

# **Rapport sur le développement durable - 2025**

## Empreinte

Nom du lieu : Fondation Genève Tourisme & Congrès

Rue: Place de Cornavin 7

Code postal, ville : 1201 Genève

Téléphone : +41 22 909 70 70

E-mail : [info@geneve.com](mailto:info@geneve.com)

Site internet : <https://www.geneve.com/fr>

Chargé de la durabilité : Laura Alonso Huarte

Téléphone : +41 22 909 70 47

E-Mail : [laura.alonso@geneve.com](mailto:laura.alonso@geneve.com)

L'année de collecte des données est 2024

## Table des matières

1. Gestion : stratégie et planification.....	6
1.1 Décision politique.....	6
1.2 Stratégie touristique .....	6
1.3 Conseil de la durabilité.....	8
1.4 Durabilité de la structure de gestion de la destination .....	8
1.5 Énoncé de mission de l'entreprise axé sur la durabilité.....	10
1.6 Responsable du développement durable.....	10
1.7 Entreprises partenaires .....	11
1.8 Dialogue avec les parties prenantes .....	11
1.9 Communication sur le développement durable .....	12
1.10 Rapport sur le développement durable .....	13
1.11 Conformité légale.....	13
1.12 Conditions-cadres pour l'aménagement d'un site .....	13
1.13 Gestion de l'amélioration.....	13
2. Management : Conception d'offres durables .....	14
2.1 Satisfaction et retour d'information des clients.....	14
2.2 Conscience de la qualité et innovation .....	14
2.3 Informations sur les clients .....	14
2.4 Matériel promotionnel et d'information .....	16
2.5 Explication des sites .....	16
2.6 Accessibilité.....	16
2.7 Éléments constitutifs des produits durables.....	17
3. Économie : Sécurité économique .....	19
3.1 Stabilité économique .....	19
3.2 Saisonnalité et stabilité économique .....	20
3.3 Satisfaction à l'égard de l'OGD.....	21
4. Économie : Prospérité locale.....	22
4.1 Cycles économiques régionaux .....	22
4.2 Approvisionnement écoéquitable.....	22
4.3 Quantité et qualité de l'emploi .....	22
5. Environnement : protection de la nature et du paysage .....	23
5.1 Effets sur la nature et l'environnement .....	23
5.2 Coopération avec les acteurs de la conservation de la nature .....	23
5.3 Conservation de la biodiversité.....	23
5.4 Interaction avec les animaux sauvages .....	23
5.5 Paysage typique et paysage urbain.....	23
5.6 Gestion des visiteurs coordonnée à l'échelle régionale.....	23
5.7 Zones proches de la nature et installation extérieure .....	24

5.8 Exploitation des espèces et bien-être animal .....	24
6. Environnement : Gestion des ressources.....	25
6.1 Champs d'action du changement climatique.....	25
6.2 Adaptation aux changements climatiques.....	25
6.3 Concepts de mobilité respectueux de l'environnement .....	25
6.4 Arrivée et départ respectueux de l'environnement.....	25
6.5 Mobilité respectueuse de l'environnement sur site .....	25
6.6 Protection du climat et de l'environnement dans les entreprises .....	26
6.7 Consommation d'eau et risque hydrique.....	26
6.8 Qualité de l'eau .....	26
6.9 Eaux usées.....	26
6.10 Pollution lumineuse et sonore .....	26
6.11 Efficacité énergétique .....	27
6.12 Déchets .....	27
6.13 Papier .....	28
6.14 Comportement des employés respectueux de l'environnement .....	28
7. Questions sociales : culture et identité.....	29
7.1 Protection et préservation des biens culturels .....	29
7.2 Artefacts culturels .....	29
7.3 Propriété intellectuelle .....	29
7.4 Identité culturelle.....	29
7.5 Accès aux sites naturels et culturels .....	29
8. Questions sociales : bien commun et qualité de vie .....	30
8.1 Droits de l'homme.....	30
8.2 Gestion des risques .....	30
8.3 Qualité de l'emploi et conditions de travail favorables à la famille .....	31
8.4 L'acceptation du tourisme par la population locale.....	31
8.5 Bénévolat et engagement citoyen .....	31
8.6 Conditions de travail au sein de l'OGD.....	31
8.7 Satisfaction des employés à l'égard de l'OGD .....	32
8.8 Tolérance et inclusion .....	32
8.9 Formation sur la durabilité.....	32
9. Conclusion .....	33

## Introduction

La Fondation Genève Tourisme & Congrès souhaite s'engager dans une démarche de certification pour la destination auprès de TourCert afin de structurer et renforcer son engagement en matière de durabilité. Cette initiative s'inscrit dans une vision du tourisme comme un levier positif pour le territoire : un outil au service de la valorisation du patrimoine culturel et naturel, du développement économique local, de la préservation de l'environnement et du bien-être des résidents et des touristes.

Consciente de ses responsabilités dans un contexte mondial marqué par l'urgence climatique, la perte de biodiversité et les inégalités croissantes, Genève Tourisme & Congrès inscrit son action dans une logique d'amélioration continue, en cohérence avec les objectifs de développement durable (ODD) de l'Agenda 2030 et les principes internationaux du tourisme responsable.

Dans cette perspective, la certification TourCert constituerait une étape structurante qui renforcerait l'adhésion au programme Swisustainable Destination afin de consolider la reconnaissance nationale de son engagement. Cette démarche représente une opportunité stratégique pour structurer la gouvernance de la durabilité à l'échelle de la destination, renforcer la collaboration avec les parties prenantes locales et garantir une transparence accrue auprès des visiteurs, des partenaires et de la population. Afin d'améliorer la lisibilité du présent document, la Fondation Genève Tourisme & Congrès sera désignée ci-après par les appellations simplifiées « Genève Tourisme », « FGT&C » ou « La Fondation ».

## Présentation de la destination

Le canton de Genève est l'un des 26 cantons de la Suisse. Son chef-lieu est Genève. Située à l'extrême ouest de la Suisse, au bord du lac Léman et au pied des Alpes, Genève est une ville internationale au rayonnement mondial. Siège européen de l'ONU et de nombreuses organisations internationales, elle se distingue par sa diversité culturelle, son engagement pour la paix et sa tradition d'accueil.

À la fois cosmopolite et ancrée dans son territoire, Genève allie un patrimoine historique riche, une vie culturelle dynamique et une nature omniprésente. Entre lac, montagnes et parcs urbains, elle offre un cadre de vie exceptionnel, propice au tourisme durable et à la découverte responsable.

Ville de savoir, d'innovation et de dialogue, Genève incarne une destination urbaine tournée vers l'avenir, alliant qualité de vie, durabilité et ouverture sur le monde.

# 1. Gestion : stratégie et planification

## 1.1 Décision politique

Le canton de Genève mène une politique de développement durable qui se déploie dans l'ensemble de l'action publique. Le Concept cantonal du développement durable 2030 (ci-après « Le Concept ») est le document stratégique qui définit les lignes directrices et les axes stratégiques du canton en matière de développement durable à l'horizon 2030.

Il offre une vision d'ensemble de l'intégration du développement durable au sein de l'État, il permet de renforcer la convergence des politiques publiques vers un développement durable et il concerne tous les domaines de l'action publique.

Il s'articule autour de 8 champs d'action représentant les thèmes clés du développement durable :

- Modes de production et de consommation
- Système économique et financier
- Développement territorial
- Formation et innovation
- Changement climatique
- Cohésion sociale
- Ressources naturelles
- Santé de la population

Quatre autres volets sont également pris en compte :

- Collaboration avec les communes
- Grand Genève
- Solidarité internationale
- Gouvernance

Élaboré conformément à la loi sur l'action publique en vue d'un développement durable (Agenda 21), il est complété par un plan d'action quinquennal (Plan d'action développement durable 2019-2023).

Le Conseil d'État a adopté le nouveau plan d'action 2025-2030 du plan climat cantonal (PCC). Ce volet opérationnel de la politique climatique du canton vise une réduction de 60% des émissions directes de gaz à effet de serre (GES) d'ici 2030, tout en gardant le cap de la neutralité carbone à l'horizon 2050. L'accent est mis dans la protection de la population et des milieux naturels face aux risques climatiques, qui s'accroissent au fur et à mesure du réchauffement mondial.

En matière de réduction des émissions de GES, le nouveau plan d'action couvre les domaines de l'énergie, de la mobilité, de la consommation de biens et services ainsi que de la construction. En ce qui concerne l'adaptation du territoire aux changements climatiques, ce plan d'action cherche à préparer au mieux la société aux événements climatiques extrêmes. Ce document met aussi en évidence les liens existants entre les crises du climat et de la biodiversité. Il prévoit des actions visant la préservation des écosystèmes aquatiques, des sols et sous-sols ainsi que des milieux arborés.

Le Concept constitue également la réponse du canton de Genève aux 17 objectifs de l'Agenda 2030 pour le développement durable, adoptés par les Nations Unies en septembre 2015. Un travail important de mise en cohérence du Concept avec la stratégie pour le développement durable de la Confédération a été également effectué.

En parallèle, le canton développe plusieurs stratégies qui viennent appuyer le plan du climat cantonal et renforcer les axes d'actions :

- Plan mobilité douce
- Plan directeur de l'énergie
- Stratégie de Biodiversité Genève
- Stratégie cantonale contre la pollution du bruit
- Politique de gestion des déchets

## 1.2 Stratégie touristique

Engagée depuis plusieurs années en faveur du développement durable, la Fondation est membre du Global Destination Sustainability Index. En cohérence avec les objectifs de développement durable des Nations Unies, elle a adopté en 2020 une stratégie de tourisme urbain durable visant à répondre aux enjeux sociaux, environnementaux et économiques actuels.

Par ailleurs, la Fondation est fière de son adhésion au programme Swisustainable, niveau II ; une reconnaissance qui met en valeur ses actions concrètes en faveur du développement durable sur le territoire, notamment à travers son implication dans les initiatives OK:GO et Cause We Care.

Une stratégie pour un tourisme durable à Genève a été élaborée en 2021. Elle couvre la période 2021–2025 et a été réalisée en collaboration avec la "Task Force durabilité", aujourd'hui renommée "Conseil de durabilité". Ce conseil rassemble des

acteurs clés du tourisme genevois : représentants d'associations, du monde académique, de la ville, du canton, de l'aéroport et d'autres institutions majeures. Il effectue le suivi des indicateurs et détermine les actions à entrevoir. Le bilan des actions de la stratégie pour un tourisme durable est ensuite publié sur le site internet ainsi que dans le rapport annuel.

Alors que cette stratégie arrive à son terme, la Fondation a mandaté un prestataire spécialisé pour accompagner la construction de sa nouvelle feuille de route pour la période 2026–2030. Contrairement à la précédente, ce nouveau processus intégrera également les résidents, aux côtés des partenaires et des parties prenantes de la destination.

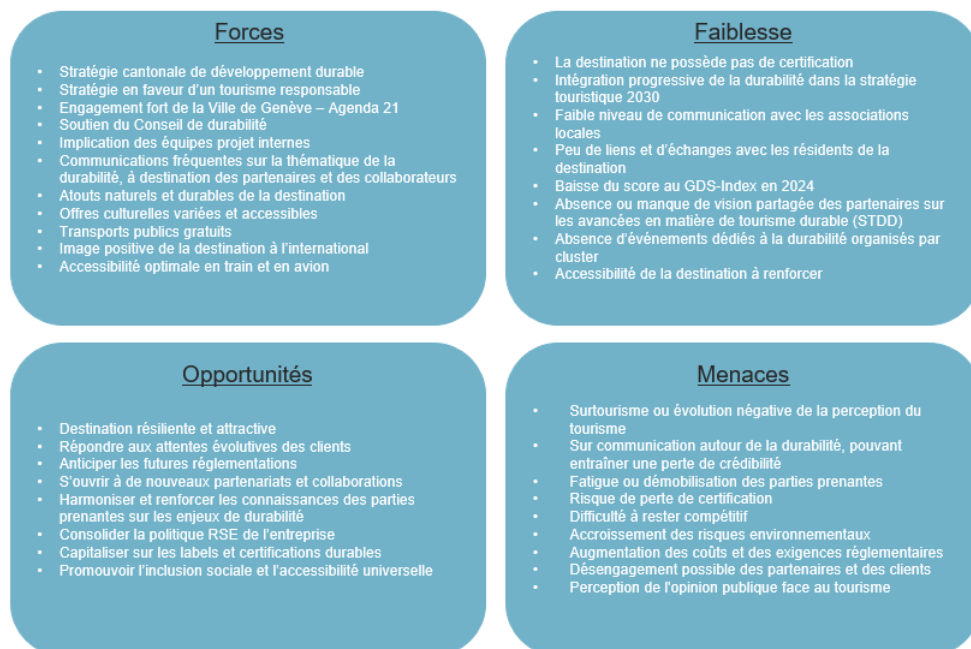
Parallèlement à sa stratégie globale, la Fondation met en place des procédures internes et des documents de référence visant à garantir l'intégration de la durabilité à tous les niveaux de l'organisation.

Une analyse SWOT a été réalisée dans le cadre du processus de certification. Elle constitue une base de travail précieuse pour affiner la compréhension des enjeux liés à la durabilité, tant au niveau de la destination que du secteur touristique. L'intégration de ces éléments dans l'élaboration de la nouvelle stratégie est essentielle afin de garantir une destination résiliente et compétitive, tout en anticipant les futures réglementations et lois visant à encourager un tourisme plus responsable.

Parallèlement, plusieurs actions internes continuent d'être développées. Une charte des achats éthiques a été élaborée afin d'encourager les collaborateurs à repenser leurs pratiques d'achat dans une logique plus responsable. Cette charte, signée par l'ensemble des employés, vise à promouvoir une culture d'achat respectueuse des principes environnementaux, sociaux et économiques.

Par ailleurs, une charte pour l'organisation d'événements responsables a été élaborée et signée par l'ensemble des membres de la Fondation. Elle s'accompagne d'une checklist opérationnelle ainsi que d'un dispositif de suivi et de monitoring, dont le lancement est prévu pour novembre 2025. Ce cadre vise à structurer l'organisation interne d'événements plus durables, tout en positionnant ces derniers comme des leviers de valorisation de l'économie locale et de la promotion d'alternatives durables au sein de la destination.

Tous les nouveaux collaborateurs bénéficient d'une présentation portant sur les enjeux globaux de la durabilité et spécifiques au tourisme. Cette présentation inclut également un exposé sur la stratégie de la Fondation ainsi que sur les engagements de la ville et du canton de Genève en matière de durabilité. Cette formation vise à renforcer la compréhension des enjeux actuels, à aligner les actions de chacun avec les objectifs communs et à assurer une application cohérente des mesures durables au quotidien.



Genève Tourisme réalise en 2025 son premier bilan carbone. L'objectif est d'établir un état des lieux initial de l'empreinte carbone de la Fondation et d'identifier des mesures concrètes pour en réduire l'impact. Les résultats de cette analyse ont été présentés au comité de direction en septembre. Le comité travaille actuellement à l'élaboration d'une feuille de route cohérente et pertinente. Ce bilan sera renouvelé tous les deux ans afin de suivre l'évolution des actions mises en place.

### 1.3 Conseil de la durabilité

Le Conseil de durabilité a été créé en 2020 dans le cadre de l'élaboration de la stratégie pour un tourisme durable 2021-2025. Il occupe une place centrale dans le déploiement territorial de la stratégie de durabilité. Véritable ambassadeur d'un tourisme plus responsable, il rassemble, deux fois par an, les acteurs clés du territoire afin de :

- Suivre l'avancement de la stratégie,
- Établir un bilan annuel,
- Identifier les priorités et ajustements à mettre en œuvre pour l'année suivante.

Ce retour d'expérience constitue une ressource précieuse pour affiner, garantir la pertinence et maximiser l'impact des actions engagées à l'échelle de la destination.

Composition du Conseil de durabilité au 01.09.25 :

---

<b>Activités touristiques :</b> CGN – M. Martinet Key Tours – En attente	<b>Université</b> HES – M. Lima
<b>Aéroport</b> Mme Rossier	<b>Ville de Genève</b> Agenda 21 – M. Killbert
<b>Agences/ PCO</b> Kuoni – Mme Fenort / Mme Rocher Ovation DMC – Mme Balleydier	<b>Venue/Congrès</b> CICG – Mme Abramowitz Palexpo – M. Mange / Mme Oeuvray
<b>Association</b> EASL – Mme Chombeau Post Restaura Lux – M. Oeggerli	<b>Hôtellerie</b> Accor Hôtels – Mme Mancheron Hilton Hôtel – Mme Pierron
<b>Canton :</b> SCDD – Giancarlo Copetti DSM – Alexandre Prina	

### 1.4 Durabilité de la structure de gestion de la destination

Conformément à l'article 2(11) de la loi cantonale sur le tourisme (L'Tour), entrée en vigueur le 1er janvier 1994, les organismes chargés du tourisme sont la Fondation Genève Tourisme & Congrès et la Commission consultative du tourisme.

#### Fondation Genève Tourisme & Congrès :

L'activité touristique opérationnelle à Genève est gérée par la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C). Cette entité résulte de l'intégration, au 1er janvier 2013, de l'Association Genève Tourisme & Congrès dans la Fondation pour le Tourisme. La gouvernance de la FGT&C est assurée par un Conseil de Fondation composé de 11 membres représentant majoritairement les milieux touristiques genevois.

- Président et Trésorier : Philippe Schwarm, représentant de l'Association des Communes genevoises
- Vice-président : Marc-Antoine Nissille, représentant de la Société des Hôteliers de Genève
- Représentante des commerçants : Louise Barradi
- Représentant de l'État de Genève : Xavier Bonard
- Représentant de la Société des Hôteliers de Genève : Jean-Vital Domézon
- Représentant de la Société des Hôteliers de Genève : Thierry Lavalley
- Représentant de la Société des Cafetiers, Restaurateurs et Hôteliers de Genève : Daniel Carugati
- Représentant de Palexpo : Claude Membrez
- Représentant de la ville de Genève : George Bowring
- Représentante experte en matière de stratégie des médias, fundraising et innovations technologiques : Deborah Mattatia

La FGT&C répond à la L'Tour qui précise notamment les missions principales ainsi que le financement de la Fondation. Elle couvre l'intégralité des communes du canton de Genève dans son travail.

#### 1.4.1 Mission :

La Fondation a pour mission de promouvoir et vendre Genève comme destination de tourisme de loisirs et d'affaires. En charge de l'accueil, de l'assistance et de l'information touristiques, elle soutient et favorise l'organisation d'animations d'intérêt touristique. Les tâches qui incombent à la Fondation sont listées dans la LTour.

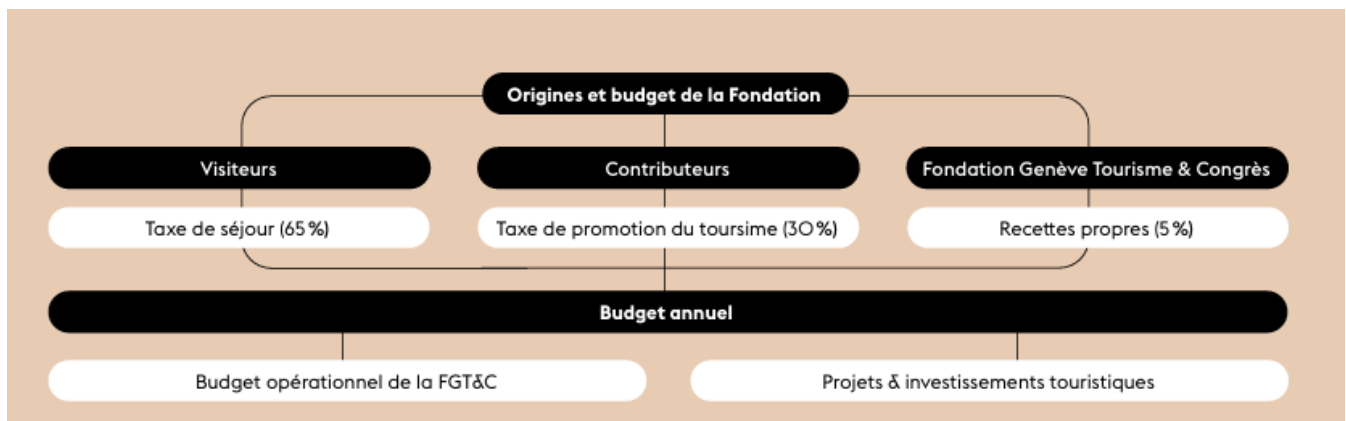
La fondation compte environ 60 collaborateurs, répartis entre 6 départements :

- Bureau des Congrès
- Markets
- Digital
- Traveller Bureau
- Finance & Administration
- Direction générale (comprend les Ressources humaines et le département Brand & Communications)

#### 1.4.2 Financement :

Le financement de l'office du tourisme s'effectue au travers de deux taxes spécifiques et de ses propres recettes :

- Taxe de séjour (65%)\*** : Il est perçu une taxe de séjour, dont le produit est affecté au financement de l'accueil, de l'information et de l'assistance touristiques, des manifestations et des installations liées au tourisme, créées pour les hôtes et utiles de manière prépondérante à ceux-ci. Une partie du produit de cette taxe de séjour est également affectée au financement d'un titre de transport valable sur Unireso et à d'autres avantages et offres pour la durée du séjour des touristes. Sont assujettis à la taxe de séjour tous les hôtes de passage ou en séjour, qui n'ont pas leur domicile fiscal dans le canton et qui bénéficient, sur une base volontaire, d'une prestation d'hébergement à titre onéreux.
- Taxe de promotion touristique (35%)** : Il est perçu une taxe de promotion du tourisme auprès des entreprises qui exercent une activité économique ou commerciale bénéficiant des retombées directes ou indirectes du tourisme. Par entreprise, on entend tant le siège ou établissement principal que la succursale ou tout autre établissement secondaire. Sont assujettis au paiement des taxes de tourisme les bénéficiaires économiques directs ou indirects du tourisme, exerçant les activités ou fournissant les prestations touristiques énumérées aux articles 25-27 de la LTour.
- Recette propres (5%)\***: Les recettes propres sont issues de la vente des produits (visites guidées, choco-pass, city-pass,...).



\*Les pourcentages peuvent fluctuer d'une année sur l'autre, principalement en fonction du nombre de nuitées.

#### La Commission consultative du tourisme :

La Commission consultative du tourisme est composée de 11 à 19 membres, nommés par le Conseil d'État. Celle-ci est présidée par un membre du conseil de fondation, à l'exclusion du président.

Elle a notamment pour tâches de conseiller la Fondation sur l'évolution souhaitable de la politique du tourisme et de l'aider dans l'accomplissement des buts fixés par la loi. Les membres de la Commission sont les suivants :

- Présidence : Louise Barradi, membre du Conseil de la Fondation Genève Tourisme & Congrès
- Représentante de la ville de Genève : Winnie Covo
- Représentant de l'Association des Musées et Centres d'Art genevois (AMCAG) : Jacques Berchtold
- Représentant de la Compagnie générale de navigation sur le lac Léman SA (CGN SA) : Caroline Dayen
- Représentante du Groupement Professionnel des Restaurateurs et Hôteliers (GPRH) : Nadège Perdrizat
- Représentant de la Fédération du Commerce genevois (FCG) : Anne-Marie de Picciotto-Brunschwig

- Représentant de l'OPAGE : Jonathan Brunet
- Représentante de la Société des Hôteliers de Genève : Hélène Lang-Lauper
- Représentant de l'Association genevoise des écoles privées (AGEP) : Sean Power
- Représentant de la Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève (CCIG) : Mario Marchesini
- Représentante de la Gestion communauté tarifaire Sàrl (GCT), Unireso et Léman Pass : Valérie Olivier

#### Représentation :

Parmi les 45 communes du canton, trois d'entre elles — Genève, Meyrin et Carouge — se distinguent par une intensité touristique particulièrement élevée. Elles dépassent la moyenne cantonale des nuitées, qui s'élève à 260'759, et totalisent à elles seules 3'440'169 nuitées, ce qui correspond à 88 % du total cantonal.

	Unité	2024	2025	2026
1.4.1. Proportion de communes de la destination dont l'intensité touristique est supérieure à la moyenne pour la région	%	7%		
1.4.2. Proportion de communes de la destination qui sont représentées au sein de l'OGD sur le plan organisationnel	%	100%		

## 1.5 Énoncé de mission de l'entreprise axé sur la durabilité

Afin d'assurer la mise en place et le succès de ce projet, la FGT&C compte sur l'ensemble de l'écosystème touristique de Genève. En effet, à l'instar des différentes pièces composant le mouvement d'une montre, chaque acteur de la sphère touristique est appelé à jouer un rôle déterminant en œuvrant, par des mesures concrètes, pour la durabilité de la destination. De son côté, la Fondation a pour mission de fédérer et d'accompagner les acteurs du projet en les sensibilisant à la durabilité et en leur offrant des outils appropriés.

La Fondation assure ensuite la promotion des initiatives réussies pour motiver les différents acteurs concernés dans leurs efforts et elle communique sur les accomplissements de cette démarche afin de générer un impact positif.

Les acteurs touristiques sont eux aussi conscients de l'impact social et environnemental du tourisme et du potentiel des actions de chacun. À cet égard, la FGT&C s'est dotée d'une vision claire et ambitieuse pour la destination : Elle a ainsi initié l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie pour un tourisme durable à Genève en s'appuyant autant sur les objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD) que sur des collaborations régionales et internationales. La stratégie s'articule en cinq piliers qui étayent un plan d'action ambitieux, dont la portée sera mesurée grâce à un suivi régulier.



## 1.6 Responsable du développement durable.

Un responsable de projet durabilité a été engagé à 100 % en octobre 2024.

Par ailleurs, une équipe stratégique dédiée, composée d'un représentant de chacun des six départements de la Fondation, consacre 10 % de son temps de travail à la stratégie de durabilité de la destination. Ce fonctionnement favorise à la fois une circulation fluide de l'information entre les équipes et une remontée efficace des problématiques opérationnelles rencontrées

sur le terrain ou par les partenaires. Chaque département ayant des missions et objectifs spécifiques, cette approche transversale garantit une mise en œuvre cohérente et partagée de la stratégie.

Afin de formaliser cet engagement, une uniformisation est prévue cette année : une mention spécifique sera intégrée dans les cahiers des charges des collaborateurs concernés, précisant que 10 % de leur temps est dédié à la durabilité. Cette disposition reconnaît leur rôle en tant que référents durabilité au sein de leur département. La mesure, validée en comité de direction, est en cours de mise en œuvre.

En parallèle, une "Green Team" interne a été constituée sur une base volontaire. Elle répond aux enjeux de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) en menant des actions de sensibilisation à la durabilité auprès du personnel. Ses initiatives incluent la réduction des déchets, la diminution de la consommation énergétique, l'organisation d'ateliers autour des principes des 5R (refuser, réduire, réutiliser, recycler, rendre à la terre), ainsi que la mise en place d'actions sociales.

## 1.7 Entreprises partenaires

La promotion de la durabilité auprès des partenaires est un enjeu important pour Genève Tourisme. En effet, il est important que la FGT&C fédère les acteurs autour d'une vision partagée de la durabilité.

C'est pourquoi Genève Tourisme & Congrès fait la promotion du programme Swisstainable auprès de ses partenaires en proposant depuis 2021 des formations gratuites aux partenaires de la destination.

Depuis le lancement de sa stratégie, la FGT&C a proposé plusieurs formations sur la thématique de la durabilité à l'ensemble de ses partenaires. Il a notamment proposé des formations sur l'énergie, les déchets, l'alimentation responsables et a organisé des espaces d'échanges au travers de sessions dédiées ou d'ateliers.

En 2024, à la suite de l'annonce rendant le programme Swisstainable payant, Genève Tourisme a proposé de prendre en charge la première année d'adhésion pour tous les partenaires qui s'engagent dans ce programme nationale. La promotion du programme a également été renforcée par des présentations dédiées ainsi qu'un relai intensif des informations auprès de nos partenaires, notamment via des newsletters et des courriels ciblés.

En parallèle, la Fondation propose le programme de formation « Geneva Excellence Club », destiné au personnel d'accueil, de réception et de service des acteurs touristiques genevois en contact direct avec les visiteurs. Ce club de formation gratuit offre des modules variés, pratiques et interactifs, axés sur la connaissance de la destination. Les membres bénéficient davantage à chaque passage de niveau et sont régulièrement invités à des événements de réseautage et de partage d'expériences. La durabilité est intégrée dans l'ensemble des modules de formation, avec un accent particulier sur la promotion de la mobilité douce en ville et les alternatives de transport écoresponsables disponibles à Genève. Le module 3 met spécifiquement l'accent sur l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, en présentant les infrastructures existantes et les bonnes pratiques pour mieux promouvoir une ville inclusive et accessible à toutes et tous.



- Actuellement, la destination compte : 96 partenaires Swisstainable et 27 en cours d'adhésion
- 12% des partenaires de la destination ont déclaré être accessible pour les personnes à mobilité réduite.

L'indice de durabilité des guides est mentionné dans la partie 2.3 du rapport.

## 1.8 Dialogue avec les parties prenantes

Dans le cadre de l'élaboration de sa nouvelle stratégie ainsi que du processus de certification TourCert, Genève Tourisme mène un travail collaboratif étroit avec l'équipe en charge de la durabilité, le Comité de direction ainsi que le Conseil de durabilité. Cette démarche vise à identifier de manière exhaustive l'ensemble des parties prenantes de la Fondation, afin de garantir une approche stratégique inclusive, structurée et alignée sur les standards internationaux du tourisme durable.

La FGT&C interagit aujourd'hui avec un large éventail de parties prenantes, issues aussi bien du secteur public que privées, de la société civile et des milieux académiques. Des relations constructives et un dialogue régulier sont entretenus avec les acteurs identifiés, dans une optique de collaboration continue et de co-construction.

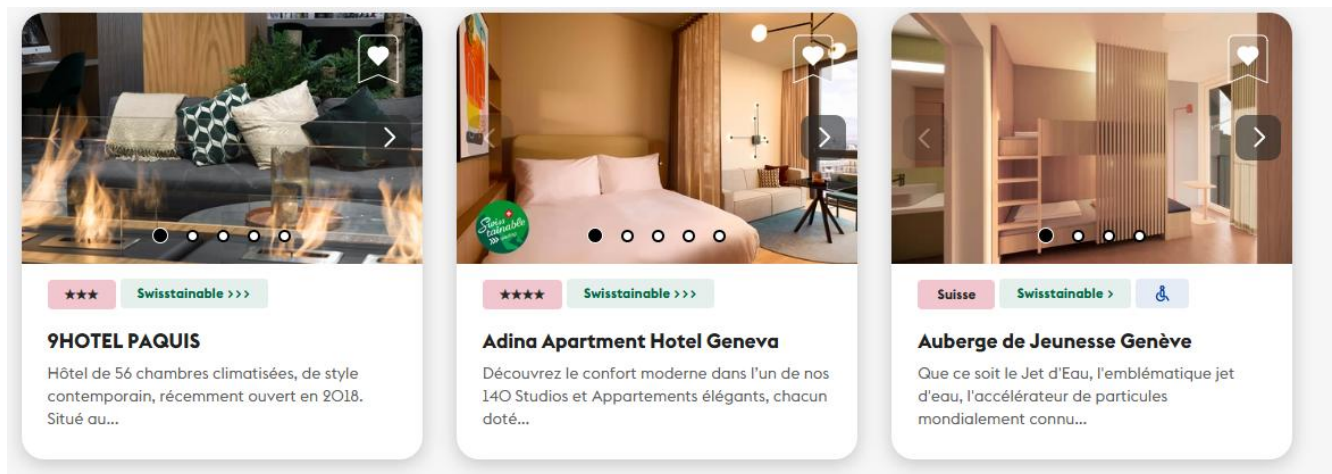
La thématique de la durabilité est intégrée de manière transversale dans nos relations professionnelles. Elle occupe une place importante dans nos échanges, qu'ils soient formels ou informels, et est régulièrement mise en avant à travers différents canaux de communication.

Toutes nos parties prenantes et partenaires, qu'ils soient en lien régulier ou plus ponctuel avec la Fondation, ont accès à nos newsletters, communications électroniques, ainsi qu'aux invitations à nos formations et événements. Ces supports incluent systématiquement des contenus liés à la durabilité, afin de sensibiliser l'ensemble de notre écosystème et de favoriser l'adhésion aux principes d'un tourisme plus responsable.

## 1.9 Communication sur le développement durable

La Newsletter Partenaires constitue un outil de communication essentiel permettant de diffuser régulièrement des informations relatives aux initiatives, formations et mesures en faveur du développement durable dans le secteur touristique.

Le site internet de la destination comporte plusieurs pages spécifiquement consacrées aux actions et projets durables mis en œuvre localement. Il met en avant les atouts naturels, le patrimoine ainsi que la mobilité douce. Un identifiant visuel (tag) a été mis en place pour signaler les établissements d'hébergement participant au programme Swisstainable ainsi que pour les établissements accessibles aux personnes à mobilité réduite. Des travaux sont en cours afin d'étendre cette visibilité à d'autres parties prenantes référencées sur notre site.



Un guide des événements responsables a également été édité en avril 2025, visant à encourager les pratiques durables et à valoriser les entreprises engagées dans l'organisation d'événements respectueux de l'environnement. Pour les visiteurs, un flyer de sensibilisation pour explorer la destination de manière responsable est disponible en ligne et en version imprimée à l'accueil du front office.



Cependant, le score de 55 % obtenu dans le cadre de l'enquête de « marketing & communication » révèle une marge de progression importante, notamment en ce qui concerne la gestion durable du site internet et l'amélioration de l'accessibilité sur l'ensemble de nos supports de communication. Des mesures correctives ont été identifiées et intégrées au rapport d'amélioration.

Concernant notre site internet, les échanges avec notre prestataire ont permis de nous informer que celui-ci est bien alimenté par de l'énergie verte et que des actions concrètes sont mises en place pour réduire les émissions et limiter l'empreinte environnementale de notre présence en ligne. Dans cette optique, des efforts de communication interne seront engagés afin de sensibiliser les équipes aux actions menées par le département digital et de mieux valoriser ces initiatives au sein de l'organisation.

## **1.10 Rapport sur le développement durable**

Le rapport de durabilité publié par la Fondation Genève Tourisme & Congrès figurera prochainement parmi les documents consultables sur la page dédiée à la durabilité.

## **1.11 Conformité légale**

Le respect des règles et politiques en matière de santé et de sécurité au travail (MSST) est abordé au point 9 de notre politique RH. Ce point est accompagné de 18 annexes détaillant les différents aspects spécifiques à notre secteur d'activité. Ces informations sont à disposition de tous les employés. La Fondation est soumise à la loi sur le travail et ordonnance.

## **1.12 Conditions-cadres pour l'aménagement d'un site**

Le plan directeur cantonal pose les grands principes et les conditions de mise en œuvre de la politique d'aménagement du canton de Genève. Les lois et réglementations sont consignées dans le document Excel.

## **1.13 Gestion de l'amélioration**

Un rapport d'amélioration a été élaboré en concertation avec l'ensemble des parties prenantes concernées, en lien avec les thématiques traitées. Sa mise en œuvre sera suivie par la responsable du développement durable. Les mesures définies pourront être ajustées en fonction de l'évolution des besoins et du contexte, et de nouvelles actions pourront être proposées si nécessaire. Ce programme est actualisé chaque année et s'inscrit dans le cadre de la certification TourCert, impliquant un contrôle externe annuel.

## **2. Management : Conception d'offres durables**

### **2.1 Satisfaction et retour d'information des clients**

La satisfaction des visiteurs est évaluée à l'aide de l'outil « Google Reviews ». Les résultats sont partagés trois à quatre fois par an avec les équipes d'accueil. La responsable qualité et formation consulte les avis et commentaires deux à trois fois par semaine, afin d'identifier d'éventuels axes d'amélioration. En cas de retours négatifs récurrents, des ajustements ou actions correctives sont rapidement mis en place. Actuellement, le dispositif Google Reviews est actif pour le point d'accueil situé à la gare, ainsi que pour le Pavillon éphémère durant la saison estivale. Toutefois, ce processus n'était jusqu'à présent ni systématisé ni documenté de manière automatique.

Dans le cadre du processus initié avec TourCert, le suivi de la satisfaction des visiteurs a été renforcé. Une présentation mensuelle des résultats est désormais effectuée depuis avril 2025, permettant une réactivité accrue dans la mise en place de mesures correctives. L'ensemble de ces éléments est consigné dans le rapport d'activité.

Une procédure de gestion des plaintes est en place chez Genève Tourisme depuis plusieurs années. Par ailleurs, dans le cadre de l'enquête sur l'information des hôtes, 89% du personnel d'accueil a déclaré connaître le système interne de gestion des plaintes des visiteurs dans la destination. La responsable qualité & formation veille à ce que tous les nouveaux collaborateurs, ainsi que l'ensemble de l'équipe d'accueil, suivent des formations régulières sur la qualité et l'accueil, afin d'assurer un haut niveau de satisfaction de nos hôtes.

Les résultats concernant la satisfaction client seront publiés dans notre rapport annuel 2026 en accord avec la Directrice du département.

### **2.2 Conscience de la qualité et innovation**

Le label Q ayant été remplacé par le programme Swisstainable, il n'existe plus de label de qualité équivalent à proprement parler.

Toutefois, nous considérons que le « Geneva Excellence Club » peut être perçu comme une alternative pertinente, bien que non certifiante, dans la mesure où il vise à maintenir un haut niveau de qualité en formant le personnel d'accueil dans la destination. Cette formation permet aux collaborateurs et collaboratrices de transmettre à nos hôtes des informations justes, authentiques et uniformes.

Ce club propose gratuitement des modules de formations variées, pratiques et ludiques de connaissances de la destination afin de garantir un haut taux de satisfaction de nos hôtes quant aux informations reçues sur la destination et la promotion de celle-ci.

En 2024, un total de 38 sessions ont été organisées, rassemblant 300 participantes et participants, tous niveaux confondus. Parmi eux, 151 professionnels ont obtenu leur certificat aux niveaux 1, 2 ou 3, tandis que 160 autres sont actuellement en cours de formation. Le taux de satisfaction globale est excellent : 92 % des participants se déclarent "très satisfaits", et les 8 % restants se disent "satisfaits". Durant l'année 2025, ce seront plus de 500 personnes qui seront engagés dans ce programme, tous niveaux confondus.

Les membres obtiennent des avantages à chaque passage de niveau et sont invités à des événements d'échanges et de réseautage.

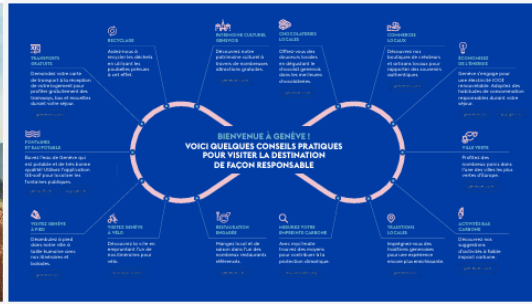
### **2.3 Informations pour les clients**

Les sites culturels et naturels disposent chacun de leurs propres panneaux d'affichage ou panneaux de consignes lorsque des règles spécifiques s'appliquent à l'endroit.

À Genève, les panneaux installés dans les parcs précisent généralement les consignes de tri des déchets ainsi que les règles de bon usage du lieu. Souvent illustrés, ils rappellent les différentes catégories de déchets à trier — verre, papier, plastique — et invitent au respect des espaces publics.

La signalétique en ville de Genève renseigne le public sur la géographie de la ville et oriente vers les sites touristiques et culturels. Elle comprend différents éléments : balises d'orientation, tables et totems d'information, ainsi que des stèles patrimoniales.

Au sein de l'office du tourisme, le personnel d'accueil connaît et recommande activement le flyer dédié à la découverte responsable de Genève. Grâce à la situation géographique de la ville, les transports publics ainsi que la marche sont privilégiés pour explorer la destination de manière durable.



### 2.3.1 Nombre de points d'information touristique

Nous disposons d'un point d'information principal ouvert toute l'année, d'un point saisonnier durant l'été, ainsi que d'étudiants qui vont à la rencontre des touristes pendant la période estivale.

### 2.3.2 Pourcentage (%) des hôtes qui déclarent être conscients des efforts et des activités de la destination en matière de durabilité.

En 2023, une enquête a été menée par les Geneva Tourist Angels, entre le 1er juillet et le 23 septembre, afin d'évaluer la connaissance des visiteurs concernant les efforts de la destination en matière de durabilité. Réalisée sur le terrain par l'équipe d'accueil, cette enquête a recueilli un total de 902 réponses.

Les résultats montrent que seuls 23 % des visiteurs interrogés sont au courant des engagements de Genève en matière de durabilité. Cette faible proportion s'explique notamment par le fait que la majorité des visiteurs se rend à l'office du tourisme en tout début de séjour, principalement pour obtenir des informations générales sur la destination. À ce stade, ils n'ont donc pas encore eu l'occasion de découvrir les initiatives et actions durables mises en place. Ce taux de notoriété pourrait toutefois être amélioré grâce à une communication plus proactive et visible sur les engagements durables de la destination.

L'enquête interne a révélé que 47 % de l'équipe se sent en mesure de transmettre aux visiteurs des informations liées à la durabilité. Une partie du personnel indique avoir reçu une formation concernant les mesures de protection de l'environnement mises en place au sein de l'organisation, ainsi que sur les aspects liés à la mobilité durable.

Cependant, la communication interne autour des actions concrètes en matière de durabilité, tant au sein de l'organisation que dans la destination, reste à renforcer. De même, les informations relatives à la durabilité et à l'accessibilité de Genève doivent être davantage structurées et diffusées.

Ce constat souligne un besoin accru de formation, en particulier pour le personnel en contact direct avec les visiteurs. Des mesures spécifiques ont d'ores et déjà été intégrées au plan d'amélioration afin de répondre à cette lacune et de mieux outiller les équipes.

Concernant l'indice de durabilité appliqué aux guides touristiques, Genève Tourisme a obtenu un score de 56 %.

Deux thématiques principales ont été identifiées comme axes d'amélioration : la sensibilisation au handicap et le besoin d'informations complémentaires sur les enjeux de durabilité. En effet, un travail sur la thématique de l'accessibilité a été initié dans le courant de l'année 2024. Ces efforts ainsi que des mesures complémentaires sont consignés dans les mesures d'amélioration. Il est à noter que les guides ont mentionné avoir pu bénéficier de nombreuses formations au cours des dernières années. Ils se sont également montrés motivés à poursuivre leur engagement en participant à de nouvelles sessions de formation.

Enfin, en ce qui concerne les événements, nous mettons régulièrement en avant les initiatives et manifestations locales engagées, notamment via notre site internet et nos réseaux sociaux. Chaque année, un calendrier des événements à promouvoir auprès des touristes et visiteurs est établi en collaboration avec la responsable des réseaux sociaux, afin de valoriser les actions en lien avec la durabilité et l'ancre local.

	Unité	2025	2026	2027
2.3.1. Nombre de points d'information touristique	Anz.	1 + 1 éphémère		
2.3.2. Indice de durabilité pour les guides touristiques	%	56%		
2.3.3. Indice de durabilité Évaluation des informations sur les clients	%	47%		

## 2.4 Matériel promotionnel et d'information

Le thème de la durabilité est désormais bien intégré dans l'ensemble des supports de communication à destination des visiteurs. En 2025, de nouveaux outils ont été créés pour encourager un tourisme plus responsable, notamment :

- la mise à jour du flyer « Ensemble, préservons Genève »,
- et la publication du « Guide des événements responsables », à destination des organisateurs et visiteurs.



Par ailleurs, le tag « Swisstainable » est utilisé pour identifier, sur le site web de Genève Tourisme, les établissements hôteliers ayant adhéré au programme Swisstainable. La même distinction sera disponible d'ici la fin de l'année pour les prestataires d'activité touristique ainsi que les établissements culturels. De même, le tag « PMR » signale les offres accessibles aux personnes à mobilité réduite.

Concernant l'accessibilité, des améliorations ont été identifiées via les enquêtes TourCert dans les supports de communication. Genève Tourisme reconnaît la nécessité de renforcer cette dimension et l'a intégrée aux axes d'amélioration à venir. Les axes d'amélioration concernent notamment la mise en place d'une formation pour l'équipe de communication ainsi que la mise en place d'action de sensibilisation et la création d'un groupe de travail en collaboration avec des associations locales concernées afin d'identifier les besoins prioritaires.

## 2.5 Explication des sites

Le matériel développé par Genève Tourisme & Congrès a été conçu et validé en concertation avec les partenaires. Tous les partenaires de la destination ont la possibilité de commander nos supports gratuitement pour les distribuer aux visiteurs.

Par ailleurs, les lieux culturels disposent de leurs propres supports, livrés directement à l'office du tourisme ou mis à disposition en libre-service dans les sites touristiques majeurs.

De manière générale, l'ensemble des supports est disponible en français et en anglais, à l'exception de notre Discovery Map, proposée en huit langues (français, anglais, espagnol, portugais, chinois, allemand, italien et arabe) afin de répondre aux besoins d'un public international.

## 2.6 Accessibilité

À ce jour, 12 % des partenaires touristiques déclarent être accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR). En 2024, un travail de centralisation des informations liées à l'accessibilité dans la destination a été effectué. À la suite de ce travail, une page dédiée a été mise en ligne sur le site officiel : [Accessibilité à Genève](#). Cette page vise à informer les visiteurs

ayant des besoins spécifiques sur les services, infrastructures et aides disponibles à Genève pour rendre le séjour plus accessible.

Parallèlement, les partenaires du programme « Geneva Excellence Club » bénéficient d'une formation spécifique sur l'accessibilité de la destination, proposée aux membres de niveau 3.

Genève Tourisme a également adhéré à l'initiative OK : GO et en assure la promotion auprès de ses partenaires via ses Newsletters B2B. Cette initiative a notamment été mise en valeur lors de l'événement « Swisustainable Destination Meet & Greet », à travers un stand dédié.

Parallèlement, la ville de Genève s'engage activement pour améliorer l'accessibilité des lieux touristiques publics. Elle a également lancé la plateforme [Culture Accessible](#), qui recense les lieux, spectacles et événements accessibles aux personnes en situation de handicap. Ce portail contribue à faciliter l'accès à l'offre culturelle pour tous les publics et complète les efforts menés à l'échelle cantonale pour une destination plus inclusive.

Genève a adopté une politique d'accessibilité universelle pour rendre la ville plus inclusive, y compris les espaces verts. Les infrastructures publiques, comme les parcs et les musées sont accessibles aux personnes en situation de handicap, et de nombreux efforts sont faits pour améliorer leur accessibilité et leur mobilité.

## 2.7 Éléments constitutifs des produits durables

Actuellement, la Fondation Genève Tourisme & Congrès ne dispose pas d'une méthode standardisée pour évaluer la durabilité des produits qu'elle promeut. Dans ce contexte, une première évaluation a été réalisée en mars dernier en s'appuyant sur la Boussole de la durabilité du patrimoine immatériel, un outil adapté à la nature des produits culturels et touristiques proposés.

La Boussole de la durabilité permet d'analyser plusieurs champs d'action. Toutefois, nous avons choisi de l'adapter en y intégrant certains éléments complémentaires afin de mieux répondre à la spécificité de notre démarche. Les thématiques abordées dans cette évaluation sont les suivantes :

- Interaction
- Égalité des chances
- Rôle de l'économie
- Écologie
- Nature
- Continuité
- Responsabilité et engagement
- Accessibilité
- Satisfaction
- Bilan général

L'évaluation repose sur plusieurs champs d'action, chacun comprenant plusieurs questions. Les responsables des produits ont indiqué, pour chaque question, les actions déjà mises en œuvre ainsi que celles pouvant être améliorées. Chaque question a ensuite été évaluée sur une échelle de 1 à 5 :

- **1 à 2** : dispositifs non implémentés à ce jour
- **3 à 4** : dispositifs existants, mais présentant des marges d'amélioration
- **5** : dispositifs intégralement mis en œuvre et efficaces

Les trois produits les plus populaires commercialisés par la FGT&C ont été sélectionnés et soumis à cette analyse.

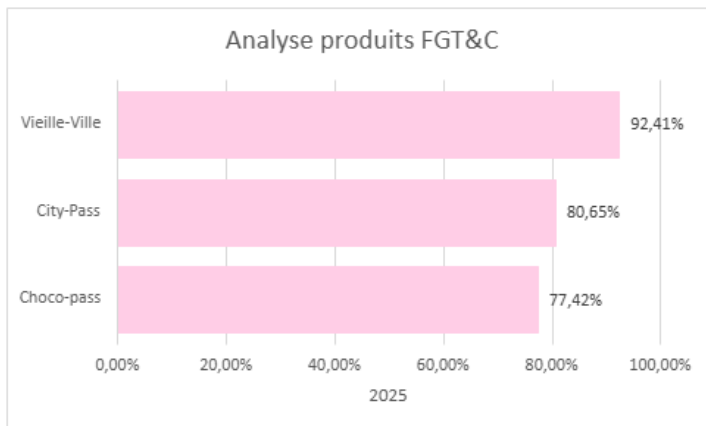
Afin de déterminer les produits qui seront évalués, nous avons analysé le nombre de ventes par type de produits qui ont été vendus dans le courant de l'année 2024.

Le choco-pass, le city-pass ainsi que la visite guidée de la vieille ville et ses trésors, représente à eux seuls 94,6% du total de nos produits vendus.

### 2.7.1 Part (%) des services touristiques évalués par le OGD en termes de durabilité

Trois des cinq services touristiques ont été évalués par l'OGD sous l'angle de la durabilité, soit 60 % des produits. Cependant, ces services représentent à eux seuls 94,6 % des ventes totales.

### 2.7.2 Indice de durabilité (%) Évaluation des produits



L'analyse des produits met en lumière plusieurs éléments positifs, notamment le rôle de l'économie locale ainsi que la promotion et la valorisation des acteurs du territoire. Toutefois, certains axes d'amélioration ont été identifiés, en particulier concernant la mesure de la satisfaction des visiteurs et l'analyse des relations avec les partenaires.

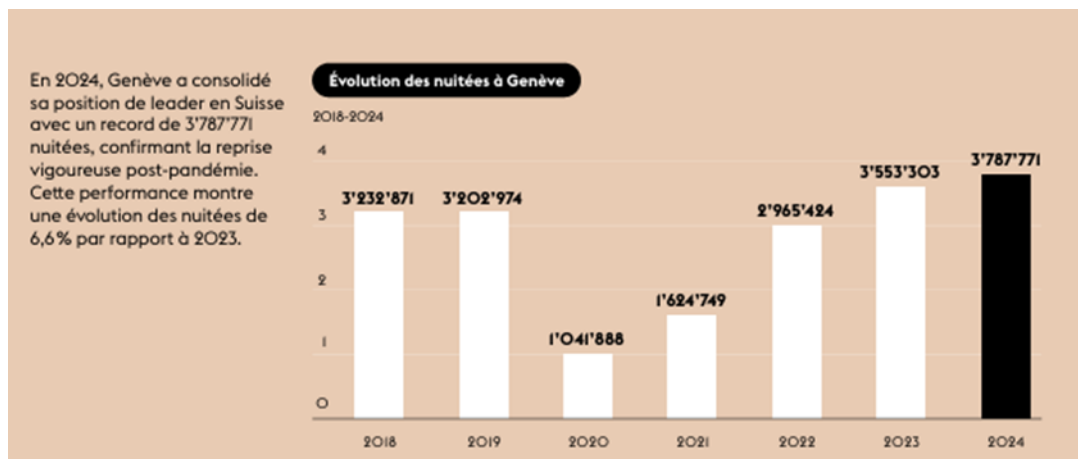
Concernant les aspects en lien avec la satisfaction des visiteurs, un dispositif vient d'être mis en place afin de récolter leur avis pour les visites guidées. Pour les produits autonomes, comme le Choco Pass et le City Pass, nous explorons actuellement des solutions, car le système ne permet pas encore d'identifier précisément le moment d'activation du pass par l'utilisateur, ce qui complique la collecte de retours.

### 3. Économie : Sécurité économique

#### 3.1 Stabilité économique

Les statistiques des nuitées sont communiquées chaque mois à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise. Par ailleurs, un point trimestriel est publié dans la newsletter destinée aux partenaires. En fin d'année, un bilan global est partagé avec les équipes internes, et les résultats sont intégrés au rapport annuel. L'ensemble des données liées aux nuitées fait l'objet d'un suivi rigoureux par les équipes.

Tableau : évolution des nuitées entre 2018 et 2024



En 2024, Genève a comptabilisé un total de 3'787'771 nuitées, soit une augmentation de 6.6% par rapport à 2023. Ce total ne comprend pas les nuitées des établissements parahôtelières, campings et locations occasionnels qui s'élève à un total de 392'229 nuitées.

	Unité	2024
3.1.1. Occupation moyenne des lits	%	52.4
3.1.2. Durée moyenne du séjour	Jours	1.97
3.1.3. Nombre de nuitées pour 1.000 habitants (intensité touristique)	Anz	7.88
3.1.4. Revenus totaux du tourisme dans la région	€	Non disponible
3.1.4.1. Recettes touristiques directes totales dans la région	€	Non disponible
3.1.4.2. Revenus indirects totaux du tourisme dans la région	€	Non disponible
3.1.5. Dépenses touristiques par visiteur et par jour	€	Non disponible
3.1.6. Niveau des recettes de la taxe de tourisme	CHF	15'495'758
3.1.7. Part des emplois directs (équivalents temps plein) dans le tourisme dans le nombre total d'emplois	%	Non disponible

Le taux d'occupation moyen ainsi que la durée de séjour se basent sur les nuitées hôtelières, qui représentent 90,6% de l'ensemble des nuitées.

En ce qui concerne le nombre de nuitées pour 1000 habitants, nous avons comptabilisé notre calcul sur l'ensemble des nuitées, soit 4'180'000 nuitées.

Les points 3.1.4 (montant total des revenus du tourisme dans la région) et 3.1.5 (total des revenus directs générés par le tourisme dans la région), l'Office cantonal de la statistique a indiqué que ces informations ne sont pas rendues publiques.

## 3.2 Saisonnalité et stabilité économique

Les équipes de promotion analysent régulièrement les données relatives au marché et aux nuitées. Cette veille leur permet de déployer des actions ciblées en fonction des périodes creuses ou de forte affluence. Les campagnes et actions marketing sont ainsi ajustées pour répondre au mieux aux dynamiques saisonnières.

En 2024, le département digital a mené plusieurs campagnes promotionnelles axées sur les différentes saisons. Pour la période 2025-2026, une nouvelle stratégie est en cours d'élaboration. Elle a pour ambition de valoriser Genève à travers une diversité de thématiques, allant au-delà de l'approche strictement saisonnière. L'objectif est de mettre en lumière l'offre touristique locale et les acteurs du territoire, tout en enrichissant les contenus diffusés. Cette approche vise à attirer les visiteurs tout au long de l'année, à mieux répartir les flux touristiques et à mettre en place des campagnes plus segmentées.

Le département des marchés, pour sa part, assure la promotion internationale de Genève de manière continue, en veillant à maintenir un équilibre entre les différentes saisons. Dans cette optique, deux produits touristiques pérennes ont été développés : le Geneva City Pass et le Choco Pass, disponibles toute l'année, afin d'attirer des visiteurs pendant la basse saison.

Parallèlement, les markets managers organisent régulièrement des voyages de familiarisation (FamTrips) et des voyages de presse (MediaTrips) à l'occasion d'événements ciblés. Ces initiatives permettent d'accroître la visibilité de Genève auprès des professionnels du tourisme et des médias internationaux, tout au long de l'année. Une fois par an, un « PR Brief » est transmis à l'ensemble des agences de communication partenaire, présentant les temps forts et les nouveautés de la destination. Des actions de communication sont également mises en œuvre tout au long de l'année afin de maintenir une dynamique touristique continue, en valorisant l'actualité et les initiatives locales.

À partir de 2026, l'équipe des marchés entamera un travail spécifique pour renforcer la fréquentation durant les périodes creuses, en particulier en début d'année, et encourager l'allongement de la durée moyenne des séjours. Cette démarche est formalisée dans le rapport d'amélioration.

Parallèlement, le Bureau des Congrès contribue à la stabilité économique de la destination en attirant des congrès d'envergure, assurant ainsi un socle annuel régulier de nuitées. Les événements confirmés sont ensuite partagés avec les partenaires, notamment via des newsletters et dans le rapport annuel. Il est important de souligner que la thématique de la durabilité est présente depuis de nombreuses années dans le secteur associatif. En effet, les enjeux réputationnels auxquels sont confrontées les associations ont poussé l'industrie du tourisme d'affaires à intégrer ces préoccupations depuis plus d'une décennie. Aujourd'hui, les destinations doivent démontrer qu'elles disposent d'une véritable stratégie durable pour pouvoir candidater à certains congrès. Les critères liés au développement durable prennent une importance croissante dans les processus de sélection des événements internationaux.

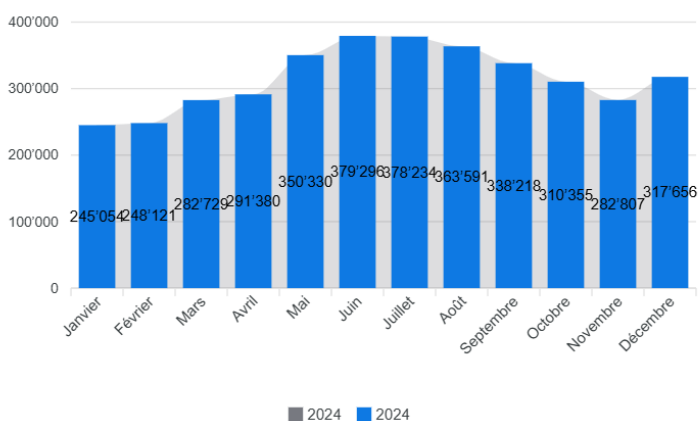
Enfin, la plateforme « Tourobs » permet à l'ensemble des équipes de suivre en temps réel l'évolution des indicateurs clés : nombre de nuitées, arrivées, durée moyenne des séjours et taux d'occupation des hébergements. <https://geneve.tourobs.ch/>

La répartition mensuelle des arrivées et des nuitées est consignée dans l'outil Tourobs. À Genève, la haute saison se situe entre le mois de juin et de septembre.

### Evolution des nuitées en 2024

#### Canton de Genève - Nuitées

Janvier à Décembre 2024



### **3.3 Satisfaction à l'égard de l'OGD**

Aucune évaluation de la satisfaction des partenaires vis-à-vis du OGD n'a été réalisée à ce jour. Toutefois, nous prévoyons d'intégrer un dispositif d'évaluation à l'issue de notre événement prévu en novembre, afin de recueillir leurs retours.

## 4. Économie : Prospérité locale

### 4.1 Cycles économiques régionaux

Afin de pouvoir analyser ces données et obtenir des éléments de réponses, la Fondation a extrait la liste de ses fournisseurs actifs de sa base comptable sur l'année 2024. L'objectif étant d'identifier géographiquement nos fournisseurs. Les prestataires ont été classés par région géographique (Genève, Suisse, Europe et International) et représentés par nombre d'entreprises sur une carte et dans différents formats.

Les résultats indiquent que 60% de nos fournisseurs sont basés à Genève et 24% dans d'autres cantons suisses.

### 4.2 Approvisionnement écoéquitable

Une charte des achats éthiques est actuellement en vigueur. Par ailleurs, Genève Tourisme & Congrès a mis en place une charte dédiée aux événements responsables, visant à promouvoir les produits et services locaux tout en valorisant les acteurs engagés dans une démarche environnementale ou sociale

En ce qui concerne les objets promotionnels (Give-Aways), nous mettons à la disposition des équipes internes sept types différents à offrir aux visiteurs et clients. :

- Stylo Caran d'Ache
- Crayons Caran d'Ache
- Chocolats napolitains
- Magnets
- Cartes postales
- Pin's Geneva
- Gourdes SIGG

La Fondation a fait le choix de proposer à ses visiteurs des produits locaux, majoritairement issus de la région genevoise. Actuellement, 100 % des produits sont fabriqués en Suisse, dont 71 % à Genève.

Par ailleurs, 57 % intègrent des matériaux recyclés et 28,5 % disposent d'une certification.

Pour l'instant, ces mesures sont regroupées dans un tableau récapitulatif. Cependant, nous souhaitons suivre plus régulièrement l'évolution des pratiques de nos fournisseurs. Une mesure d'amélioration spécifique a été définie à ce sujet.

### 4.3 Quantité et qualité de l'emploi

La ville de Genève publie certaines données dans un rapport montrant le portrait économique de la ville de Genève en 2019. Les autres données se basent sur le compte satellite du tourisme (dernières données 2021).

#### 4.3.1 Nombre de personnes employées dans l'hôtellerie et la restauration

[Selon une étude de 2022](#) réalisée par l'office cantonal de la statistique, le nombre d'emplois en équivalents plein temps dans les services d'hébergement et de restauration s'élève à 6'808.

#### 4.3.2 Nombre d'apprentis dans l'hôtellerie et la restauration

L'étude ne fournit pas d'information sur le nombre d'apprentis.

#### 4.3.3. Nombre d'établissements d'hôtellerie et de restauration

- 126 établissements hôteliers (destination : canton de Genève)
- 1 979 restaurants à Genève selon le site de TripAdvisor

#### 4.3.4. Nombre de personnes employées dans d'autres secteurs touristiques

[Selon une étude de 2022](#) effectué par l'office cantonal de la statistique, le nombre de personnes employés dans d'autres secteurs touristiques s'élève à d'emplois à 15'065 emplois en équivalents plein temps.

## 5. Environnement : protection de la nature et du paysage

### 5.1 Effets sur la nature et l'environnement

À ce jour, la Fondation Genève Tourisme & Congrès entretient peu de liens directs avec les acteurs engagés dans la protection de la nature. Consciente de l'importance de ces parties prenantes dans une approche véritablement durable, la Fondation a décidé d'intégrer des représentants du secteur environnemental dans le processus de co-construction de sa nouvelle stratégie touristique (2026–2030).

Cette démarche vise non seulement à instaurer un dialogue régulier et constructif, mais également à mieux comprendre les impacts environnementaux potentiels du tourisme sur les écosystèmes locaux. L'objectif est de co-définir des mesures correctives adaptées, en s'appuyant sur l'expertise de ces acteurs pour faire évoluer les pratiques de manière plus respectueuse des milieux naturels.

La Confédération a identifié des sites d'importance nationale, sous la forme d'inventaires fédéraux. Dans ce cadre, on trouve aujourd'hui à Genève :

- 5 bas marais (IBM),
- 6 zones alluviales (IZA),
- 36 prairies et pâturages secs (PPS),
- 21 sites importants pour la protection des batraciens (OBat).

Ils représentent une surface totale d'environ 2'500 ha, soit 9% de la superficie du canton. Il incombe au canton d'assurer la pérennité de ces sites en garantissant leur protection et une gestion de qualité.

Actuellement, les réserves instituées sont au nombre de 54 pour une surface totale de près de 640 ha, soit 2,3 % du canton.

### 5.2 Coopération avec les acteurs de la conservation de la nature

À ce jour, la Fondation n'a identifié aucun conflit entre les visiteurs et les acteurs de la conservation de la nature. Toutefois, elle souhaite associer ces derniers aux réflexions menées dans le cadre de l'élaboration de sa nouvelle stratégie 2026-2030 en faveur d'un tourisme durable.

Les processus de construction sont régis par les lois cantonales qui prévoient l'inclusion de toutes les parties prenantes concernées. Ces éléments sont mentionnés dans les annexes sous la section 5.1.

### 5.3 Conservation de la biodiversité

Le canton de Genève a élaboré une stratégie pour la préservation et la protection de la biodiversité. Il met en œuvre une stratégie complète élaborée avec plusieurs parties prenantes. L'État prévoit d'investir 50 millions de francs entre 2025 et 2030 pour améliorer les infrastructures écologiques. Ce [Plan biodiversité](#) sera par exemple dédié à la création de passages sous la route pour la faune, à la lutte contre les plantes invasives, la réduction de la pollution lumineuse ou la restauration d'étangs.

### 5.4 Interaction avec les animaux sauvages

La Suisse et Genève ont mis en place plusieurs lois, ordonnances et réglementation pour assurer la protection de la faune sauvage dans le canton de Genève.

### 5.5 Paysage typique et paysage urbain

La planification des infrastructures touristiques ne fait pas partie de nos missions légales.

### 5.6 Gestion des visiteurs coordonnée à l'échelle régionale

Au niveau du canton, ils référencent la signalisation touristique sous forme d'indicateurs de direction pour la circulation (norme VSS 640827c), les indicateurs de direction pour piétons ne sont pas référencés. Ci-dessous le référencement des panneaux existants sur le canton de Genève :

- OSR 4.33 (fond blanc) complété par des symboles OSR 9.01 (gare), 9.36 (centre sportif) ou 9.38 (camping)
- [OSR 8.99 \(fond brun\)](#) - liste dans le fichier Excel ci-joint "5.5 panneaux touristiques"

Au niveau de Genève Tourisme & Congrès, notre mission se limite à la création graphique. La mise en place, le suivi et l'administration relèvent exclusivement de la responsabilité de l'État.



Afin de garantir une orientation optimale des visiteurs au sein de la destination, une mesure a été intégrée au rapport d'amélioration, prévoyant une analyse pour le recensement de la signalétique existante. Cependant, nous soulignons que la gestion des visiteurs ne constitue pas, à ce jour, une problématique identifiée.

## 5.7 Zones proches de la nature et installation extérieure

L'office du tourisme ne dispose pas d'installation propre à l'exception des offices du tourisme. Actuellement, nous disposons d'un pavillon éphémère et de l'office du tourisme dans la gare. Cependant, le pavillon éphémère ne sera pas reconduit en 2026.

## 5.8 Exploitation des espèces et bien-être animal

Dans le canton de Genève, plusieurs lois et réglementations encadrent la protection des animaux et l'exploitation des espèces, afin de garantir leur bien-être et leur préservation. Deux cadres législatifs principaux sont à relever :

- La loi fédérale sur la protection des animaux, accompagnée de son ordonnance d'application, régit les conditions de traitement, de détention, d'utilisation et d'intervention sur les animaux vertébrés, les céphalopodes (Cephalopoda) ainsi que les décapodes marcheurs (Reptantia).
- La loi sur la faune (LFaune) et son règlement d'application (RFaune) visent, quant à eux, à protéger la faune indigène tout en maintenant un équilibre entre les besoins de la nature et ceux des activités humaines. Ces textes prévoient la conservation et la création de biotopes, la régulation du tir et de la capture des animaux sauvages, les conditions de réintroduction d'espèces ainsi que la sensibilisation du public à la connaissance et au respect de la faune. L'équilibre naturel est ici défini comme une cohabitation harmonieuse entre les espèces, entre elles et avec leur environnement, sans mettre en danger la sécurité des personnes ni des biens.

## 6. Environnement : Gestion des ressources

### 6.1 Champs d'action du changement climatique

Un représentant du canton et un représentant de la ville de Genève siègent au sein du Conseil de durabilité. Par ailleurs, le canton, la ville et les Services industriels de Genève (SIG) mettent en œuvre des formations ainsi que des campagnes de sensibilisation sur le changement climatique, incluant des mesures d'adaptation et de réduction. Plusieurs dispositifs de soutien financier sont également disponibles pour accompagner les résidents et les entreprises dans la mise en place de ces actions.

### 6.2 Adaptation aux changements climatiques

Les installations touristiques sont soumises à la politique en place au niveau cantonal et/ou de la municipalité. D'autre part, l'aéroport de Genève a mis en place sa propre politique de développement durable avec des objectifs spécifiques d'adaptation au changement climatique disponible sur leur [site](#).

### 6.3 Concepts de mobilité respectueux de l'environnement

En séjournant dans un hébergement à Genève, les touristes reçoivent gratuitement la « Geneva Transport Card » (GTC) en version digitale. Grâce à elle, les transports publics genevois sont gratuits durant toute la durée de votre séjour.

Cette carte, personnelle et intransmissible, permet d'utiliser sans limites le réseau genevois des transports publics UNIRESO: Bus, train et bateau (Mouettes genevoises) pour toute la durée du séjour. La GTC est transmise via un lien par email trois jours avant l'arrivée et permet d'obtenir la GTC sur le smartphone ou par email. Il est donc possible de l'utiliser pour rejoindre un hébergement depuis l'aéroport ou la gare. Le taux de distribution de la carte de transport GTC varie durant l'année entre 43% et 47%, soit près d'un million d'utilisateurs.

Après le séjour, les clients reçoivent un email avec un questionnaire de satisfaction. Les informations sont recensées ensuite dans un tableau de monitoring qui montre l'évolution de la distribution des cartes digitales depuis sa mise en place (1.6.2022). Actuellement, le nombre de répondants s'élève à 3'978 sur 3 mois, ce qui ne représente environ 1% des nuitées. Cependant les résultats montrent une augmentation constante depuis la mise en place du système digital.

Dans le cadre de la formation « Geneva Excellence Club » niveau I aux partenaires de la destination, la responsable qualité met l'accent sur les solutions de mobilité durable pour se déplacer dans le canton de Genève, tout en valorisant la GTC auprès du personnel d'accueil de la destination.

Par ailleurs, la promotion de la GTC se poursuit également auprès des hôtes Airbnb. La Fondation a pris contact avec le représentant des hôtes en Suisse romande et avons envoyé un document récapitulatif (factsheet) contenant toutes les informations pertinentes sur la promotion de la GTC auprès de leurs hôtes. Nous leur avons également proposé de participer gratuitement aux formations du Club d'Excellence liées à l'accueil des visiteurs. De plus, nous leur avons fourni des liens et des informations pratiques concernant les conseils et les documents à disposition pour les hôtes.

Les transports publics genevois (TPG) s'engagent dans des solutions de mobilité innovantes et écoresponsables et ont pour ambition d'avoir une flotte de véhicules 100% électriques dont l'exploitation ne produit pas d'émission de gaz à effet de serre d'ici 2030.

D'autre part, Genève Tourisme & Congrès fait également largement la promotion de la découverte de la ville en vélo.

### 6.4 Arrivée et départ respectueux de l'environnement

Actuellement, nous formons les équipes d'accueil à la mobilité douce au travers des formations du « Geneva Excellence Club ». Une page sur le site de Genève Tourisme a été créée afin de valoriser les moyens d'arrivée et de se déplacer de manière plus durable à Genève : <https://www.geneve.com/fr/votre-sejour/se-rendre-a-geneve/arrivee-durable-a-geneve> Parallèlement en amont du voyage Genève valorise auprès des visiteurs la carte des transports publics gratuite. Cependant nous ne disposons pas des données sur le mode de transport des personnes qui séjournent à Genève.

### 6.5 Mobilité respectueuse de l'environnement sur site

Comme mentionné, la carte des transports publics est offerte à toute personne séjournant une nuit dans la ville. Dans le cadre des formations proposées par le « Geneva Excellence Club », toutes les nouvelles personnes en charge de l'accueil dans les établissements touristiques de la destination reçoivent une formation sur les différents modes de transport durable disponibles (transports publics, mouettes, vélos, etc.). La marche est souvent conseillée pour visiter les principaux lieux d'intérêt dans le centre-ville. Nous encourageons également la mobilité douce et les itinéraires cyclables, que nous mettons en avant sur notre flyer de durabilité ainsi que sur notre site interne.

Flyer : Explorez Genève de manière responsable & Site internet : Itinéraire à vélo

**BIENVENUE À GENÈVE ! VOICI QUELQUES CONSEILS PRATIQUES POUR VISITER LA DESTINATION DE FAÇON RESPONSABLE**

- TRANSPORTS GRATUITS** : Demandez votre carte de transport à la réception de votre logement pour profiter gratuitement des tramways, bus et mouettes durant votre séjour.
- RECYCLAGE** : Aidez-nous à recycler les déchets en utilisant les poubelles prévues à cet effet.
- PATRIMOINE CULTUREL GENEVOIS** : Découvrez notre patrimoine culturel à travers de nombreuses attractions gratuites.
- CHOCOLATERIES LOCALES** : Offrez-vous des douceurs locales en dégustant le chocolat genevois dans les meilleures chocolateries.
- COMMERCES LOCAUX** : Découvrez nos boutiques de créateurs et artisans locaux pour rapporter des souvenirs authentiques.
- ÉCONOMISER DE L'ÉNERGIE** : Genève s'engage pour une électricité 100% renouvelable. Adoptez des habitudes de consommation responsables durant votre séjour.
- FONTAINES ET EAU POTABLE** : Buvez l'eau de Genève qui est potable et de très bonne qualité. Utilisez l'application GE-soif pour localiser les fontaines publiques.
- VILLE VERTE** : Profitez des nombreux parcs dans l'une des villes les plus vertes d'Europe.
- ACTIVITÉS BAS CARBONE** : Découvrez nos suggestions d'activités à faible impact carbone.
- TRADITIONS LOCALES** : Imprégné(e) des traditions genevoises pour une expérience encore plus enrichissante.
- MESUREZ VOTRE EMPREINTE CARBONE** : Avec m'écoposte, trouvez des moyens pour contribuer à la protection climatique.
- RESTAURATION ENGAGÉE** : Mangez local et de saison dans l'un des nombreux restaurants référencés.
- VISITEZ GENEVE À VÉLO** : Découvrez la ville en empruntant l'un de nos itinéraires pour vélo.
- VISITEZ GENEVE À PIED** : Dérivez à pied dans notre ville à taille humaine avec nos itinéraires et balades.

**ITINÉRAIRES À VÉLO**

Le route du Rhône - Tour du Léman - Genève - Mont-Salève - La Route du Pied du Jura - Oméga Jura

Genève est une ville conviviale pour les cyclistes avec des pistes cyclables sur presque tous les chemins et routes. La campagne est aussi jolie à découvrir à deux roues. Voici quelques-unes des meilleures pistes cyclables qui vous permettront d'explorer la ville et ses environs.

## 6.6 Protection du climat et de l'environnement dans les entreprises

À ce jour, nous ne disposons pas de cette donnée, d'autant que Genève compte un grand nombre d'établissement hôtelier de tailles et de catégories variées. Nous allons toutefois explorer la possibilité de l'obtenir dans les prochaines années. En attendant, un point spécifique a été ajouté au rapport d'amélioration afin de suivre cette évolution.

## 6.7 Consommation d'eau et risque hydrique

Le canton de Genève met en place un ensemble de mesures pour assurer une gestion responsable de la consommation d'eau et prévenir les risques liés à cette ressource essentielle. Ce dispositif s'appuie sur les principes généraux de surveillance de la qualité de l'eau, en lien avec la Loi fédérale sur la protection des eaux, la Loi cantonale sur les eaux, ainsi que la Directive cantonale sur le contrôle de l'assainissement des eaux. Face aux risques naturels, tels que les crues, des mesures préventives et des dispositifs de surveillance sont déployés. La sensibilisation joue également un rôle central, avec des campagnes d'information sur la gestion de l'eau, la brochure « Où évacuer l'eau de pluie ? », et les programmes des Services industriels genevois (SIG), comme « Oh mon eau » et les écoGESTES, qui encouragent les comportements économes en eau. Par ailleurs, des outils sont à disposition des citoyens pour signaler tout problème lié à l'eau potable ou à la qualité de l'eau dans les bains et piscines publics, renforçant ainsi la sécurité sanitaire et la réactivité des services compétents.

## 6.8 Qualité de l'eau

Le canton de Genève s'engage activement en faveur de la préservation de la qualité de l'eau, en s'appuyant sur un cadre légal rigoureux. Le canton de Genève met en œuvre plusieurs dispositifs pour assurer une gestion durable et responsable des eaux usées. Ces mesures sont réglementées au travers de la Loi sur les Eaux (LEaux-GE), Art 16,17 et 18.

## 6.9 Eaux usées

Le canton de Genève met en œuvre plusieurs dispositifs pour assurer une gestion durable et responsable des eaux usées. Ces mesures sont réglementées au travers de la Loi sur les Eaux (LEaux-GE), Art 54(19).

## 6.10 Pollution lumineuse et sonore

La loi genevoise modifiant la loi sur l'énergie (LEn), intitulée « Pour que la nuit soit belle 365 jours par an ! » (12605) s'inscrit dans le cadre de la transition énergétique. Elle vise à promouvoir la production d'énergie renouvelable, en particulier solaire, et à améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments, conformément aux objectifs de la loi sur l'énergie.

Dans ce contexte, la loi introduit des mesures pour réduire la consommation électrique, notamment en limitant l'utilisation des enseignes lumineuses extérieures et de l'éclairage nocturne des bâtiments non résidentiels. Ces dispositifs doivent être éteints entre 1h et 6h du matin, sauf en cas d'activité prolongée, auquel cas l'extinction doit intervenir au plus tard une heure

après l'arrêt de l'activité. Sont concernés les enseignes situées sur les façades ou toitures, ainsi que l'éclairage visible depuis l'extérieur des bâtiments, tels que bureaux, hôpitaux ou dépôts.

Parallèlement, la ville de Genève a lancé la campagne « Éteindre au cœur de la nuit », accompagnée d'un guide pratique « Lumière en ville de Genève », afin de sensibiliser le public et de lutter contre la pollution lumineuse.

Enfin, un règlement encadrant les mesures contre les nuisances sonores a également été adopté et mis en œuvre.

## 6.11 Efficacité énergétique

Un Plan directeur de l'énergie 202-2030 a été élaboré par le canton.

En parallèle, les Services industriels genevois (SIG) proposent plusieurs programmes d'accompagnement pour les collectivités, les entreprises et les particuliers pour réduire leur consommation d'énergie au travers du programme "ECO-21". Portant les objectifs de la Confédération (Stratégie énergétique 2050) et du canton de Genève (société à 2000W), il a pour ambition de faire de Genève la région la plus efficiente au monde.

Dans le cadre de l'établissement de notre bilan carbone cette année, nous avons pour ambition de monitorer et fixer des objectifs concrets pour notre entreprise.

## 6.12 Déchets

Le « Plan de gestion cantonal des déchets » est l'outil opérationnel qui décrit l'organisation et les infrastructures nécessaires à la gestion des déchets dans le canton. Il est construit selon 4 axes :

- Diminuer les déchets à la source
- Améliorer le tri et la valorisation des déchets
- Éliminer les déchets sur le territoire
- Faire de l'État, des communes et des institutions publiques autonomes des exemples en la matière.

Ces axes sont déclinés dans la loi sur les déchets adoptée récemment.

La centrale de gestion des déchets Cheneviers IV répondra aux objectifs ambitieux de la stratégie cantonale en matière de réduction des déchets. De 210'000 tonnes de déchets aujourd'hui, le canton devra trier plus pour s'adapter à la capacité de l'usine de 160'000 tonnes à l'horizon 2029.

Construite en 1993 et exploitée depuis 2001 par SIG, Cheneviers III l'usine actuelle est surdimensionnée et ses installations, vieillissantes, ont atteint leurs limites technologiques. L'usine a en effet été conçue pour traiter 400'000 tonnes de déchets par an, l'incinération des déchets étant alors une priorité à Genève. Depuis, le tri et le recyclage se sont développés. Le canton et SIG souhaitent par ailleurs relever le pari d'un avenir environnemental durable et de qualité, grâce à une technologie optimale de traitement et de valorisation des déchets : la production des déchets ne devra pas dépasser 160'000 tonnes par an d'ici 2025.

Le projet Cheneviers IV consiste à construire une nouvelle usine sur le même site que la précédente tout en maintenant l'exploitation durant les travaux. Ces derniers ont débuté en janvier 2018 et seront réalisés en deux étapes. La première étape, achevée en 2023, a permis la mise en service des nouveaux équipements de valorisation énergétique et le dévoiement de réseaux gênant les travaux à venir. La seconde débute en 2024 et verra la construction de la nouvelle usine (travaux de génie civil à partir de 2026) pour une mise en service programmée pour 2029. L'usine Cheneviers III sera ensuite démolie.

Pour inciter encore plus les résidents, les communes et les SIG proposent des [ateliers "Zéro déchet"](#) gratuits afin d'inciter les résidents à modifier leur mode de consommation.

[Une application](#) existe également pour donner les informations sur le tri des déchets et des affiches sont envoyées à tous les habitants une fois par année pour rappeler les mesures.

Les déchets incinérés comprennent les ordures ménagères des bureaux de la Fondation, à Cornavin. En 2024, un total de 724 kg de déchets produits par les activités de Genève Tourisme ont été incinérés, représentant une moyenne annuelle de 13 kg de déchets incinérables par collaborateur. Cette production de déchets induit 271 kgCO<sub>2</sub>e d'émissions de GES, soit 0.03% des émissions. La Fondation n'ayant pas accès à un suivi de sa production de déchets recyclables, une proportion de 40% des incinérables a été estimée, pour un total de 483 kg de recyclables.

Afin de comptabiliser uniquement le transport des déchets recyclés, une distance de 7 km a été estimée entre les bureaux et le centre de traitement. Ainsi, il a pu être estimé un total de 5 kgCO<sub>2</sub>e pour le transport des déchets recyclés.

Les émissions du poste « Déchets » de la FGT&C regroupent 275 kgCO<sub>2</sub>e, soit 0.03% des émissions totales de la FGT&C en 2024. Nous avons donc consigné ce point au rapport d'amélioration afin de pouvoir monitorer et réduire les déchets de la Fondation.

## 6.13 Papier

Dans le cadre de notre bilan carbone, nous avons pu recenser la quantité de feuilles de papier acheté en 2024. Au total nous avons acheté : 12500 feuilles de papier - 100% du papier acheté est garanti label "Ecolabel" -L'EU Écolabel est un label écologique. Ce label est uniquement octroyé à des produits ayant un impact réduit sur l'environnement. Les produits se composent pour au moins 50% de papier recyclé ou pour au moins 50% de fibres issues d'une gestion durable des forêts. La production du papier ne peut en aucun cas recourir à des substances toxiques. Le blanchiment au chlore gazeux est également interdit. Les azurants optiques (additifs chimiques régulièrement utilisés pour blanchir intensivement le papier) ne sont toutefois pas interdits.

Ce label impose des normes maximales d'émission de substances nocives dans l'eau et l'air lors de la production, comme le soufre, le phosphore et les substances organochlorées adsorbables. De même, il applique des normes en matière de consommation énergétique et d'émissions de CO<sub>2</sub>.

Dans les bureaux, des bacs de recyclage pour le papier et le carton sont mis à disposition afin d'encourager le recyclage. Il semble pertinent d'ajouter une mesure d'amélioration visant à réduire la quantité de papier utilisée dans l'entreprise, en renforçant les actions de sensibilisation auprès des employés. De plus, la mise à disposition de papier 100 % recyclé pour les impressions internes sera également mentionnée dans le rapport d'amélioration.

## 6.14 Comportement des employés respectueux de l'environnement

La Fondation mène plusieurs actions de sensibilisation au développement durable à destination de ses collaboratrices et collaborateurs, portées par la Green Team interne. En 2024, plus de dix initiatives ont été mises en œuvre pour sensibiliser les équipes à différents enjeux du développement durable, parmi lesquelles :

- Élaboration d'une charte pour l'organisation des événements responsables
- Mise en place d'une politique de bien-être (organisation de 5 cours de yoga et de pilates en entreprise)
- Sensibilisation à la consommation d'énergie dans les bureaux
- Sensibilisation aux impacts du numérique
- Organisation d'un *Kids'Troc* – les biens non échangés ont été donnés à une association locale
- Collecte de vêtements au profit du Vestiaire social
- Introduction du bénévolat en entreprise (½ journée par an et pas employé)
- Achat de contenants réutilisables et sensibilisation à la réduction des déchets
- Renforcement des avantages liés à la mobilité douce pour les employés
- Promotion de la Journée mondiale du tourisme à travers la co-création d'une carte des bonnes adresses genevoises

Par ailleurs, chaque nouvelle personne rejoignant l'entreprise bénéficie d'une formation dédiée, incluant une présentation de nos enjeux, de notre stratégie en matière de tourisme durable, des actions en cours ainsi que des outils disponibles.

## **7. Sociales : culture et identité**

### **7.1 Protection et préservation des biens culturels**

La destination met en place plusieurs mesures pour la protection du patrimoine culturel de la destination. L'office du tourisme s'occupe de sa promotion.

### **7.2 Artefacts culturels**

La protection des artefacts culturels est régie par une loi fédérale et un règlement d'application dans le canton. La ville de Genève s'est engagée dans une vaste démarche en faveur de la Protection des biens culturels.

### **7.3 Propriété intellectuelle**

L'Institut Fédéral de la Propriété intellectuelle (IPI) examine, délivre et administre les droits de propriété industrielle (marques, brevets et designs). Il défend l'indication de provenance « Suisse » sur le sol helvétique et à l'étranger en collaboration avec d'autres autorités et avec les associations et les entreprises. Il exerce la surveillance sur les sociétés de gestion des droits d'auteur. Il informe enfin de multiples manières les particuliers et les entreprises sur les droits de la propriété intellectuelle.

L'IPI est le centre de compétences de la Confédération pour toutes les questions touchant aux brevets, aux marques, aux indications géographiques, aux designs et au droit d'auteur. Son mandat de prestations est inscrit dans l'acte définissant son statut. L'IPI est aussi chargé de préparer les textes législatifs dans le domaine de la propriété intellectuelle, de conseiller le Conseil fédéral et les autres autorités fédérales et de représenter la Suisse sur le plan international. Le mandat légal de l'IPI est concrétisé en permanence par les instances politiques, et notamment par la direction du Département fédéral de justice et police.

Par ailleurs, il existe également une loi sur le droit d'auteur et les droits voisins.

La présente loi règle :

- a) La protection des auteurs d'œuvre littéraire et artistique
- b) La protection des artistes interprètes, des producteurs de phonogrammes ou de vidéogrammes ainsi que des organismes de diffusions
- c) La surveillance fédérale des sociétés de gestion

### **7.4 Identité culturelle**

Genève Tourisme met en valeur le patrimoine culturel immatériel de la destination à travers ses outils de communication.

Une page dédiée à la richesse historique et culturelle de Genève est disponible sur notre site internet. Par ailleurs, la Discovery Map fait également référence à des traditions emblématiques, telles que l'Escalade et la marmite.

Dans ce cadre, le "Geneva Excellence Club », bien qu'ayant une vocation principale de formation, contribue également à cette valorisation. Ce programme gratuit propose des modules de formation variés, pratiques et ludiques, destinés à approfondir les connaissances sur Genève. Il s'adresse notamment au personnel d'accueil, avec pour objectif de renforcer leur compréhension de la destination, en mettant en lumière ses traditions, sa culture locale et son patrimoine immatériel.

Les membres du club bénéficient davantage à chaque niveau atteint et sont invités à des événements de réseautage et de partage d'expériences

### **7.5 Accès aux sites naturels et culturels**

Tous les sites naturels et culturels sont accessibles à l'ensemble de la population, il n'existe pas de restriction.

## 8. Sociales : bien commun et qualité de vie

### 8.1 Droits de l'homme

Le 23 mars 2023, le Grand Conseil a adopté à une très large majorité une loi générale sur l'égalité et contre toutes les discriminations ([LED- L13279](#)), et sa première loi sectorielle : [LED-Genre \(L12843\)](#). Celle-ci porte plus spécifiquement sur l'égalité et la lutte contre les discriminations liées au sexe et au genre. Elle était voulue depuis le début de la législature par le Conseil d'État qui en avait déposé une première version en décembre 2020. D'autres lois sectorielles, par exemple dans le domaine du racisme ou du handicap, pourront ensuite s'ajouter et continuer à compléter la loi générale LED.

La ville de Genève défend et promeut des valeurs d'égalité et de diversité, à la fois au sein de son administration et auprès du grand public. Son action en la matière se décline notamment en trois thématiques étroitement corrélées : [la diversité culturelle](#), [l'égalité entre les femmes et les hommes](#) et [la non-discrimination en raison de l'orientation sexuelle ou de l'identité de genre](#).

La politique Égalité et Diversité de la ville de Genève mobilise l'ensemble des services de l'administration municipale et est coordonnée par le pôle Égalité-Diversité du Service Agenda 21-ville durable, en collaboration avec la Direction des ressources humaines [Promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes](#). Elle agit à plusieurs niveaux et développe des projets de lutte contre les discriminations liées au genre en collaboration avec le réseau associatif et institutionnel genevois.

La ville de Genève défend et promeut des valeurs d'égalité et de diversité, conditions indispensables au développement d'une société durable.

Elle met en œuvre des politiques qui visent à valoriser la diversité culturelle et à lutter contre les discriminations raciales, à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes et à lutter contre la violence et les discriminations en raison de l'orientation sexuelle ou de l'identité de genre.

Elle développe une administration responsable inclusive et non discriminante, dans le cadre de la politique de la diversité adoptée par le Conseil administratif.

De son côté, la FGT&C s'engage à placer le bien-être, la santé et la sécurité de ses collaborateurs au cœur de ses priorités. À ce titre, elle met en œuvre toutes les mesures nécessaires pour garantir leur protection. La politique RH et le concept MSST concrétisent cet engagement en assurant la prévention des risques professionnels ainsi que la promotion active de la santé et de la sécurité au travail.

La FGT&C s'engage à protéger la personnalité et les droits de ses collaborateurs. Elle œuvre à créer un environnement de travail fondé sur le respect mutuel, l'efficacité professionnelle et le développement personnel.

Elle s'engage à préserver l'intégrité personnelle de ses collaborateurs. Pour ce faire, elle fait appel à des partenaires externes afin d'apporter un soutien spécialisé en cas de situations telles que le harcèlement, le stress, le mobbing ou la discrimination. Conformément à la politique MSST, elle met à disposition une « Personne de Confiance » externe, à laquelle les collaborateurs peuvent s'adresser en toute confidentialité.

Finalement, la FGT&C s'engage à garantir un cadre de travail sûr et respectueux. Nous ne tolérerons aucune atteinte à l'intégrité personnelle de nos collaborateurs et prendrons les mesures nécessaires pour sanctionner tout comportement inapproprié.

### 8.2 Gestion des risques

En cas de menace grave pesant sur le territoire genevois (telle qu'une catastrophe naturelle, sanitaire, industrielle ou un attentat), le dispositif ORCA GE (Organisation de la Réponse en Cas d'Accident majeur) est activé afin d'assurer la protection de la population.

Chaque individu est considéré comme un acteur essentiel de sa propre sécurité ; il lui appartient donc de s'informer, de se préparer et de respecter les consignes émises par les autorités.

Ce dispositif est coordonné par l'Office cantonal de la protection de la population et des affaires militaires (OCPAM), qui est responsable de la mise en œuvre des mesures de protection de la population dans le canton de Genève. Son action repose sur une analyse continue des risques, lui permettant de s'assurer que les dispositifs de secours et les moyens d'intervention disponibles sont adaptés aux menaces identifiées.

Le Service de la protection civile et des affaires militaires est rattaché à l'OCPAM. À noter qu'aucune distinction n'est faite entre la population résidente, les touristes ou toute autre personne présente sur le territoire genevois en cas de catastrophe : toutes sont considérées de la même manière dans les dispositifs de secours.

[Le site ORCA-GE](#) précise : « Comment s'informer en cas de catastrophe sur Genève ? » et en cas d'alerte, les consignes et informations à la population sont diffusées en continu sur : [www.ge.ch](http://www.ge.ch).

Dans le cadre du plan canicule, Genève Tourisme & Congrès collabore avec la ville de Genève afin d'informer les équipes d'accueil sur les mesures à adopter et les messages à transmettre. L'objectif est de sensibiliser les visiteurs aux risques liés aux fortes chaleurs et de leur fournir des recommandations adaptées.

En complément, une communication spécifique a été diffusée courant juin 2025 via la newsletter B2B de Genève Tourisme & Congrès. Elle visera à promouvoir l'application « Swiss Alert » auprès des partenaires, en tant qu'outil d'information et de prévention particulièrement pertinents durant la période estivale.

### **8.3 Qualité de l'emploi et conditions de travail favorables à la famille**

La Fondation Genève Tourisme & Congrès propose une politique d'horaire flexible ainsi que des mesures pour le télétravail. Le département RH participe à nombreux événements dans les écoles de la région afin de promouvoir l'activité de l'entreprise, des places de stages et d'apprentissage disponible. La Fondation propose une politique de formation complète afin que les employés puissent continuer à se former dans les domaines pertinents en lien avec leur activité. Participation en qualité de membre aux réseaux professionnels HR Genève. Il s'agit d'une association à but non lucratif au service des professionnels des Ressources humaines. Sa mission essentielle est la promotion de la fonction RH et la création de valeurs pour ses membres. Composée de représentants d'entreprises issus de tous les secteurs d'activités économiques, l'association compte à ce jour plus de 700 membres. Ses conférences, ses ateliers et sa participation aux différents congrès sont autant d'opportunités proposées à ses membres pour suivre l'actualité RH. En 2024, lors de notre journée du tourisme l'équipe des RH a animé un atelier autour de la rétention des talents dans notre industrie. Un email avec les informations pertinentes et de nombreux conseils a également été envoyé aux participants de l'atelier.

### **8.4 L'acceptation du tourisme par la population locale**

En février 2025, la Fondation Genève Tourisme & Congrès a lancé un questionnaire de satisfaction pour les résidents et résidentes de la destination. L'objectif dans un premier temps de comprendre la perception des résidents et des résidentes face au tourisme dans leur ville.

Les résultats de cette enquête seront présentés à l'ensemble des collaborateurs et des collaboratrices de la Fondation. L'idée étant à terme de voir comment nous pouvons impliquer plus les résidents et résidentes dans la promotion du tourisme et, selon les résultats, voir quelles sont les mesures que nous pourrions mettre en place pour réduire les éventuelles nuisances identifiées.

### **8.5 Bénévolat et engagement citoyen**

#### **Soutien aux manifestations à caractère touristique et engagements durables :**

Genève Tourisme & Congrès propose un soutien aux manifestations présentant un intérêt touristique pour la destination. Les organisateurs peuvent soumettre une demande de soutien, laquelle est ensuite examinée par le Conseil de Fondation. Cette année, un nouveau critère portant sur les mesures mises en place en matière de développement durable a été intégré à l'évaluation des dossiers. En contrepartie du soutien accordé, nous pouvons demander que le logo de Genève Tourisme & Congrès figure sur les supports de communication, notamment les affiches promotionnelles (LTour, art. 4, i et aux statuts de la FGT&C).

#### **Engagement bénévole des collaborateurs :**

En interne, la politique de bénévolat vient d'être validée par le Conseil de direction et présentée à l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices. Celle-ci prévoit que les employés peuvent consacrer jusqu'à 4 heures de leur temps de travail à des actions bénévoles.

#### **Développement durable et engagement communautaire :**

Actuellement, la destination ne dispose pas encore d'un dispositif structuré permettant d'impliquer et d'encourager les entreprises, les visiteurs et le grand public à participer de manière responsable aux initiatives communautaires et durables. Ce point a donc été ajouté au rapport d'amélioration.

### **8.6 Conditions de travail au sein de l'OGD**

La Fondation Genève Tourisme & Congrès promeut un environnement de travail favorable à la vie de famille en proposant le télétravail (jusqu'à 40 % par semaine pour un employé à temps plein, voir l'annexe « Télétravail » du règlement interne), des horaires flexibles (article 7 du règlement interne, mis en place en 2020 et réévalué au cours de cette année), ainsi que 5 à 6 semaines de vacances par an pour l'ensemble des collaborateurs (la loi suisse impose un minimum de 4 semaines, article 4 du règlement interne).

Le Conseil de Fondation et le comité de Direction accordent également des jours de congé supplémentaires à tous les employés : le jour d'anniversaire (article 11 du règlement interne), ainsi que plusieurs jours entre Noël et Nouvel An (les bureaux sont fermés pendant cette période).

Pour répondre aux points 8.6.1 et 8.6.2, il est important de préciser notre structure : La Fondation Genève Tourisme & Congrès collabore avec des guides touristiques. Certains sont engagés en tant qu'employés « sur appel », tandis que

d'autres travaillent comme indépendants. Les guides « sur appel » perçoivent un salaire lorsqu'ils sont sollicités pour une visite, comme l'indique leur statut.

Quant aux guides indépendants, ils proposent leurs services et sont engagés ponctuellement pour une visite. Il n'est donc pas possible d'attribuer un équivalent plein temps à ces deux catégories, car leur activité dépend de la demande, et de la saison (par exemple, les visites sont plus nombreuses durant les périodes estivales).

Voici ce que nous pouvons garantir à ce jour :

- Nombre d'employés permanents (équivalents plein temps) : 59 employés permanents (équivalent plein temps : 51,30) et 28 guides touristiques engagés « sur appel » = 87 employés permanents au total
- nombre d'employés indépendants/saisonniers (équivalents plein temps) : 4 employés saisonniers (équivalent plein temps : 3,80) et 10 guides touristiques travaillant comme indépendants = 14 employés indépendants/saisonniers au total

Vous trouverez ci-joint notre organigramme en date du 1er janvier 2025. En bleu figurent nos employés permanents (à l'exclusion des guides « sur appel »), et, en vert, nos employés saisonniers (à l'exclusion des guides indépendants).

	Unité	2024	2025	2026
8.6.1. Nombre d'employés permanents (équivalents complets)	Anz	59		
8.6.2. Nombre de travailleurs indépendants/saisonniers (équivalents temps plein)	Anz	14		

## 8.7 Satisfaction des employés à l'égard de l'OGD

L'enquête auprès des collaborateurs et des collaboratrices a été réalisée entre le 19 mars et le 27 mars 2025.

Tous les collaborateurs ont reçu un lien leur permettant d'accéder à l'enquête une seule fois. Au total, 52 questionnaires ont été remplis, ce qui correspond à un haut taux de participation de 80% de la part des équipes. L'indice de satisfaction des collaborateurs est calculé à partir des blocs de questions 1 à 7.

L'indice de satisfaction des collaborateurs est un indicateur clé de TourCert. Genève Tourisme a obtenu un indice de satisfaction de 76%, supérieur à la moyenne des autres destinations qui se situe à 74%.

## 8.8 Tolérance et inclusion

Dans une volonté d'incarner pleinement ses valeurs, la Fondation déploie une politique des ressources humaines fondée sur l'équité et l'inclusion. Ce principe s'applique à tous, de la direction à l'ensemble des collaborateurs. Aucune forme de discrimination n'est tolérée, depuis le recrutement jusqu'à l'ensemble du parcours professionnel (cf. Politique RH)

Pour veiller au respect de ces engagements, une personne de confiance, extérieure à la Fondation, est mandatée. Elle peut être contactée en toute confidentialité par toute personne rencontrant une difficulté.

## 8.9 Formation sur la durabilité

Tous les nouveaux collaborateurs de la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C) bénéficient d'une formation dédiée à la durabilité, incluant la stratégie de la destination, le plan d'action de la Fondation, ainsi qu'une présentation des initiatives en cours.

Par ailleurs, tous les employés de la Fondation ont le droit — et sont vivement encouragés — à participer aux formations proposées par le *Geneva Excellence Club*, afin de mieux connaître la destination. À ce jour, la participation est généralement proposée de manière ponctuelle et informelle par les responsables de département, en fonction des besoins et compétences métiers. Le processus d'intégration des nouveaux collaborateurs est en cours de révision, et la participation au Geneva Excellence Club a été identifiée comme une étape obligatoire du parcours d'onboarding.

Le Club dispose de trois niveaux de formation. La formation inclut des éléments en lien avec la durabilité et l'accessibilité.

Avec la désignation d'une responsable pour les projets liés à la durabilité, la FGT&C a décidé d'organiser plus régulièrement des formations sur le développement durable destinées à tous ses employés. Pour ce premier atelier de l'année 2025, elle propose une formation de base sur les émissions de gaz à effet de serre, à travers l'atelier "2 tonnes". Cet atelier permet de découvrir de manière ludique les leviers individuels et collectifs pour la transition vers un monde bas carbone, en élaborant en équipe votre propre scénario de transition bas-carbone jusqu'en 2050.

Les participants simuleront une trajectoire de décarbonation en fonction de leur empreinte carbone et de leurs choix, et visualiseront en temps réel l'impact de leurs décisions sur l'évolution des émissions, à la fois individuellement et collectivement.

Cet atelier propose une approche interactive qui vise à renforcer la compréhension et l'engagement des participants en matière de développement durable, tout en favorisant une prise de conscience collective sur ces enjeux cruciaux. <https://www.2tonnes.org/atelier-2tonnes>

## **9. Conclusion**

Le processus d'évaluation, les critères de TourCert et les enquêtes réalisées ont permis à Genève Tourisme & Congrès d'identifier les enjeux prioritaires en matière de durabilité sur le territoire et au sein de l'entreprise. Les mesures correspondantes sont recensées dans le rapport d'amélioration, qui constituera la feuille de route des actions à mener au cours des deux prochaines années.