

ENQUETE DE *consommation* DANS LE GRAND GENEVE

CONFERENCE DE PRESSE
15 avril 2019 à Genève



GENEVOIS
FRANÇAIS Pôle
métropolitain



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

M. Antonio Hodggers

Président du Conseil d'Etat,
Conseiller d'Etat chargé du Département du territoire.

M. Pierre-Jean Crastes

Vice-Président du Pôle métropolitain du Genevois
français, en charge de l'Aménagement du territoire et de
la transition écologique.

M. Pierre Maudet

Conseiller d'Etat chargé du Département de l'Economie.

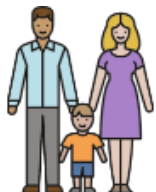
Mme. Myriam Magand

Cheffe de projet, responsable de l'activité Observatoires,
Cabinet AID.

Objectifs de l'enquête consommation

- Répondre aux *besoins et aspirations* des habitants en matière de consommation
- Anticiper l'évolution des *tendances de consommation*
- Assurer une *meilleure coordination* entre *l'urbanisation commerciale et la mobilité*
- Favoriser *l'animation et l'attractivité* des centres urbains du Grand Genève
- Agir sur la *préservation des ressources foncières* naturelles et agricoles
- Assurer la *vitalité commerciale et l'emploi local*

COMPRENDRE ET QUANTIFIER LES COMPORTEMENTS *de consommation des ménages*



Qui achete ?

3410 ménages interrogés par téléphone



Quoi ?

30 produits : biens de consommation courante



Où ?

dans quel type d'enseigne, forme de vente?



Comment ?

en utilisant quel mode de déplacement?



Pour combien ?

montants dépensés



1 million d'habitants
+ de 500 000 emplois



Des ***revenus moyens plus élevés***
que les moyennes françaises et suisses

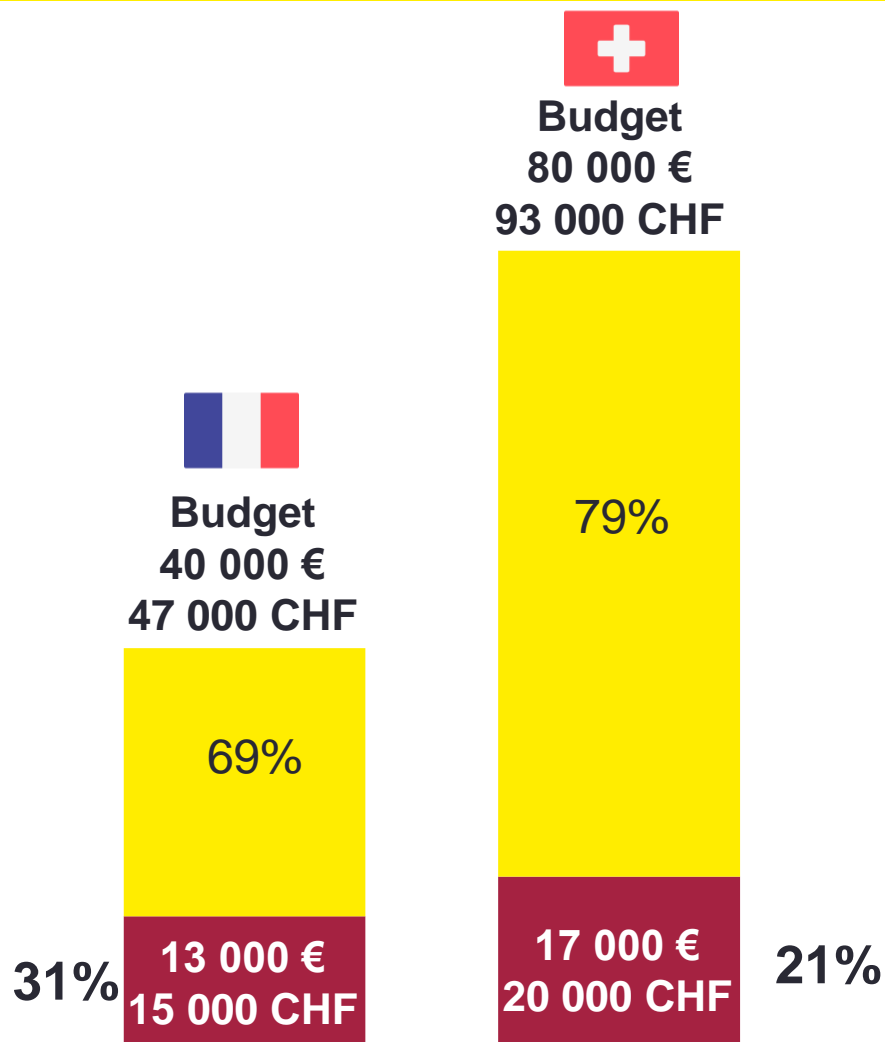


Une ***plus forte proportion d'actifs*** par rapport aux
moyennes françaises et suisses



Une forte perméabilité transfrontalière
42% des actifs résidant en France travaillent en Suisse

UNE VENTILATION DU BUDGET DES MENAGES DIFFERENTE *entre la Suisse et la France*

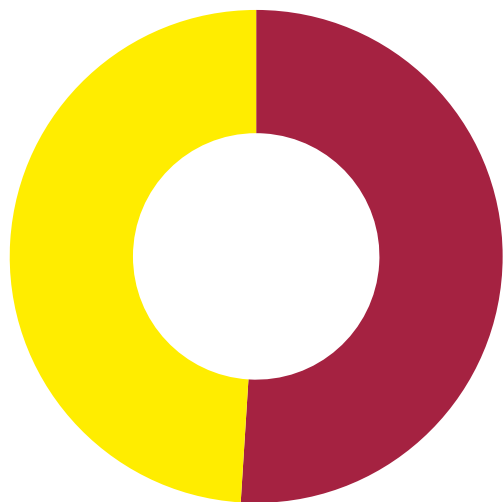


- Logement, santé, transport, services, autres
- Consommation courante

Une différence significative

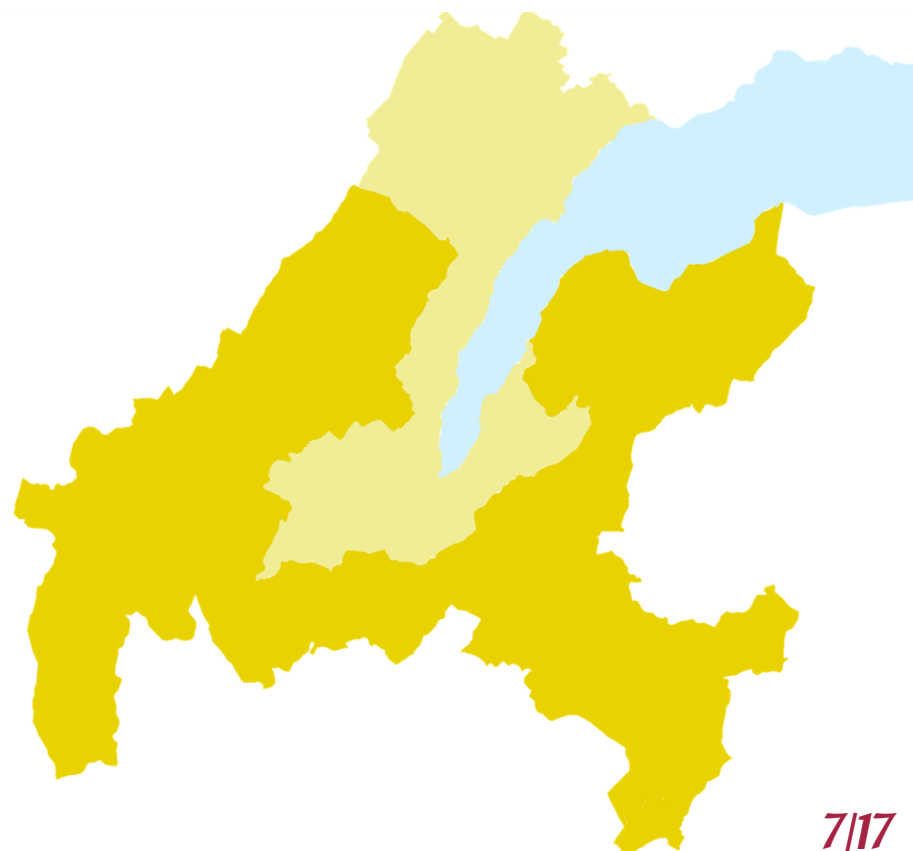
Lorsqu'un ménage résident en France consomme 100, un ménage résident en Suisse consomme 116.

UNE DEPENSE ANNUELLE DE
6 524 M€ / 7 633 MCHF



**51% pour la consommation
alimentaire**

**Pas de différence
territoriale**



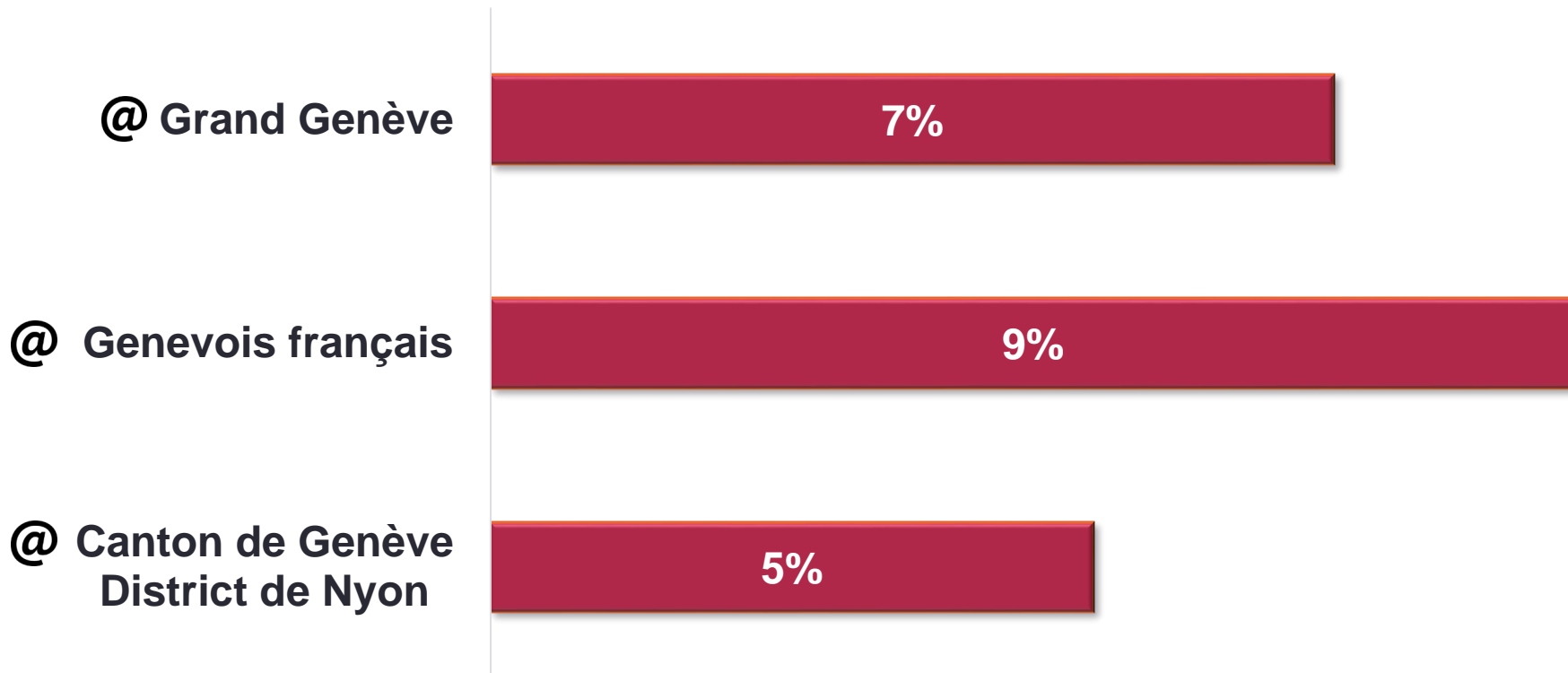
4eme pôle du Grand Geneve



7% des dépenses non alimentaires en vente a distance

185 M€ / 214 MCHF

(soit la zone de Val Thoiry ou le centre commercial de Blandonnet à Vernier)



LE GRAND GENEVE :

un bassin de mobilités

Modes de déplacement lié aux achats



Résidents

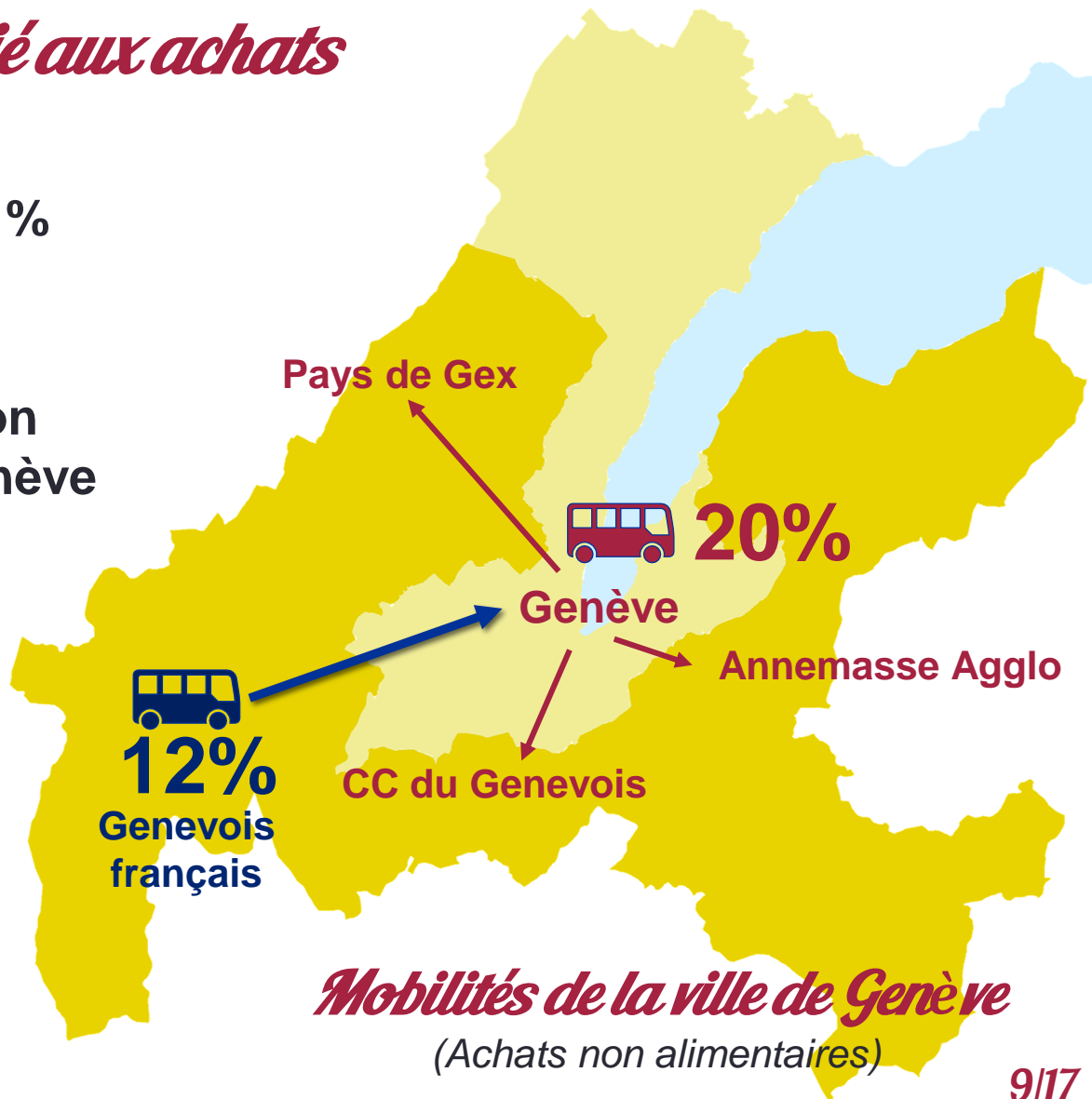
Ville de Genève : 60 %



85% France

75 % Région de Nyon

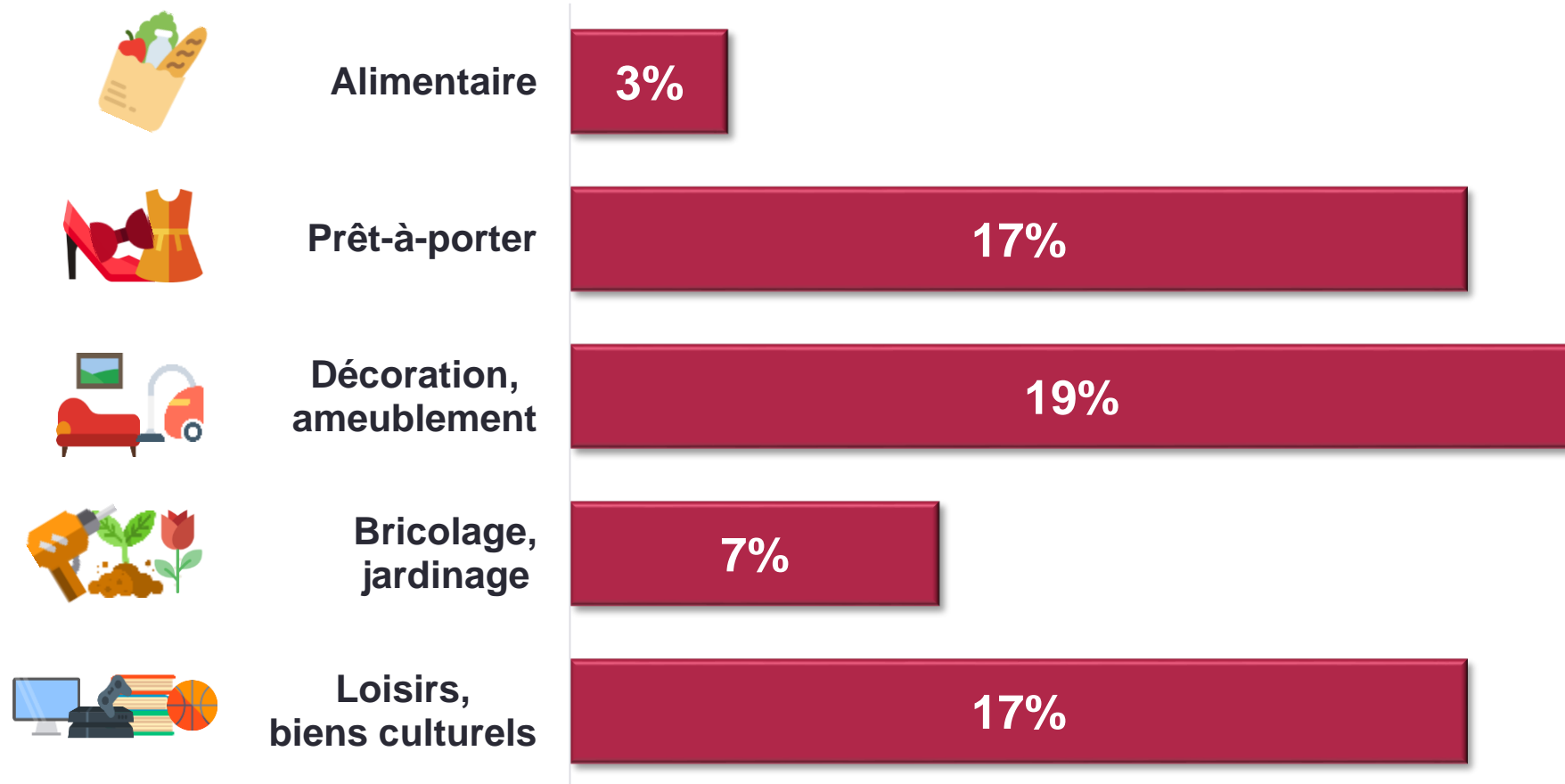
40 % Canton de Genève



UN TERRITOIRE QUI SATISFAIT

les besoins de ses résidents

10% d'évasion commerciale
soit 652 M€ / 763 MCHF

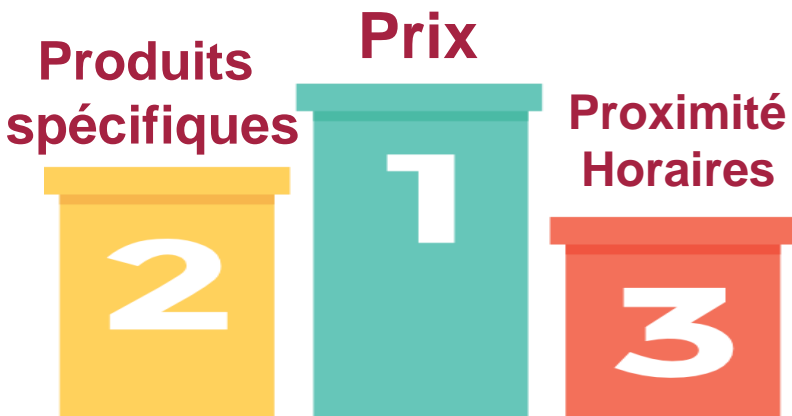


LES ACHATS TRANSFRONTALIERS : *réguliers mais pas systématiques*

1/4 réalise des achats transfrontaliers *régulièrement*

70% Pas d'influence du taux de change € ↔ CHF

Motivations d'achats transfrontaliers



LES ACHATS TRANSFRONTALIERS :

des achats ciblés avec un impact significatif sur certaines communes

Sur le territoire du Grand Genève, annuellement

364 M€ / 426 MCHF d'apports
des résidents suisses
sur le Genevois français

90% sur 9 communes

Ferney-Voltaire

Annemasse Gaillard
Etrembières
Ville-La-Grand Neydens
Divonne-les-Bains Thoiry
Saint-Julien-en-Genevois

128 M€ / 150 MCHF d'apports
des résidents français
sur la Suisse

90% sur 5 communes

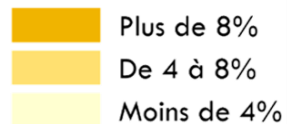
Genève

Chavannes-de-Bogis
Meyrin Lancy
Vernier

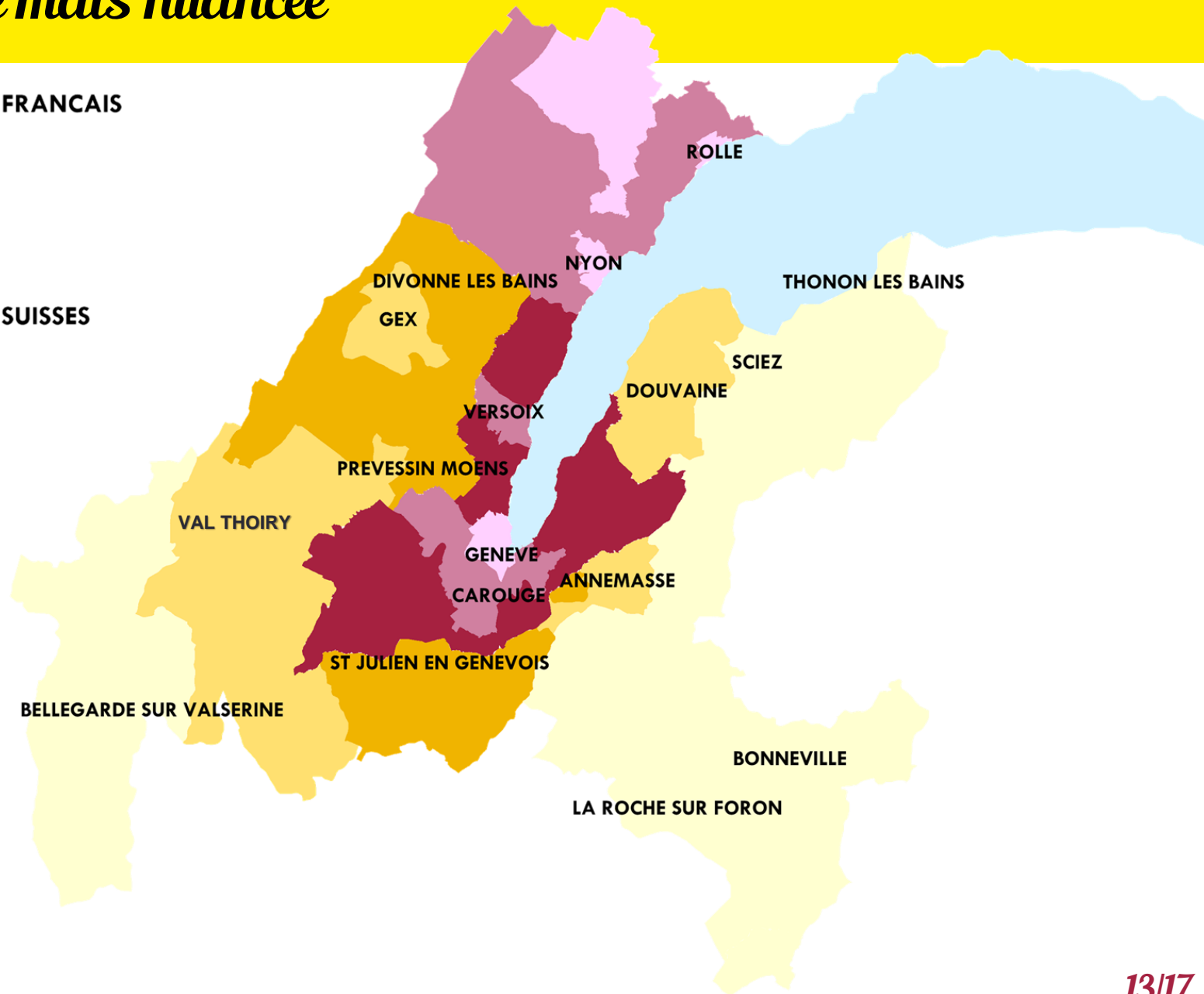
UNE CONSOMMATION TRANSFRONTALIERE

indéniable mais nuancée

Part des dépenses des FRANÇAIS en Suisse

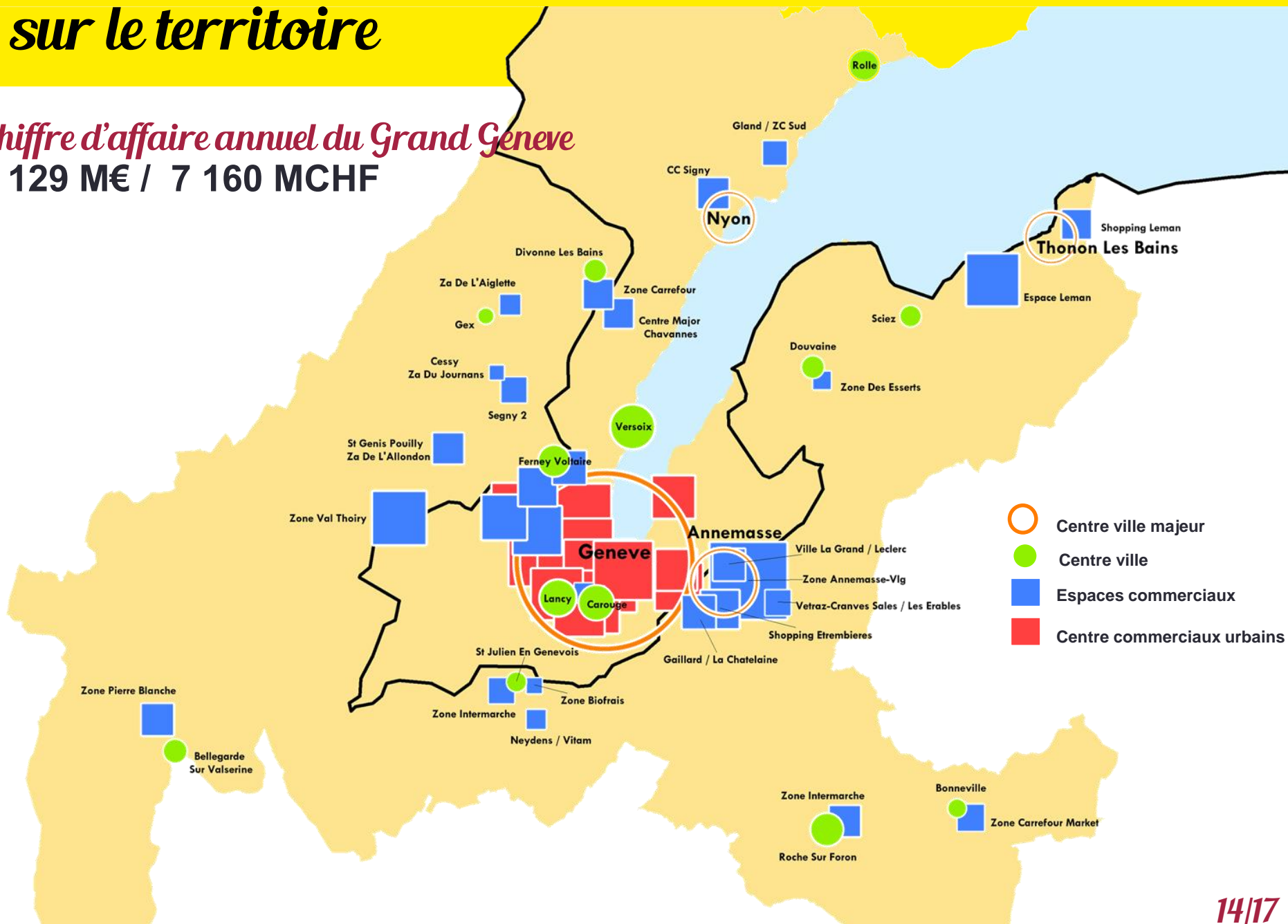


Part des dépenses des SUISSSES en France



UNE OFFRE DENSE INEGALEMENT REPARTIE *sur le territoire*

Chiffre d'affaire annuel du Grand Geneve
6 129 M€ / 7 160 MCHF



En bref :



- ▶ Un pouvoir d'achat élevé qui génère 6 524 M€ / 7 633 MCHF de dépenses annuelles de consommation, dont la moitié dans 17 polarités commerciales (sur 209 communes).



- ▶ Un fonctionnement commercial classique d'interdépendances entre centres et périphéries, réhaussé par la présence des frontières, avec une dépendance forte de certains types de commerces en France vis-à-vis de la clientèle Suisse.



- ▶ La proximité et l'accessibilité favorisent les déplacements doux ou collectifs. Le déploiement du Léman Express et l'essor de la livraison à domicile vont créer de nouvelles façons de consommer.



- ▶ Les résidents du Grand Genève consomment à 90 % sur le territoire : la vente en ligne, qui capte la majeure partie de l'évasion commerciale, amenée à se renforcer.

Utilisations

Appuyer les documents de planification

- Localiser et dimensionner l'offre commerciale en fonction des besoins du territoire.
 - Suisse : PDCant 2030, plan d'actions commerces
 - France : SCOT, SMAC, PLUi, DAAC

Aider à la décision

- Juger de l'opportunité des projets commerciaux en vue de leur entrée en force.

Accompagner l'initiative privée

- Mieux connaître les mesures d'accompagnement nécessaires au déploiement de nouveaux projets
- Revitaliser les centres-villes et accompagner les commerçants locaux.

Pour toute information complémentaire :

➤ **Pour le canton de Genève:**

**Nicole Bovard Briki, chargée de communication, DT
tél. +41 (0)76 435 35 70.**

➤ **Pour le Pôle métropolitain du Genevois français :**

**Mme Charlotte LE GOUIC, Chargée de mission
Aménagement du territoire & développement économique,
tél. +33 48 074 00 02.**