

Il faut mieux valoriser la «destination Genève»

L'invité

Juan-Carlos Torres

Président
de la **CICG***



Il est grand temps que le tourisme soit considéré comme un secteur économique à part entière, tant par les autorités que par les autres acteurs économiques. Trop longtemps le Genevois a témoigné d'une certaine condescendance vis-à-vis des visiteurs étrangers qui venaient encombrer les quais de la ville en été. Qui dit secteur économique dit politique de développement et conditions-cadres nécessaires au développement du secteur. Il est impératif que Genève se dote d'une véritable politique du tourisme. Toutes les grandes villes en ont d'ailleurs une et Genève, qui se flatte d'être la plus petite des grandes villes, doit, en cette matière, rattraper son retard.

Important par sa contribution aux recettes cantonales, le tourisme l'est aussi du fait de sa position au confluent de divers domaines: commerce de détail, transports (tous les modes de transport sont concernés, pas seulement l'aérien et le ferroviaire), culture ou encore aménagement du territoire (de quels types d'hébergements avons-nous besoin, pour quelle clientèle?).

Ainsi, une politique du tourisme déploiera des bénéfices collatéraux pour les Genevois eux-mêmes. On peut penser à des aspects immatériels, tels que la qualité de l'accueil. Mais les infrastructures jouent un rôle majeur. Viennent à l'esprit le Musée Guggenheim à Bilbao ou le centre Pompidou à Paris. Les Genevois prendraient peut-être moins l'avion pour des sauts de puce s'ils trouvaient matière à rester sur place, comme l'aurait été le nouveau Musée d'art et d'histoire... La réalisation de la Cité de la musique ou la résurrection d'un musée de

l'horlogerie pourront sans doute charmer une clientèle exigeante, versatile - la génération EasyJet - et courtisée de toutes parts.

En termes de marketing, on dirait que Genève a besoin de «produits d'appel» à destination de cette clientèle. Si quelques grandes réalisations seraient bienvenues - en premier lieu pour les Genevois - tout n'est cependant pas à construire. Il s'agit aussi de mettre en valeur ce qui existe. Genève dispose d'ailleurs de davantage d'atouts qu'elle ne l'imagine, des Caves ouvertes, qui attirent nombre d'amateurs hors canton, au CERN et ses 500 m² d'exposition.

«Trop longtemps le Genevois a témoigné d'une certaine condescendance vis-à-vis des visiteurs étrangers»

La valorisation de la «destination Genève» commence par une concertation accrue entre les différents acteurs, qu'il s'agisse du tourisme de loisirs ou du tourisme d'affaires. C'est tout l'enjeu des États généraux qui se déroulent ce jour. Fédérer les bonnes volontés est une stratégie gagnante; nous en avons vu une démonstration avec l'Africa CEO Forum, pour lequel Genève Tourisme, l'État, l'Université de Genève et la CCIG ont travaillé main dans la main; sa tenue sur sol genevois, une année sur deux, constitue une courroie de transmission de premier plan entre le secteur privé africain et les entreprises suisses.

Développer une politique du tourisme suppose de changer d'échelle et d'esprit. Notre petit canton n'est plus l'aune unique à laquelle mesurer nos projets et envies: c'est peut-être le plus grand défi...

* Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève. www.ccig.ch

RTS, TTC – 14.05.2018

<https://www.rts.ch/play/tv/toutes-taxes-comprises/video/notre-invite-vincent-subilia-directeur-general-adjoint-ccig?id=9569814>

Notre invité: Vincent Subilia, directeur général adjoint CCIG



11:48 / 27:41

Durée : 16'13''