

# DESTINATION NEXT

Résultats de l'outil de diagnostic en  
ligne multi-utilisateur:

Genève, Suisse

15 mai 2018



**Paul Ouimet**

**Anja Loetscher**

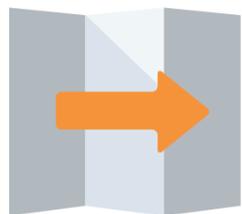


**DESTINATIONS**  
INTERNATIONAL

# DestinationNEXT

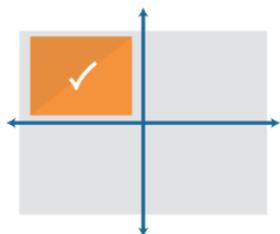
## Vision:

Fournir aux organisations de destination un puissant outil d'évaluation et des actions pratiques et des stratégies pour un succès durable dans un monde en pleine mutation



## Futures Study

- 75 tendances et 55 stratégies
- 433 répondants dans 52 pays

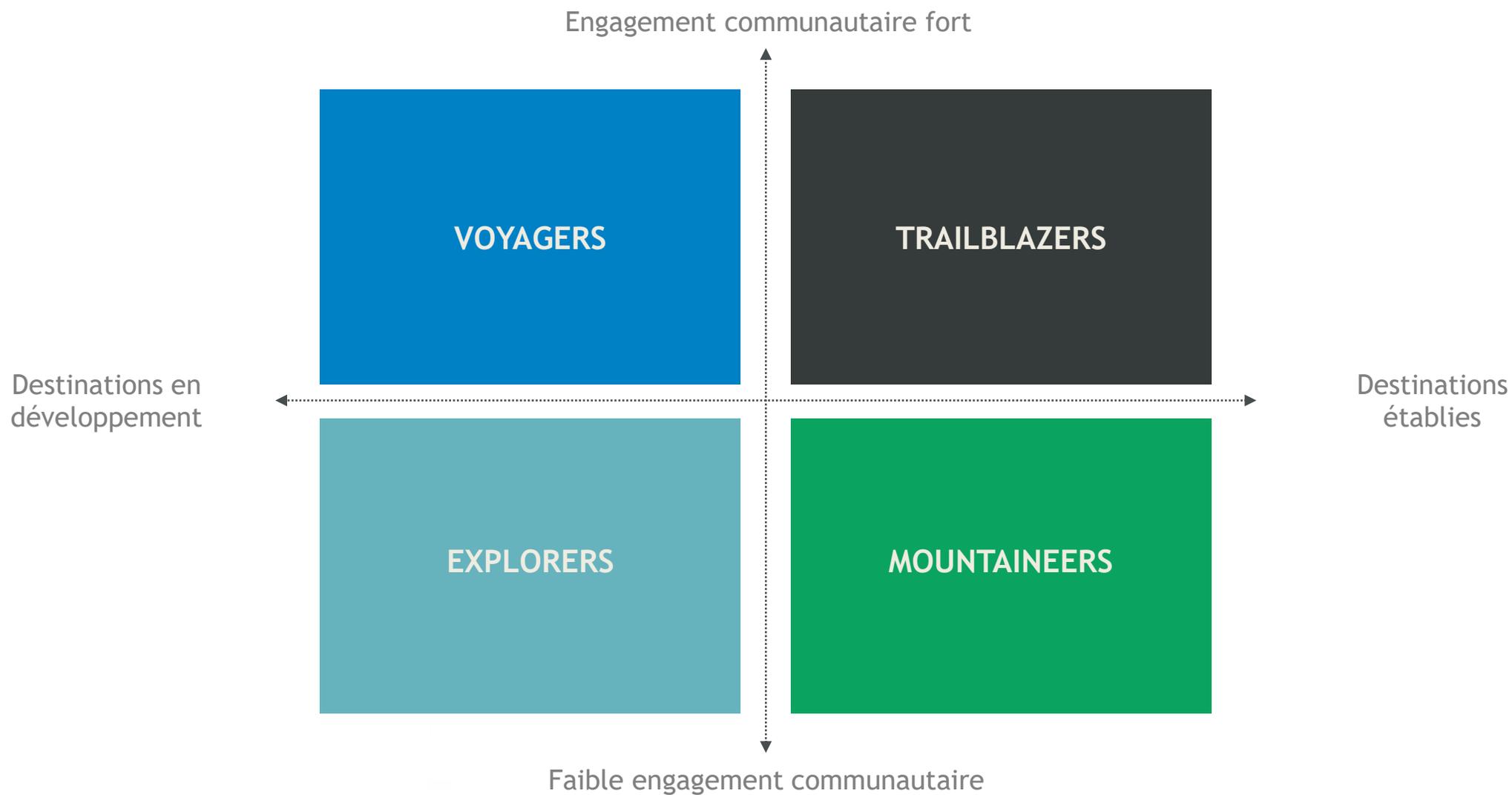


## Scenario Model & Assessment Tool

- 4 scénarios uniques
- 159 évaluations détaillées dans 11 pays

# Modèle de scénario

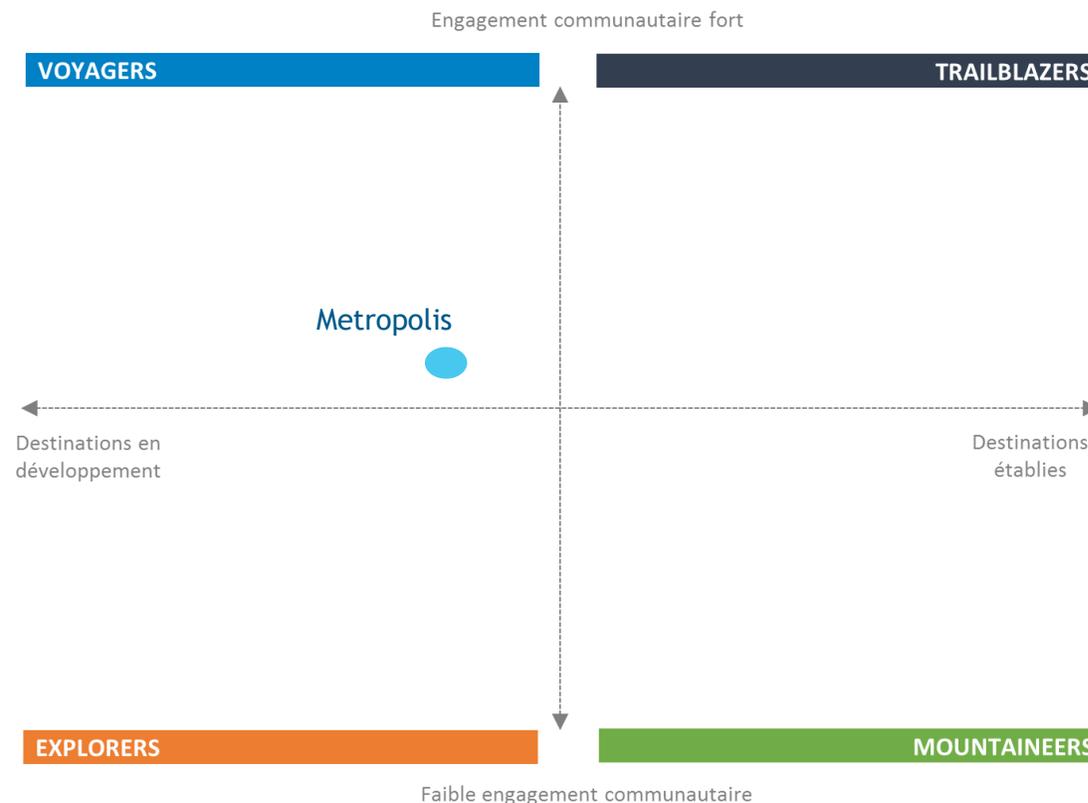
# Modèle de scénario



# Objectives

Modèle de scénario destiné à être un outil de diagnostic stratégique, pas un indice de référence pour classer les OMD, les OVC ou les destinations

**Auto-évaluation objective pour aider à identifier priorités et stratégies pour l'avenir**



# Variables de la force de destination



Une performance de destination mesurable



Marque



Hébergement



Attractions & Divertissements



Installations pour congrès et réunions



Accès aérien



Événements



Installations sportives et de loisirs



Communication et infrastructure Internet



Mobilité et accès

# Soutien communautaire et variables d'engagement



Modèle de gouvernance efficace



Solidité et soutien du partenariat



Soutien de l'industrie



Soutien communautaire local



Programme de plaidoyer efficace



Effectifs



Culture d'accueil



Coopération régionale



Soutien au financement et certitude



Développement économique

# Évaluations de destination



**350**

destinations de 18  
pays



**161**

évaluations  
détaillées  
réalisées dans 11  
pays



**70**

en cours ou prévu,  
y compris 5 autres  
pays



**60**

dans les  
discussions, y  
compris 14 autres  
pays

---

USA, Canada,  
Mexico, Switzerland,  
Colombia, Korea  
Guatemala, Taiwan,  
Denmark, Brazil  
Australia

---

Dominican Republic, El  
Salvador, Brazil, Ecuador  
South Africa

---

Peru, Argentina, Dubai,  
Germany, Honduras, Chile,  
New Zealand, United  
Kingdom, Thailand,  
Micronesia,  
Philippines, Russia, Ghana,  
Nigeria



# Canada



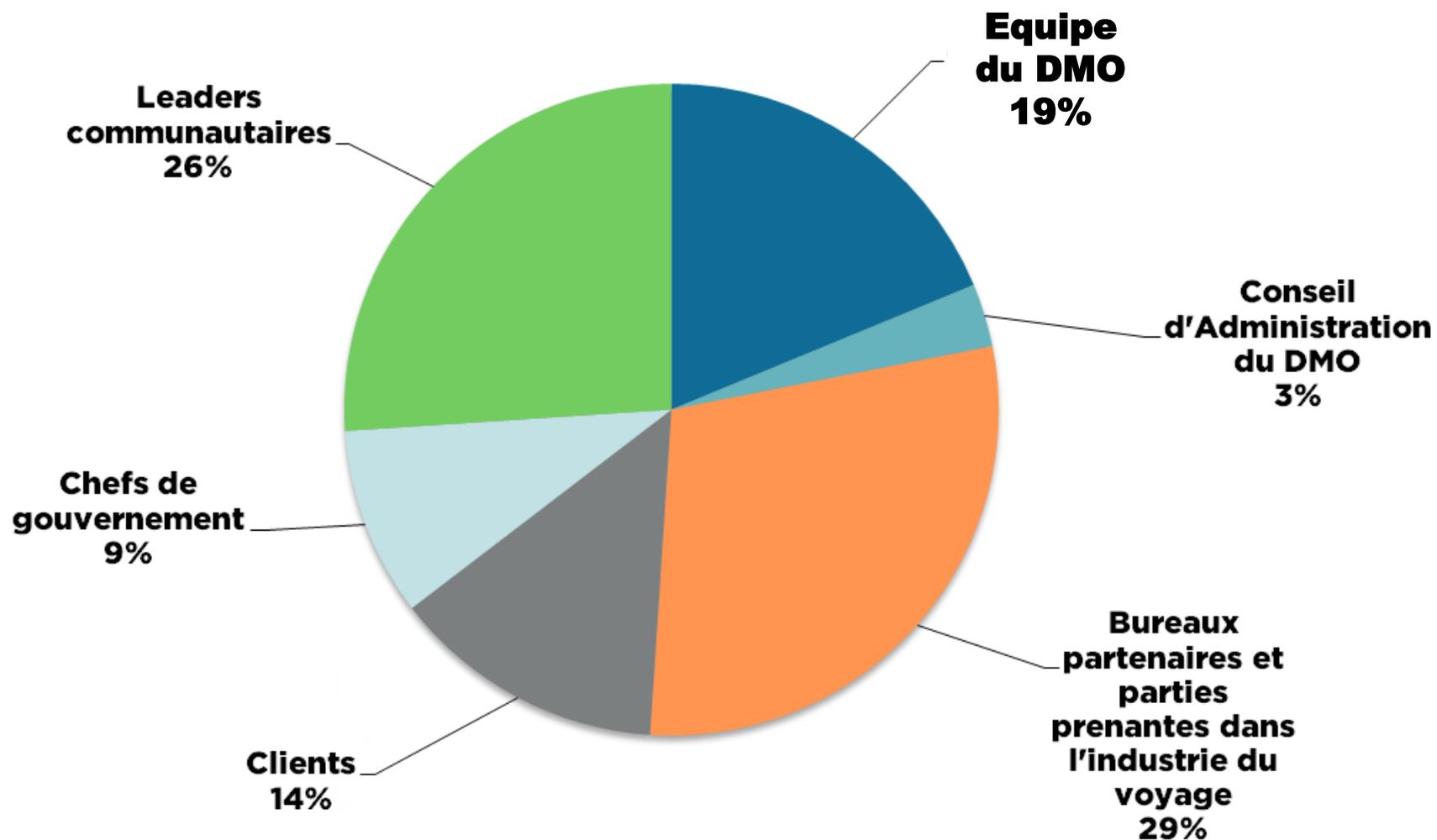
# Amérique latine

# L'Europe

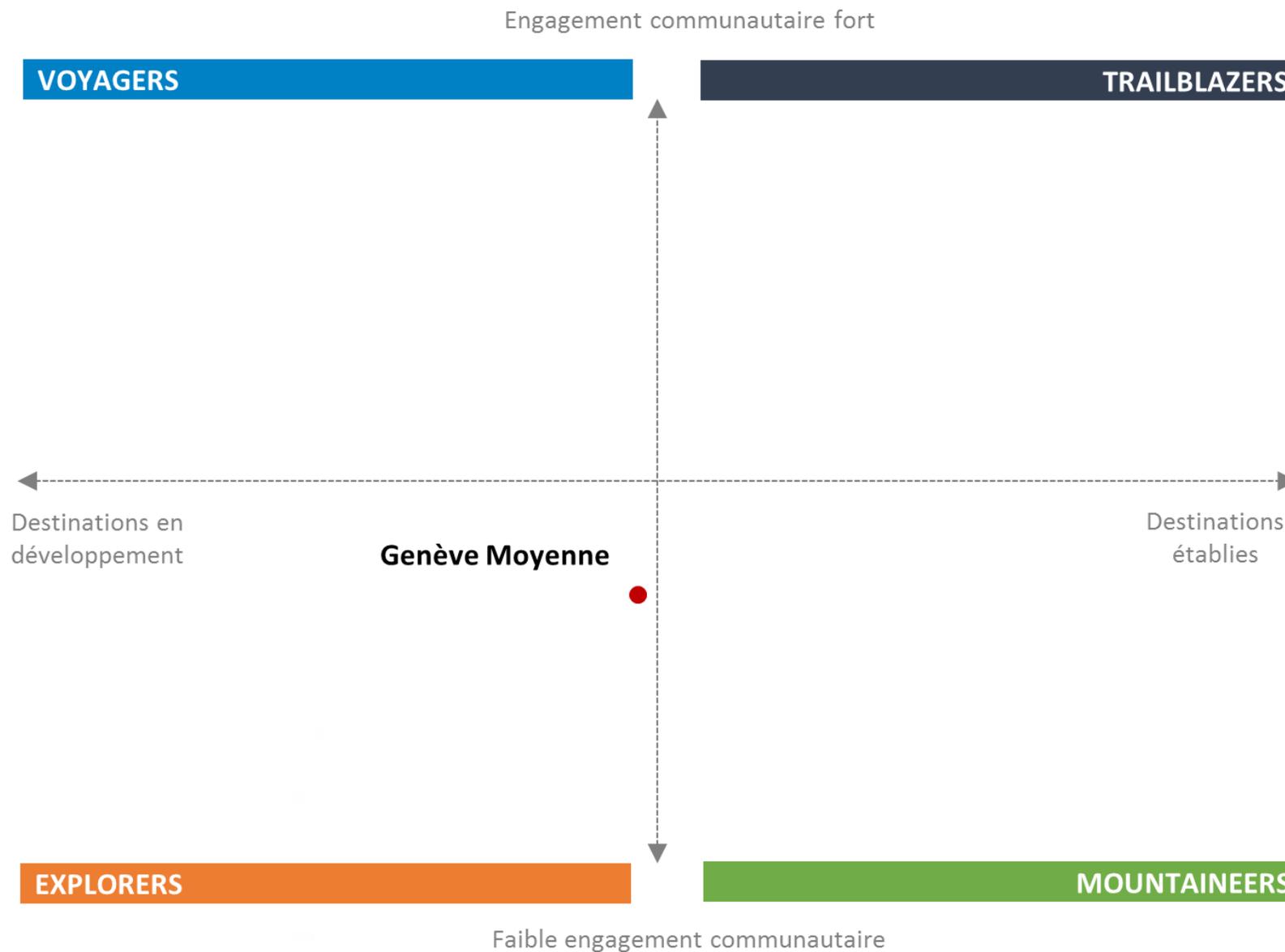
# Asie / Australie



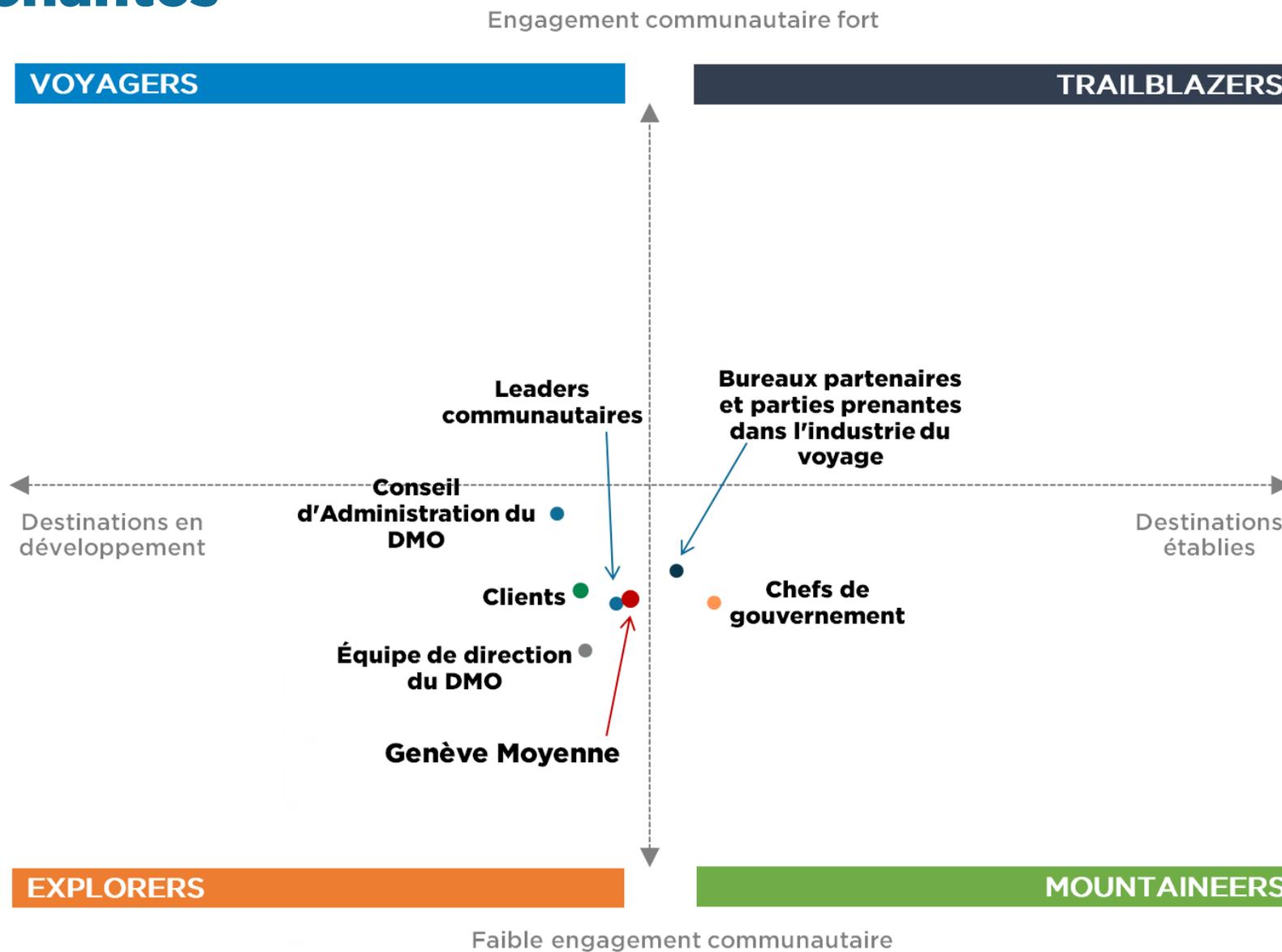
# 96 réponses sur 122



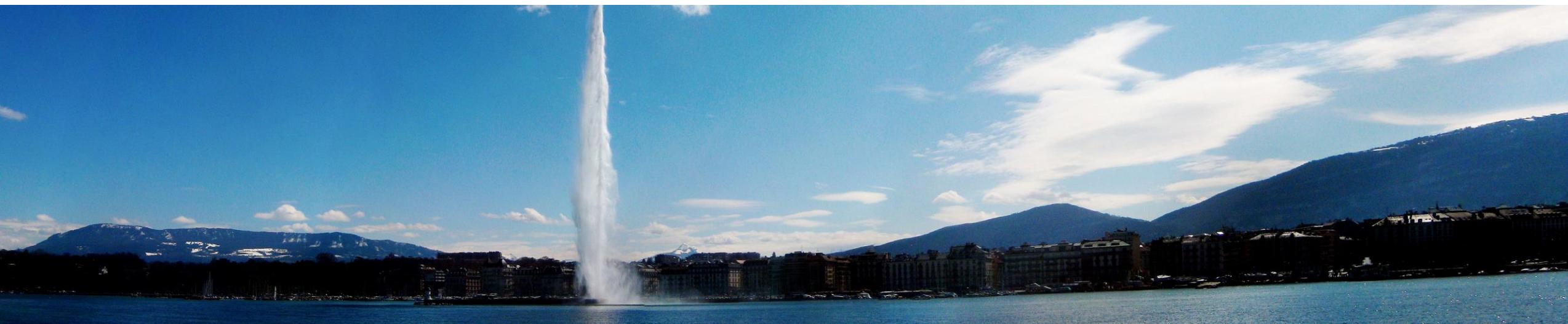
# Évaluation globale de Genève - Industrie



# Évaluation globale de Genève – Groupe des parties prenantes



# Classement de la force de la destination - Genève



Importance relative

Performances perçues



Marque

1<sup>st</sup>

3<sup>rd</sup>



Accès aérien

2<sup>nd</sup>

2<sup>nd</sup>



Mobilité et accès

3<sup>rd</sup>

10<sup>th</sup>



Hébergement

4<sup>th</sup>

6<sup>th</sup>

# Force de destination - Fiche de rendement

Variable	Importance relative (0-100%)			Performances perçues (1-5 scale)		
	Moyenne de l'industrie	Genève Moyenne	Déviation standard	Moyenne de l'industrie	Genève Moyenne	Déviation standard
Marque	10.5%	11.2%	1%	3.49	3.50	0.50
Accès aérien	9.2%	11.2%	1%	3.16	3.55	0.60
Mobilité et accès	10.1%	10.4%	1%	3.12	3.10	0.62
Hébergement	10.5%	10.2%	1%	3.54	3.40	0.86
Installations pour congrès et réunions	9.7%	10.1%	2%	3.11	3.45	0.65
Une performance de destination mesurable	10.0%	9.8%	1%	3.88	3.45	0.67
Attractions & Divertissements	10.8%	9.6%	1%	3.65	3.23	0.45
Evénements	9.7%	9.5%	1%	3.63	3.14	0.66
Communication et infrastructure Internet	10.1%	9.3%	1%	3.39	3.71	0.75
Installations sportives et de loisirs	9.4%	8.6%	1%	3.29	3.12	0.77

**FORCE DE DESTINATION - Genève** 3.37

**INTENSITÉ DE DESTINATION MOYENNE DE L'INTÉRIEUR** 3.43

**SCÉNARIO RÉSULTANT**

**EXPLORERS**

## Remarque

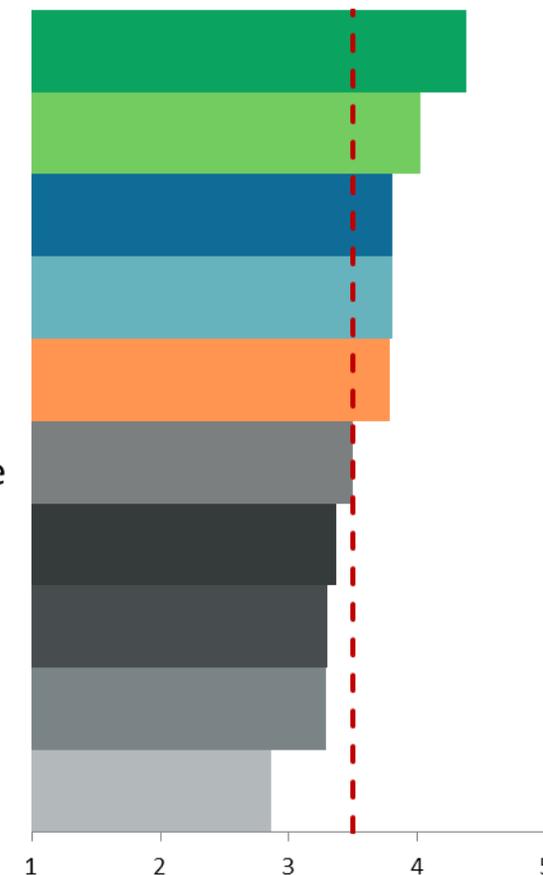
L'ombrage vert signifie que la destination a surpassé la moyenne de l'industrie de plus de 0,2.

L'ombrage jaune signifie que la destination a sous-performé la moyenne de l'industrie de plus de 0,2 mais de moins de 0,4. L'ombrage

rouge signifie que la destination a sous-performé la moyenne de l'industrie de plus de 0,4.

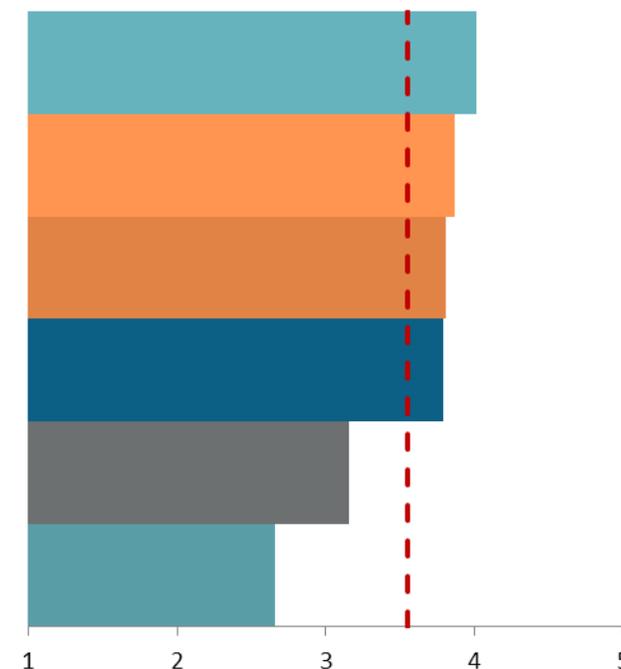
# Marque

- L'image principale de Genève est Jet d'Eau
- Connu pour être sûr, propre et sécurisé pour les visiteurs
- Appels à un large éventail de visiteurs
- A une marque établie qui est simple, mémorable et testée sur le marché
- Visiteurs internationaux amicaux
- L'industrie du tourisme utilise et exploite les médias sociaux pour soutenir la marque
- Connu comme étant en bonne santé et une ville active et en plein air
- Connu comme une ville de haute technologie et innovante
- Connu pour être respectueux de l'environnement et durable
- Connu pour avoir beaucoup de choses à voir et à faire



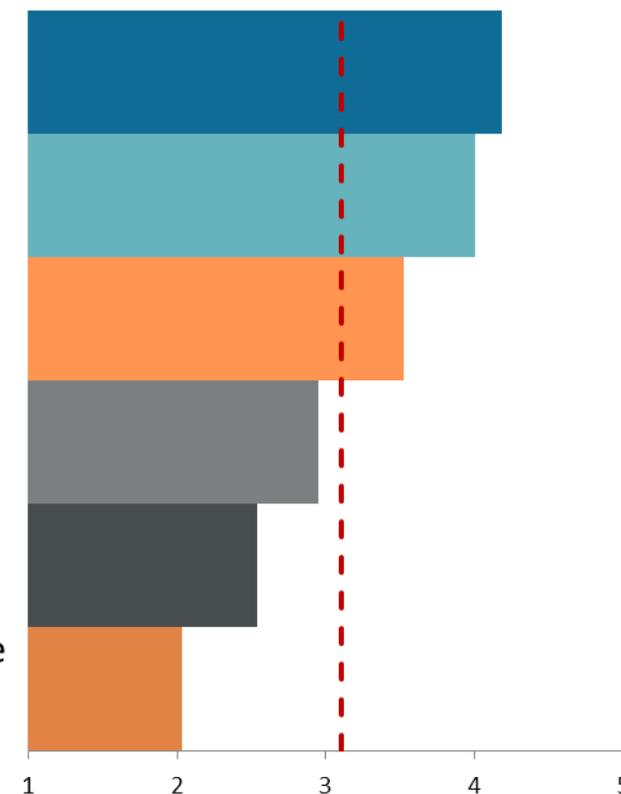
# Accès aérien

- Offre un accès aérien domestique varié et de qualité (par exemple, nombre de vols, horaire et capacité)
- Offre un accès aérien international varié et de qualité (par exemple, nombre de vols, horaire et capacité)
- Offre une grande variété d'accès aérien international (par exemple, nombre de transporteurs et options à faible coût)
- Offre une grande variété d'accès aérien domestique (par exemple, nombre de transporteurs et options à faible coût)
- L'aéroport offre un véritable «sens du lieu» qui soutient la marque
- L'aéroport est une installation à la fine pointe de la technologie avec une capacité de croissance



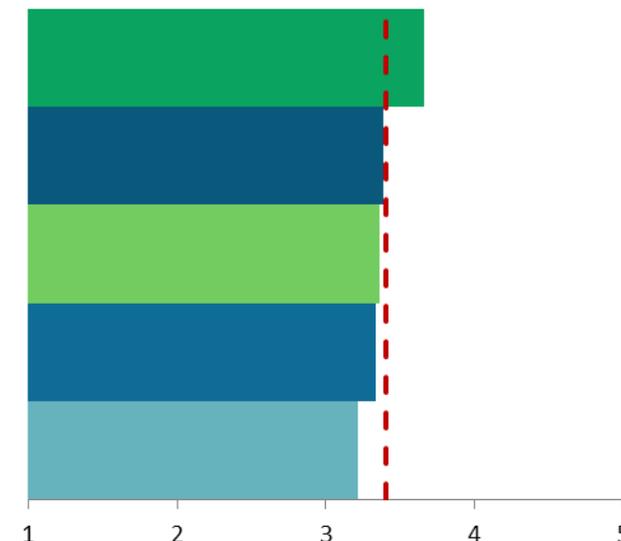
# Mobilité et accès

- Transport public adéquat qui permet aux visiteurs de se déplacer facilement
- Est connu comme une ville à pied
- Possède une grande signalisation directionnelle qui facilite le déplacement
- Est-ce une ville favorable aux vélos avec des pistes cyclables faciles et bien balisées
- Fournit un bon accès et la mobilité pour les personnes handicapées
- La route peut facilement gérer les résidents, les entreprises et le trafic des visiteurs avec très peu de congestion



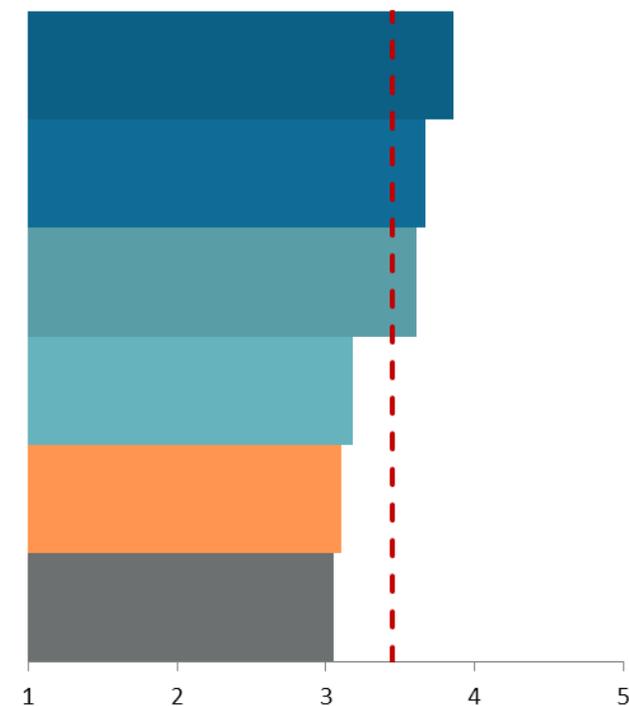
# Hébergement

- L'emplacement et la proximité des options d'hébergement à Genève répond aux besoins des visiteurs
- Dispose d'un nombre suffisant de grands hôtels pour répondre à la demande du Palais des Congrès
- Offre une diversité d'options de prix d'hébergement avec des hôtels de marque
- Dispose d'un nombre suffisant de logements en économie partagée pour compléter la capacité actuelle de l'hôtel
- A une capacité d'hébergement adéquate



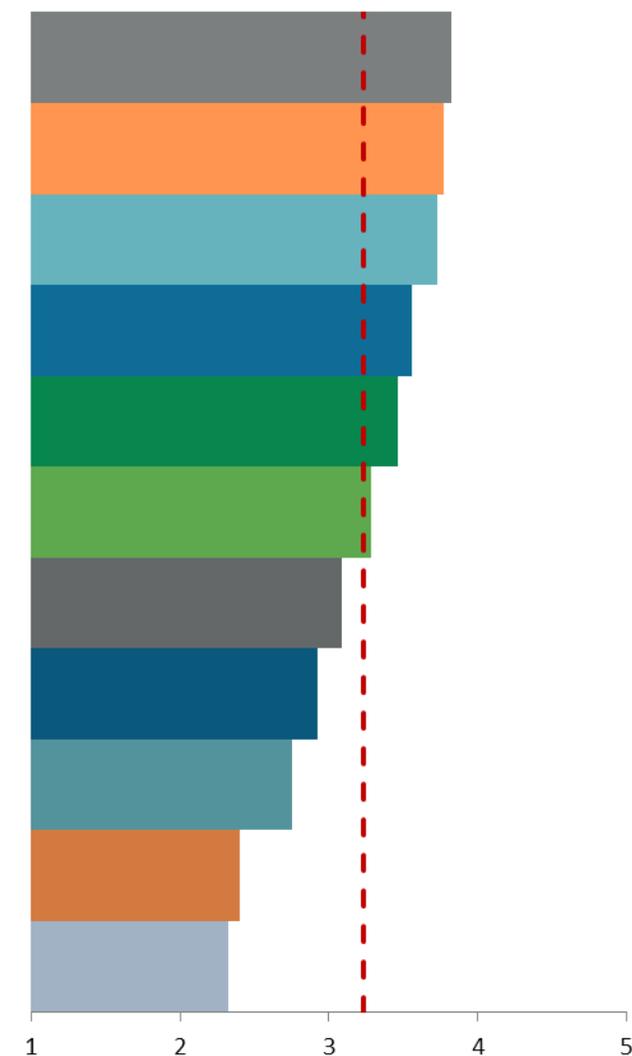
# Installations pour congrès et réunions

- Offre une abondance de fournisseurs de services de congrès professionnels et expérimentés
- La réunion du centre de congrès et l'espace de réseautage sont bien marqués
- A les installations de réunion nécessaires pour concurrencer aujourd'hui
- A de bons sites uniques hors site pour des événements spéciaux
- Les hôtels et autres lieux de réunion profitent pleinement des points de vue disponibles ici
- Possède les installations de réunion nécessaires pour concourir pendant les 10 prochaines années



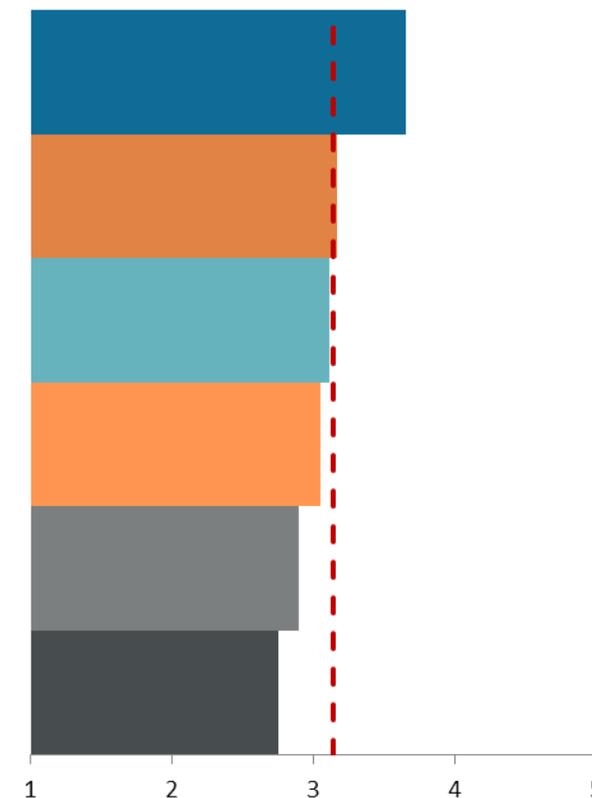
# Attractions & Divertissements

- Les zones de downtown offrent des opportunités de shopping diverses et de haute qualité
- A des options de restauration uniques et de haute qualité
- Offre une grande diversité de parcs et de pistes cyclables
- Possède des attractions artistiques et culturelles de grande qualité
- Le lac soutient la marque de la ville et encourage les visiteurs à rester plus longtemps
- La vieille ville soutient la marque de la ville et encourage les visiteurs à rester plus longtemps
- A des quartiers uniques et dynamiques qui sont attrayants et accueillants pour les visiteurs
- Shopping soutient la marque de la ville et encourage les visiteurs à rester plus longtemps
- A un assortiment d'attractions authentiques et uniques et des possibilités de divertissement
- La région métropolitaine de Genève offre des opportunités de shopping variées et de qualité
- A le type de grandes attractions célèbres qui font rester les gens



# Événements

- A une abondance de parcs et d'espaces extérieurs pour les événements
- Possède des installations diverses / de qualité pouvant accueillir des événements majeurs
- Les citoyens de Genève soutiennent l'organisation d'événements majeurs
- Offre une série d'événements majeurs qui attirent les visiteurs
- Le centre de convention produit de nombreux spectacles publics et de style de vie
- Les organismes gouvernementaux sont coopératifs et encouragent à attirer des événements



# Soutien communautaire et engagement - Genève



Importance relative

Performances perçues



Soutien au financement et certitude

1<sup>st</sup>

10<sup>th</sup>



Culture d'accueil

2<sup>nd</sup>

2<sup>nd</sup>



Modèle de gouvernance efficace

3<sup>rd</sup>

8<sup>th</sup>



Coopération régionale

4<sup>th</sup>

3<sup>rd</sup>

# Community Support & Engagement - Report Card

Variable	Importance relative (0-100%)			Performances perçues (1-5 scale)		
	Moyenne de l'industrie	Genève Moyenne	Déviation standard	Moyenne de l'industrie	Genève Moyenne	Déviation standard
Soutien au financement et certitude	9.9%	11.1%	1%	3.36	2.62	0.95
Culture d'accueil	10.2%	10.5%	2%	3.71	3.39	0.82
Modèle de gouvernance efficace	9.6%	10.3%	2%	3.80	2.81	0.91
Coopération régionale	10.0%	10.1%	1%	3.76	3.30	0.68
Programme de plaidoyer efficace	10.2%	10.1%	1%	3.63	2.88	0.78
Effectifs	10.1%	10.0%	1%	3.31	3.63	0.68
Solidité et soutien du partenariat	9.6%	9.9%	1%	3.76	2.99	0.79
Soutien de l'industrie	9.9%	9.8%	1%	3.81	2.94	0.80
Développement économique	10.2%	9.3%	1%	3.95	3.27	0.76
Soutien communautaire local	10.2%	8.9%	2%	3.56	2.73	0.69

**SOUTIEN COMMUNAUTAIRE ET ENGAGEMENT - Genève** 3.06

**SOUTIEN ET ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRES MOYENS DE L'INDUSTRIE** 3.66

SCÉNARIO RÉSULTANT

EXPLORERS

## Remarque

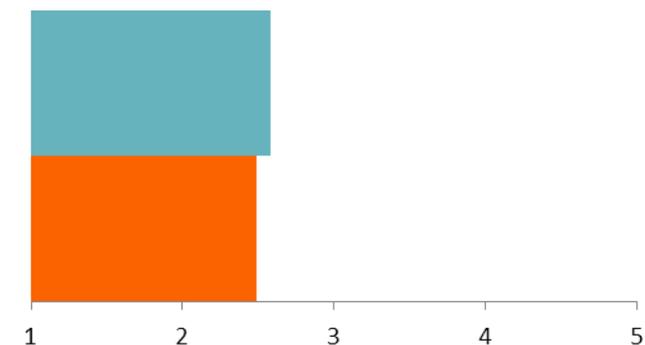
L'ombrage vert signifie que la destination a surpassé la moyenne de l'industrie de plus de 0,2.

L'ombrage jaune signifie que la destination a sous-performé la moyenne de l'industrie de plus de 0,2 mais de moins de 0,4. L'ombrage

rouge signifie que la destination a sous-performé la moyenne de l'industrie de plus de 0,4.

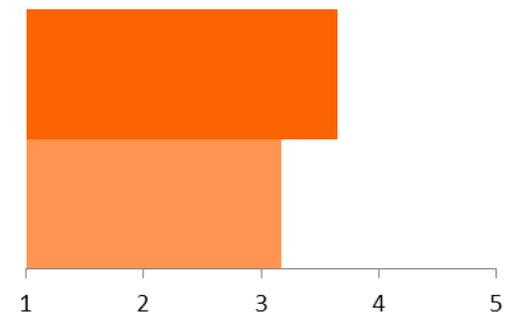
# Soutien au financement et certitude

- Les sources de revenus de Genève Tourisme sont stables et durables pour l'avenir
- Genève Tourisme dispose de sources de revenus suffisantes pour financer ses stratégies et initiatives aujourd'hui



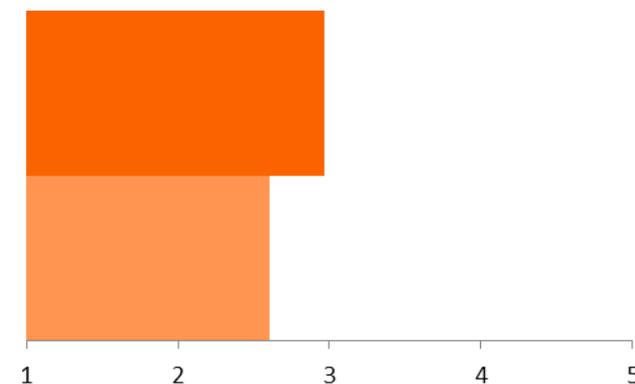
# Culture d'accueil

- Genève a la réputation d'offrir un service client de haute qualité
- Genève a une culture d'hospitalité qui accueille les visiteurs



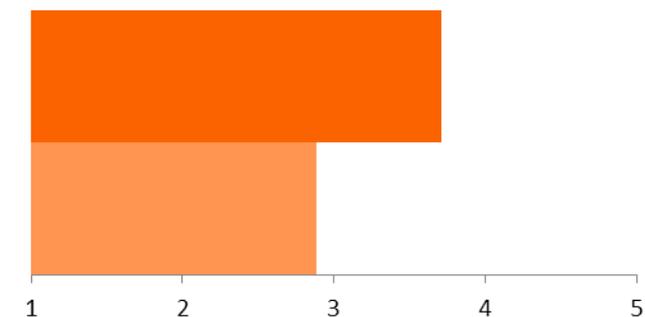
# Modèle de gouvernance efficace

- Les dirigeants locaux sont engagés dans la structure de gouvernance de Genève Tourisme
- Genève Tourisme dispose d'une structure de gouvernance efficace



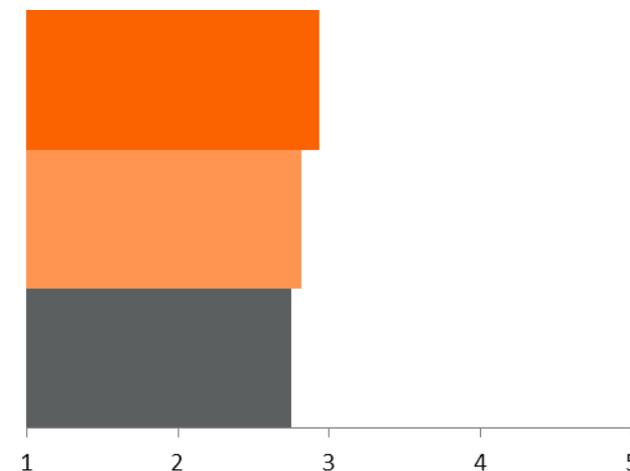
# Coopération régionale

- Les efforts de marketing touristique de Geneva Tourism ont de larges retombées économiques
- Il existe une large collaboration et coordination entre les partenaires du tourisme à Genève



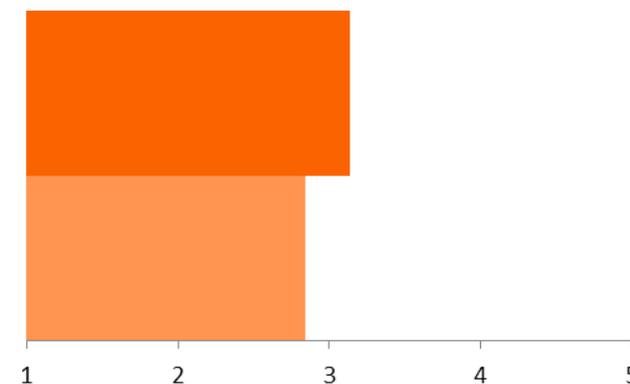
# Programme de plaidoyer efficace

- Le gouvernement local s'appuie sur Geneva Tourism pour la contribution sur la destination
- Le gouvernement local soutient les programmes de tourisme de Genève et l'industrie du tourisme
- Le programme de plaidoyer de Geneva Tourism est couronné de succès



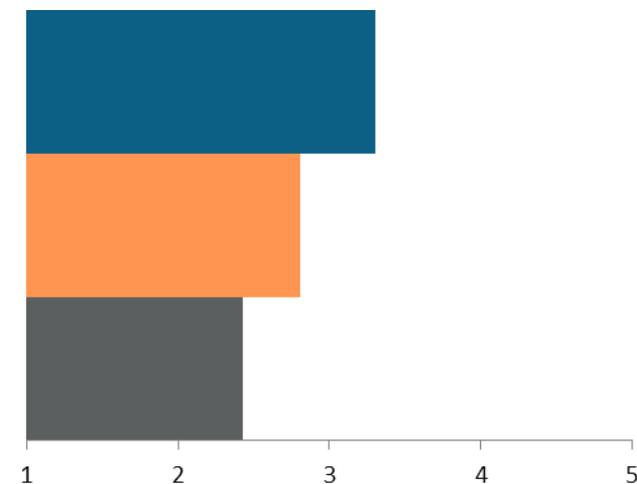
# Solidité et soutien du partenariat

- Les entreprises apprécient d'être partenaire de Genève Tourisme
- Les partenaires de Genève Tourisme sont actifs, engagés et solidaires



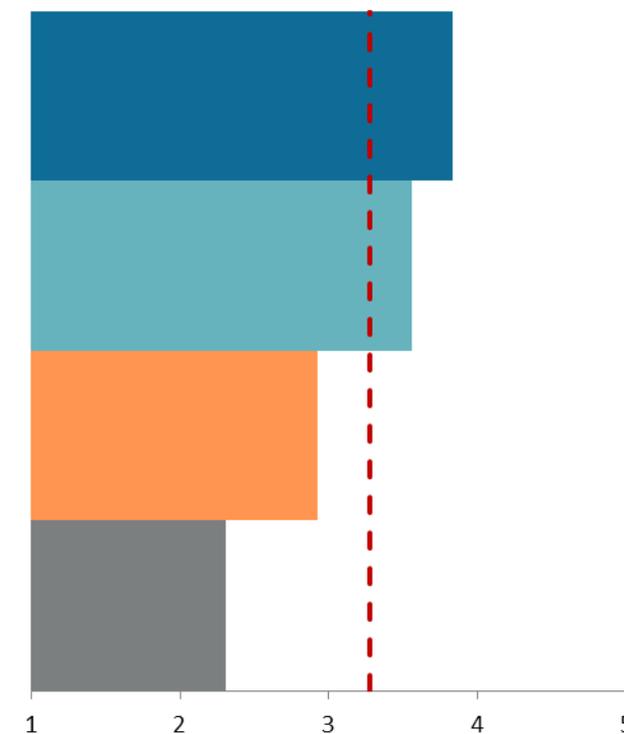
# Soutien de l'industrie

- Genève Tourisme est considéré comme un leader dans la région
- Les acteurs de l'industrie du tourisme de Genève soutiennent Geneva Tourism
- Genève Tourisme est considéré comme un leader dans le pays



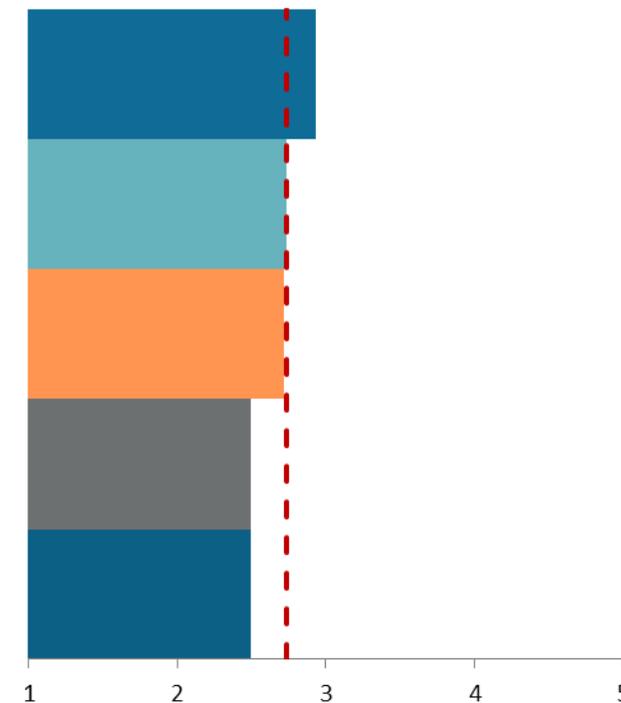
# Développement économique

- L'industrie du tourisme joue un rôle important dans les stratégies économiques
- Genève Tourisme entretient de bonnes relations avec les chambres / agences de développement économique locales
- Le tourisme et l'industrie des réunions sont identifiés comme des moteurs économiques clés pour Genève
- Il existe un plan directeur du tourisme pour Genève



# Soutien communautaire local

- Les entreprises ont une compréhension générale et une perception positive du tourisme
- Les médias ont une compréhension générale et une perception positive du tourisme
- L'industrie touristique genevoise bénéficie d'une couverture médiatique positive au niveau local
- Les résidents ont une compréhension générale et une perception positive du tourisme
- Genève Tourisme a un grand soutien corporatif



# Key Takeaways

- Actuellement dans le quadrant des explorateurs avec une force de destination moyenne inférieure à celle de l'industrie et un soutien et un engagement communautaire
- Les parties prenantes ne sont pas alignées sur les perceptions de la destination



## Opportunités de destination

- Des attractions uniques et emblématiques
- Aéroport de pointe
- Infrastructure routière
- mobilité pour les visiteurs handicapés
- Vélo sympathique
- Capacité d'hébergement
- Indicateurs de performance DMO
- Marque
- Soutien du gouvernement aux événements
- Sites sportifs



## Soutien communautaire et possibilités d'engagement

- Soutien financier
- Culture axée sur l'hospitalité
- Structure de gouvernance DMO
- Collaboration régionale
- Programme de plaidoyer
- Partenaires actifs
- Soutien à l'industrie
- Plan directeur du tourisme

# A votre avis, que peut faire Genève pour devenir une destination touristique plus attractive?

## Evénements (23%)

---

- Développer une offre événementielle de qualité, en rapport avec son histoire et son ADN, mais d'intérêt touristique.
- Animation le dimanche et tous les soirs de la saison touristique (mi-juin à mi-septembre)
- Augmenter le nombre de grands événements culturels
- Avoir plus d'événements susceptible d'attirer les touristes. Faire plus de décorations en période de fêtes.
- créer de grands événements culturels et ou sportifs
- Créer un festival international

## Hébergement (18%)

---

- Hôtels et restaurants à prix plus attractifs
- Le Palexpo peut certainement attirer des plus gros congrès (médicaux), mais le nombre de chambres d'hôtel n'est peut-être pas suffisant pour être considéré parmi les moyennes-grandes villes en Europe
- mieux cadrer les prix de l'hôtellerie
- Prix attractif des hôtels 2 et 3 étoiles

## Attractions & Divertissements (15%)

---

- Créer plus d'attractions et les soutenir pleinement, améliorer les transports publics, continuer de développer une offre hôtelière diversifiée
- Développer ses rives (lac et rivières)
- Elargir son offre, ne plus cibler que les nuitées, travailler de manière transfrontalière sur l'ensemble du bassin franco-valdo-genevois
- Fédérer l'offre culturelle (et la développer) élargir les horaires d'ouverture des magasins créer des événements à portée large créer un "canton management"
- Mettre plus avant les activités locales et le terroir genevois. donner de l'authenticité aux touristes

# Aujourd'hui, le tourisme genevois est valorisé par ses nuitées, quels sont les autres facteurs à prendre en compte?

- **Impact économique**
- **Visites d'événements**
- **Dépenses par visiteur**
- **Événements**
- **Diversité des visiteurs**
- **Attractions**
- **Prix moyen par chambre**
- **Culture**
- **Score Net Promoteur**
- **Visiteurs du même jour**
- **Magasins**
- **Animation**
- **Soirées de chambres d'affaires**
- **Compétition**
- **Offres de divertissement**
- **Environnement**
- **Visiteurs étrangers**
- **La gastronomie**
- **Image**
- **Connaissance**
- **Nombre de visiteurs étrangers**
- **Chambres occupées**
- **D'autres types de tourisme**
- **Séjours de nuit**
- **Analyse comparative des revenus**
- **Un service**
- **Réseaux sociaux**
- **Visiting Amis et parents**
- **Horlogerie**
- **Nuits du week-end**

# Veillez énumérer 3 forces de Genève



A word cloud of various strengths of Geneva, with the largest word being 'International'. Other prominent words include 'Aéroport', 'Lac', 'Atmosphère', 'Taille', 'Sécurité', 'Accessibilité', 'Emplacement', 'Diversité', 'Qualité', 'Beauté', 'Marque', 'Histoire', 'Proximité', 'Géographie', 'Nature', 'Tourisme', 'Connectivité', 'Infrastructure', 'Organisations', 'Accueil', 'Entreprise', 'Environnement', 'Cultuel', 'Hospitalité', 'Achats', and 'Qualité'.

Aéroport Qualité Lac Atmosphère  
Hospitalité Taille Sécurité Cultuel  
Accessibilité Environnement Entreprise  
Achats Histoire Beauté Marque Accueil  
International  
Connectivité Infrastructure Organisations  
Tourisme Emplacement  
Diversité Proximité Qualité  
Géographie Nature

# Veillez énumérer les 3 faiblesses de Genève



A word cloud of French words representing weaknesses of Geneva. The words are arranged in a vertical stack, with 'Coûteux' being the largest and most prominent. Other words include 'Ennuyeuse', 'Hospitalité', 'Infrastructure', 'Circulation', 'Événements', and 'Culture'. Smaller words like 'Aéroport', 'Météo', 'Attractions', 'Collaboration', 'Devise', 'Vision', 'Communication', 'Nocturne', and 'Gouvernance' are interspersed around the larger words.

Ennuyeuse  
Aéroport  
Hospitalité  
Météo Attractions  
Infrastructure  
Collaboration  
Coûteux  
Prix Devise  
Circulation Vision  
Communication Nocturne  
Événements  
Gouvernance  
Culture

Selon vous, quelle est la ville européenne concurrente de Genève?



A word cloud of European cities, with 'Vienna' being the largest and most prominent. Other cities include 'Paris', 'Brussels', 'Copenhagen', 'Amsterdam', 'London', 'Zurich', 'Nice', 'Lyon', 'Marseille', 'Barcelona', 'Berlin', and 'Hamburg'. The words are arranged in a roughly circular pattern, with 'Vienna' at the center and other cities radiating outwards. The colors of the words vary, including shades of blue, green, orange, and grey.

Paris  
Nice  
Zurich  
Lyon  
London  
Kite  
Brussels  
Amsterdam  
Vienna  
Marseille  
Barcelona  
Copenhagen  
Berlin  
Hamburg