



Gilles Rangon, président de la Société des hôteliers de Genève, Michael Drieberg, directeur de Live Music Productions, et Yves Gerber, directeur du TCS Genève, ont successivement été reçus aux déjeuners-débats du MCEI Suisse (Marketing Communications Executives International), association présidée par Frédéric Hohl.

Quel avenir pour l'hôtellerie genevoise?

FLORENCE REYMOND



Gilles Rangon.

Née en 1893, la Société des Hôteliers de Genève (SHG) est une association professionnelle qui a pour but de défendre les intérêts de ses membres, de promouvoir l'hôtellerie et le tourisme dans le canton.

La SHG est une section régionale d'Hôtellerie Suisse, la faitière nationale.

L'hôtellerie genevoise est une tradition très ancienne qui remonte au XV^e siècle grâce à ses foires réputées dans toute l'Europe, puis dès le XVIII^e avec l'essor du tourisme d'agrément. Des hôtes illustres ont été accueillis à Genève. Aujourd'hui la ville est devenue un centre mondial grâce aux organisations internationales et au tourisme d'affaires et de congrès.

La SHG regroupe 88 hôtels, de tous les types, sur environ 120 établissements, cela représente 9175 chambres disponibles, soit 87% de l'offre totale du canton.

L'association a été essentielle pour soutenir le secteur pendant la pandémie.

Cette industrie représentait, en 2019, 1,2

milliard de chiffre d'affaires à Genève. Ses clients dépensent plus de 450 millions pendant leur séjour dans la région. Aujourd'hui, l'hôtellerie emploie 4500 personnes, contre 5000 avant la pandémie. L'hôtellerie est un des secteurs employant le plus de collaborateurs, souvent non qualifiés qui sont formés au fil des ans.

Le secteur est alimenté, à parts égales, par quatre marchés: les congrès et l'événementiel; la diplomatie internationale; le monde des affaires et de la banque et, enfin, les loisirs.

Pendant la crise Covid, les trois premiers ont disparu. Heureusement, les Suisses ont décidé de redécouvrir leur pays, ce qui a permis au secteur de sauver les meubles.

La clientèle indigène a doublé durant la Covid, ce qui prouve que Genève garde un potentiel d'attractivité. Actuellement tous les marchés reprennent progressivement, sauf l'Asie.

L'hôtellerie genevoise a, dans son ensemble, réussi à traverser cette crise grâce aux aides de la Confédération et du Canton.

En 2019, Genève affichait 3,2 millions de nuitées, puis seulement 1 million l'année suivante et 1,5 million en 2021.

Cette année, de janvier à août, on recense 1,8 million de visiteurs.

La reprise est très forte et l'avenir s'annonce positif, mais il faut rester prudent, car l'évolution des divers événements est imprévisible.

La Suisse offre un des réseaux ferroviaires les plus denses d'Europe, un leadership en matière de recyclage et une qualité de l'air et de l'eau. Des attraits qu'il faut mettre en avant.

La sauvegarde du cadre est aussi importante. Un aménagement attractif de la rade et le développement d'événements sont nécessaires. A cet égard, la disparition des Fêtes de Genève n'est pas un point positif.

Il faut aussi préserver la Genève internationale, un marché de 35 000 personnes qui travaillent dans le canton. En 2019, cela a généré 3200 conférences avec 260 000 délégués.

L'avenir de cette destination dépend aussi de sa capacité à s'adapter, à faire preuve de flexibilité, disponibilité et attractivité tarifaire pour répondre aux exigences d'un monde des affaires qui évolue vite.

Le marché des congrès est devenu très difficile pour Genève, face à des villes concurrentes qui affichent des prix attractifs et des infrastructures modernes. Genève n'a pas su préserver ses atouts, notamment au niveau des tarifs. Enfin il ne faut pas négliger le monde associatif, qui apporte également de nombreux visiteurs.

Les prochains défis touchent bien évidemment la crise énergétique, l'inflation et le coût des matières premières, qui font exploser les charges.

Les nouveaux défis à relever par les organisateurs de spectacles

Avec des mégaproductions comme le concert de Soprano au stade de la Pontaise à Lausanne, le cirque du Soleil à Genève ou encore la superstar Mylène Farmer, Live Music Production (LMP) fait partie des sociétés leaders du divertissement privé en Suisse romande. En 2019, ce marché était en pleine explosion dans le monde avec des budgets parfois faramineux. Pour le cirque du Soleil à Genève c'est 10 millions, alors qu'un festival nécessite, selon sa taille, un investissement entre 1 et 3 millions par jour. Puis, début 2020, du jour au lendemain, tout s'est arrêté d'un coup à cause de la pandémie. Beaucoup de sociétés se sont retrou-

FLORENCE REYMOND



Michael Driberg.

vées dans une impasse avec des milliers de billets vendus mais des spectacles annulés. Chez LMP, Michael Driberg explique qu'il y avait environ 200 000 billets dans la nature! «Nous n'avions ni réponses, ni solutions. Néanmoins je suis resté optimiste, je savais qu'un jour cela repartirait».

En février 2022, la réouverture est là. Restait l'inconnue de la réaction du public.

Elle a été exceptionnelle. Chez LMP, quasiment personne n'a demandé le remboursement de son billet et les réservations pour les spectacles ont explosé. «Nous vendons plus de places actuellement qu'avant la pandémie. Mais la période est compliquée pour les organisateurs. Ils doivent faire face à une surabondance de l'offre, trois ans de spectacles se déroulent sur une seule saison, et à une explosion des coûts de production de 20 à 50%. Des fournisseurs ont fait faillite et ceux qui ont survécu profitent de la situation. Le prix de l'énergie est en forte hausse, certaines dispositions légales et contrôles tatillons des autorités ne facilitent pas notre travail».

Enfin, le marché noir est une plaie pour les organisateurs d'événements culturels ou sportifs. Malgré de nombreuses plaintes, la Suisse, contrairement aux autres pays européens, refuse de légiférer au nom de la liberté de commerce. Face à toutes ces contraintes, l'avenir n'est pas un long fleuve tranquille, mais

la passion est toujours présente et l'on a trouvé les solutions innovantes pour poursuivre cette belle aventure.

Enjeux et perspectives de l'électromobilité

Les mots «auto» et «mobile» coexisteront encore pendant de nombreuses années.

La tendance évolue déjà vers une mobilité durable. Elle sera de plus en plus propre, et aussi plus abordable et performante. La mobilité individuelle sera décarbonée, connectée, automatisée et de plus en plus partagée.

Dans ce contexte, le TCS continuera de fournir son expertise et ses services.

Les patrouilleurs sont formés à intervenir sur des véhicules électriques depuis 2000 et disposent d'un super chargeur. Globalement, 50% des pannes sont dues à un problème de batterie.

La population utilise de plus en plus d'autres modes de transport que la voiture thermique.

FLORENCE REYMOND



Yves Gerber.

Le TCS, qui est une association à but non lucratif, s'adapte donc aux besoins de ses membres et à l'évolution de la mobilité. Ainsi, elle propose l'installation de bornes de recharge à domicile et des tests de scooters ou de voitures électriques.

Il ne faut pas être dogmatique, mais il faut soutenir le changement. La transition ne va pas se faire d'un coup. La réalité d'un citoyen n'est pas la même que celle d'un habitant de la campagne.

Il s'agit de penser les solutions selon l'évolution des moyens de transport,

avec une approche multimodale et intermodale (utiliser plusieurs modes de transport pour aller d'un point A à un point B).

D'ici fin 2025, on estime que 50% des ventes seront des véhicules rechargeables.

Un changement dont il faudra tenir compte pour assurer le financement du fonds destiné aux développements des infrastructures routières, car pour l'heure, les voitures électriques n'y contribuent pas.

Il ne sera plus nécessaire d'acquérir une voiture, même si actuellement seul 2% des membres du TCS possèdent un abonnement Mobility, qui propose des véhicules à la demande.

En 2021, on recensait 22,5% de voitures neuves équipées d'une prise électrique. Aujourd'hui, 58% des Suisses déclarent avoir l'intention d'acheter à l'avenir un véhicule électrifié.

La tendance est là, l'offre des constructeurs augmente constamment et en Europe, la décarbonation est en route. Certaines villes, comme Genève ou Lausanne, souhaitent limiter au maximum la voiture à moteur thermique. Parfois des objectifs irréalisables sont avancés pour inciter les gens à changer leur comportement.

Il faut rester réaliste, tenir compte des besoins et éviter les réponses trop simples. Ainsi, l'empreinte carbone d'une petite voiture à essence est plus faible que celle d'une voiture hybride équivalente dans certains cas.

La législation doit aussi être adaptée. A Genève, l'impôt auto, basé sur le poids et la puissance, est obsolète et le Canton oublie d'accompagner la population dans les changements, par exemple en facilitant l'installation de prises électriques dans les immeubles locatifs ou les PPE.

La voiture électrique n'est que la moins mauvaise solution en permettant de réduire son empreinte carbone de moitié, sinon il faudra envisager une décroissance de la mobilité. ■

RÉSUMÉS DE LUIGINO CANAL,
MEMBRE DU MCEI.
INFORMATIONS: WWW.MCEI.CH