Gouvernance

Consolider une gouvernance participative et inclusive du tourisme à Genève, en renforçant les liens entre les différentes parties prenantes (résidents, visiteurs, institutions publiques, associations et acteurs économiques), et en s’alignant sur les engagements internationaux de durabilité.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
3.3.1 Renforcer le dialogue structuré avec les parties prenantes en développant un calendrier annuel et des outils adaptés à différents niveaux d’engagement.	Dialogue avec les Parties Prenantes Répertorier les interactions avec les PP (en ligne ou présentiel) garantissant des espaces collaboratifs.	Chaque année, une synthèse des interactions avec les parties prenantes est mise à jour et ce afin d'assurer une qualité de dialogue adaptée à chaque typologie de partie prenante.
	Renforcer l’usage de l’extranet / durabilité Étendre l'utilisation de l’extranet pour pousser du contenu sur la durabilité (ressources, informations, outils, etc.).	
3.3.2 Rassembler les acteurs de l’hospitalité durable – y compris des profils encore peu représentés – dans une gouvernance mêlant vision stratégique et action opérationnelle.	Revoir l’organisation et la structure du Conseil de Durabilité Créer des groupes de travail thématiques pour traduire la stratégie en actions concrètes, mises en œuvre de façon collective, pragmatique et adaptée aux ressources disponibles.	

3.4

Management touristique

Déployer un management touristique responsable en combinant l’engagement actif des visiteurs grâce à des outils numériques incitant aux choix durables, et l’exemplarité des accueils prescripteurs (media trips, FAM trips) à faible empreinte environnementale.

MESURE	ACTION	KPI PRINCIPAL
3.4.1 Via l'application, personnaliser l'expérience visiteur et promouvoir les établissements engagés ainsi que les actualités sur la biodiversité et la culture.	Faciliter l'accès à une offre touristique plus durable via la technologie (app de Genève Tourisme & Congrès) Guider les visiteurs vers des expériences et des itinéraires responsables via l'application de Genève Tourisme & Congrès.	D'ici à 2030, rendre l'offre touristique durable visible, exploitable et recommandable par les systèmes d'IA de l'écosystème de Genève Tourisme & Congrès.
3.4.2 Mettre en place un dispositif interne intégré encadrant la conception des media trips et FAM trips et assurer un suivi annuel des performances.	Optimiser le dispositif d'accueil Media Trips/Fam trips pour réduire les impacts Mettre à jour et élargir la charte existante en y intégrant des critères et objectifs mesurables, et identifier des leviers d'action complémentaires pour renforcer la durabilité des accueils prescripteurs.	D'ici à 2027, la charte est mise à jour et appliquée par tous. Des indicateurs de suivi sont identifiés et suivi dès 2027.





GOVERNANCE, FEUILLE DE ROUTE & SUIVI

Une stratégie s’évalue à sa mise en œuvre et ses résultats. Pour sa feuille de route 2026–2030, Genève Tourisme & Congrès s’est doté d’une gouvernance claire, d’indicateurs robustes et d’un calendrier défini.

UNE GOUVERNANCE À DEUX NIVEAUX

- L’équipe STR (Stratégie tourisme responsable), rattachée à la direction, coordonne l’ensemble au quotidien.
- Le Conseil de Durabilité constitue l’instance de pilotage stratégique. Sa composition intègre des profils diversifiés : hébergement, restauration, culture, monde associatif et autorités publiques. Il se réunit deux fois par an pour valider les orientations et évaluer les avancées dans la stratégie.

BUDGET DÉDIÉ & FINANCEMENT

La Fondation dispose d’un budget annuel dédié à la mise en œuvre de sa nouvelle stratégie. Certaines actions sont directement intégrées au sein des départements concernés ; dans ces cas, les budgets de fonctionnement et de financement correspondants sont inclus dans les enveloppes propres à chaque département. Cette approche favorise une meilleure appropriation de la stratégie par l’ensemble des équipes et renforce leur implication dans sa mise en œuvre.

MESURER POUR PROGRESSER

La performance est évaluée sur la base d’objectifs SMART définis sur deux à trois ans, déclinés en indicateurs clés par action. Un suivi annuel en paliers permet d’ajuster le cap si nécessaire, sans attendre la fin du cycle. Un rapport de durabilité est publié chaque année pour garantir la transparence des avancées auprès des partenaires et du grand public. Le rapport est disponible sur [geneve.com](https://www.geneve.com).



Feuille de route 2026-2030

2026

Lancement de la stratégie, définition des années de référence, des indicateurs de performance et d’une base de référence, premier bilan interne d’étape en fin d’année.

2027

Ajustements opérationnels fondés sur les résultats observés.

2028

Révision structurée à mi-parcours, intégration des enseignements accumulés, mise à jour du plan d’action pour 2029–2030.

2029–2030

Phase d’approfondissement et de consolidation, préparation de la prochaine stratégie.



L'IMPACT OPÉRATIONNEL DE L'ORGANISATION

La destination, c'est aussi Genève Tourisme & Congrès elle-même. Une organisation de 64 collaborateurs, avec ses propres empreintes carbone, sociale et numérique. Reconnaître cet impact est essentiel à sa crédibilité.

Dans le cadre de sa stratégie globale, Genève Tourisme & Congrès s'engage à renforcer sa Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE). Cet engagement se matérialise par une série d'initiatives visant à réduire son empreinte environnementale et à intégrer des pratiques durables dans ses opérations.

Depuis plusieurs années, Genève Tourisme & Congrès met en œuvre des actions concrètes pour limiter son impact. En 2024, un premier bilan carbone a été réalisé, fournis-

sant une référence essentielle pour orienter nos efforts futurs. L'organisation se concentre sur des enjeux clés comme la mobilité, la gestion des déchets, les achats, le numérique, les événements responsables, ainsi que le bien-être au travail, la gouvernance et l'amélioration continue.

Les initiatives RSE de la Fondation sont soutenues par la Green Team, un collectif de collaborateurs et collaboratrices engagés qui, chaque mois, organisent une action de sensibilisation sur des thématiques diverses: bénévolat, santé, sport, nutrition, collecte solidaire et préservation de la biodiversité. Ainsi, Genève Tourisme & Congrès réaffirme son engagement à promouvoir un développement durable et responsable, tant au niveau de ses opérations internes qu'à travers ses actions extérieures.



REMERCIEMENTS

La Fondation Genève Tourisme & Congrès tient à adresser ses vifs remerciements à tous les membres du Conseil de durabilité et à toutes les personnes, entreprises et organisations qui ont contribué à l'élaboration de cette stratégie.

Elle remercie également Mon entreprise durable par Coptain pour son accompagnement dans l'élaboration de la stratégie, ainsi que pour son soutien tout au long du processus.

Sources

- 1 Office fédéral de la statistique - Statistique de l'hébergement touristique (HESTA).
- 2 Office cantonal de la statistique (OCSTAT), Office fédéral de la statistique (OFS), Compte satellite du tourisme, canton de Genève. Berne: OFS, 2022. Part du tourisme dans le PIB cantonal: 2,1% du PIB brut.
- 3 Office cantonal de la statistique (OCSTAT), Office fédéral de la statistique (OFS), Compte satellite du tourisme, canton de Genève. Berne: OFS, 2022. Total des emplois liés au tourisme: 15 065 EPT (dont 12 654 EPT dans les produits touristiques).
- 4 Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGTC), Office fédéral de la statistique (OFS - HESTA), Statistiques de l'hébergement touristique, canton de Genève - Bilan annuel 2025, Genève: FGTC, 2026. Total nuitées hôtelières: 3 851 477 (+1,7% vs 2024; +19% vs 2018).

Crédits

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

Mise en page: Aurélien Barrelet