

ENQUÊTE DE *consommation* DANS LE GRAND GENEVE



Note de synthèse

15 avril 2019



REPUBLIQUE
ET CANTON
DE GENEVE

GENEVOIS
FRANÇAIS Pôle
métropolitain

Interreg
France - Suisse



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Un territoire transfrontalier unique

Le territoire du Grand Genève compte plus d'un million d'habitants, soit 450 000 ménages.

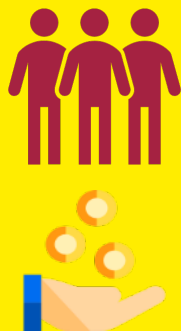
La moitié des ménages résident sur le canton de Genève, dont un quart dans la ville de Genève. 42% des ménages résident sur le Genevois français, 8% des ménages sur le district de Nyon.

Sur le Grand Genève, comparé aux moyennes nationales, on trouve **une plus grande proportion d'actifs**, avec une part plus importante des catégories socioprofessionnelles élevées (cadres, chefs d'entreprises) et des professions intermédiaires.

Les ménages du Grand Genève ont **des revenus plus élevés que le revenu moyen national** :

- ▶ Côté France : 38 200 € / 44 700 CHF sur le Grand Genève contre 25 200€ / 29 500 CHF en moyenne France, soit 50% plus élevé, ce qui s'explique par les emplois transfrontaliers et le niveau de salaire en Suisse.
- ▶ Côté Suisse : 90 000 € / 105 000 CHF sur le canton de Genève et le district de Nyon, contre 71 000 € / 83 000 CHF en moyenne en Suisse, soit 26% plus élevé, qui s'explique par la part des catégories socioprofessionnelles élevées.

Sur le Genevois français, **42% des liaisons domicile-travail¹** sont en direction de la Suisse et jusqu'à 60% pour Pays de Gex Agglo ou la Communauté de communes du Genevois.



**1 million d'habitants
+ de 500 000 emplois**

+ d'actifs

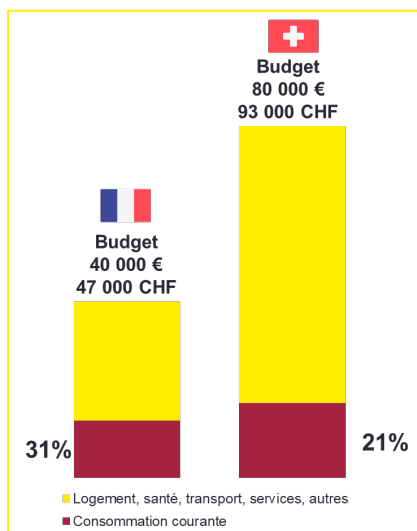
**des revenus moyens
plus élevés**

En termes de consommation, cela implique notamment :

- ▶ Des échanges transfrontaliers et des achats sur les trajets domicile-travail,
- ▶ Un revenu plus élevé que sur d'autres territoires, avec néanmoins des contraintes budgétaires fortes (niveaux de loyers, transports, dépenses de santé...)

¹ Source : Schéma Métropolitain des Mobilités du PMGF - INSEE, 2016

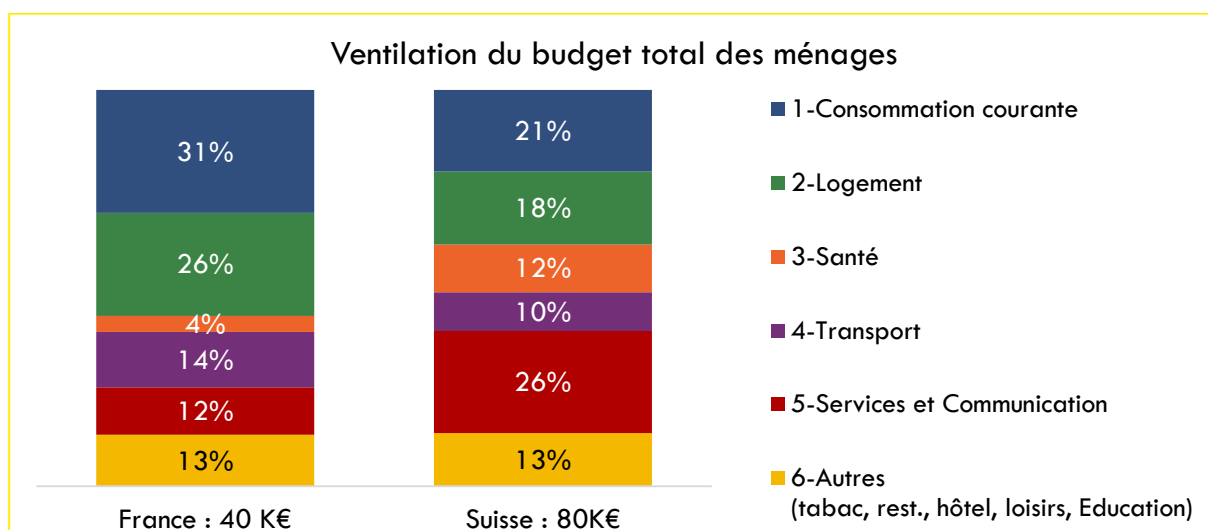
Une capacité de consommation plus élevée en Suisse qu'en France.



Au niveau national, un ménage suisse a un budget moyen annuel de 80 000 € / 93 000 CHF (hors impôts, taxes, épargne), deux fois plus élevé qu'un ménage français.

La consommation courante est le second poste de dépense derrière les services et les communications pour les Suisses. Avec 21% du budget moyen d'un ménage, la consommation courante en Suisse représente près de 17 000€ / 20 000 CHF annuel par ménage.

La consommation courante est le poste de dépense le plus important pour un ménage français avec 31% du budget moyen, soit 13 000 € / 15 000 CHF annuel par ménage.

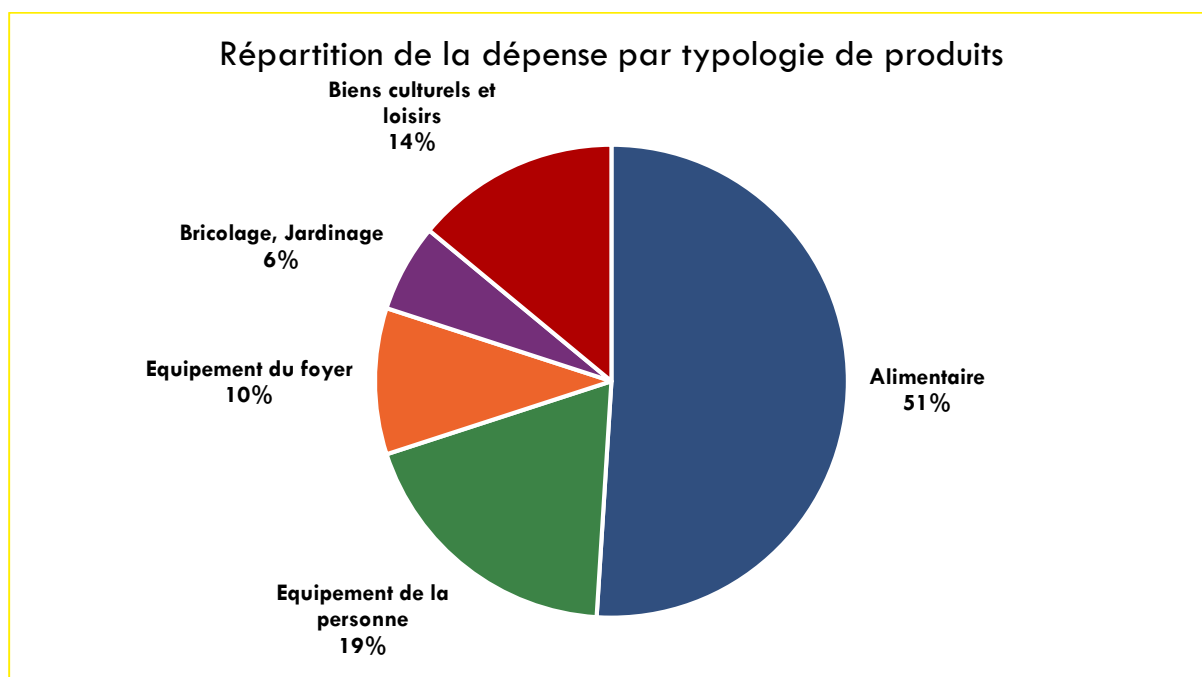


Source : Enquête consommation réalisée par AID

Sur le Grand Genève, un ménage résidant en Suisse dépense 16% de plus qu'un ménage résidant en France sur l'ensemble des produits investigués : 25% de plus sur les produits d'équipement de la personne et 29% sur les biens culturels et loisirs. Les résidents suisses ont une dépense inférieure de 31% uniquement sur le bricolage-jardinage, en raison de la prédominance de l'habitat collectif et locatif, et par l'utilisation plus fréquente de services pour le bricolage.

6 524 M€ / 7 633 MCHF de dépenses annuelles.

Les dépenses annuelles de consommation des ménages résidents sur le Grand Genève sont estimées à **6 524 millions d'euros par an** ou **7 633 millions de francs suisses**, tous lieux d'achats confondus.



Source : Enquête consommation réalisée par AID

A l'échelle du Grand Genève, 51% des dépenses sont allouées aux achats alimentaires.

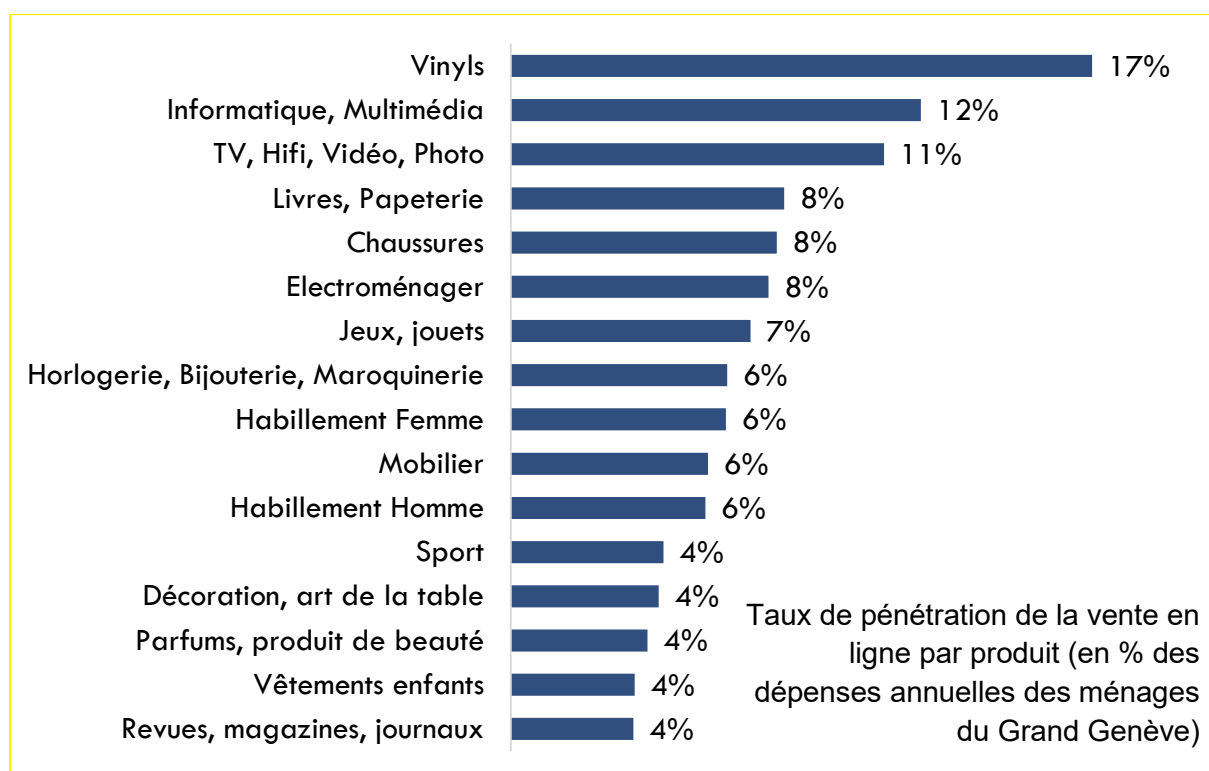
La répartition de la consommation par famille de produits sur le Grand Genève est similaire aux consommations nationales.

On constate peu de différence dans la structure des dépenses de consommation par territoire sur le Grand Genève, hormis une proportion à consommer plus importante en équipement de la personne pour les résidents suisses, et notamment ceux résidents sur la ville de Genève, au détriment des dépenses en bricolage-jardinage. Ceci s'explique par la typologie de l'habitat, un mode de vie plus urbain et la disponibilité de l'offre.

Une pénétration de la vente en ligne encore modérée sur le Grand Genève

Au global, la vente en ligne représente 185 M€ / 216 MCHF sur les produits non alimentaires, soit l'équivalent du chiffre d'affaires de la zone Val Thoiry, ou du centre commercial Blandonnet de Vernier.

L'ensemble des produits non-alimentaires est consommé sur Internet, et par tous les profils de population.



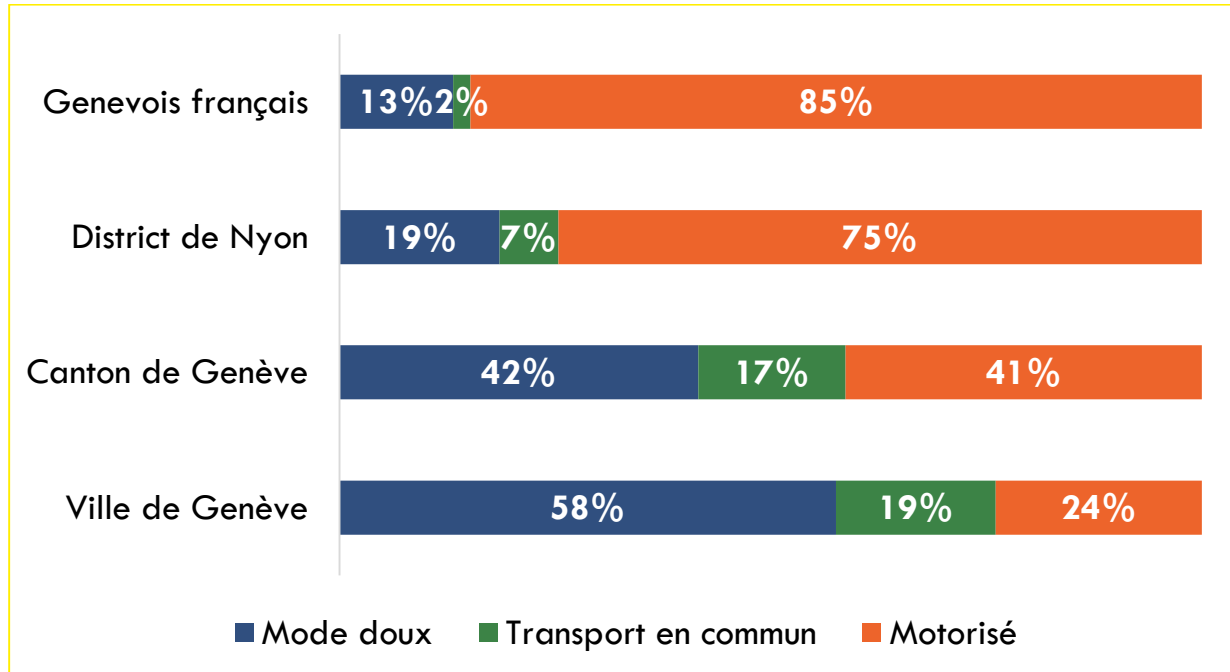
Source : Enquête consommation réalisée par AID

L'emprise de la vente en ligne pour les produits non-alimentaires est plus importante côté France (9% de la consommation contre 6% pour les résidents suisses), car d'une part les opérateurs de la vente en ligne se sont développés plus tôt en France et d'autre part car l'enquête a été réalisée avant l'arrivée d'Amazon sur le territoire suisse. Néanmoins, les montants dépensés sont similaires (118 M€ / 138 MCHF pour les résidents français, et 116 M€ / 136 MCHF pour les résidents suisses).

On peut s'attendre à une évolution forte de l'emprise de la vente en ligne sur les ménages suisses dans les prochaines années avec l'arrivée des opérateurs type Amazon sur le territoire.

Consommation et mobilité

Sur le Grand Genève, 60% des dépenses sont effectuées avec un déplacement motorisé individuel (voiture, moto), 10% en transport en commun et 30% en modes doux (à pied, en vélo) avec toutefois de fortes différences selon les territoires.



Source : Enquête consommation réalisée par AID

85% des dépenses des résidents du Genevois français sont réalisées en voiture, 75% pour les résidents du district de Nyon. Les résidents du canton de Genève utilisent plus les modes doux et les transports en commun et notamment en ville de Genève, où 60% des dépenses sont réalisées en mode doux, et 20% en transport en commun, ce qui est représentatif d'un mode de vie plus urbain.

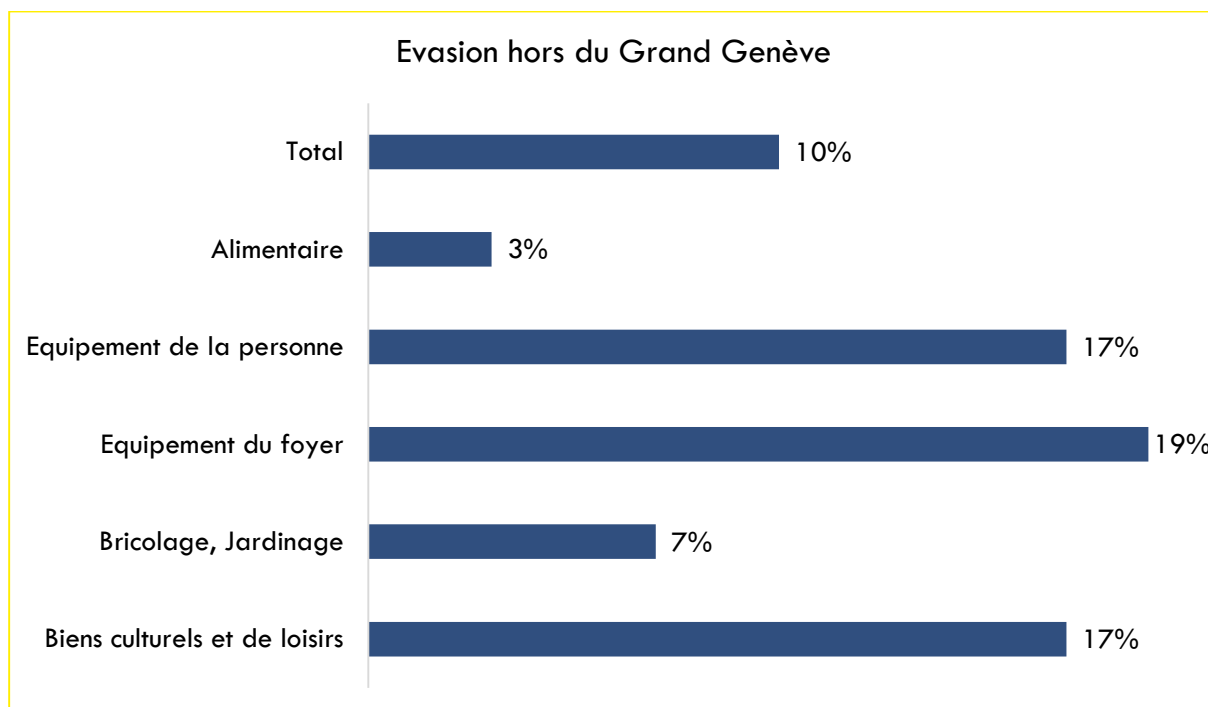
Ces différences de comportements résultent de la grande diversité d'offre en transport en commun sur le Canton de Genève d'une part et de la structure de l'offre commerciale, répartie de manière plus régulière sur le territoire suisse (le long des grands axes et dans les centres urbains, et moins souvent dans des espaces périphériques) qu'en France. Les distances moyennes parcourues sont également moindres ce qui explique l'importante part des modes doux.

Zoom sur les mobilités transfrontalières :

- ▶ Les résidents français se déplacent majoritairement en voiture, quel que soit le produit acheté. Ils se déplacent plus volontiers en transports en commun ou en train pour se rendre au centre-ville de Genève, notamment à cause des difficultés de stationnement et de circulation en ville de Genève.
- ▶ Les résidents suisses se déplacent en modes doux et transports en commun à Genève mais sont quasi-systématiquement motorisés pour aller en France. Cela s'explique par l'emplacement de l'offre commerciale (zones commerciales en bordure d'axes routiers), par la facilité et la gratuité du stationnement, et par le manque d'alternatives.

Un territoire cohérent qui satisfait les besoins de ses résidents

90 % de la consommation sont dépensés sur le territoire du Grand Genève. Cela signifie que 10% de la consommation sont dépensés hors du Grand Genève, soit 652 M€ / 763 MCHF, ce qui constitue une évasion faible. Cette part d'évasion est comparable à celle d'autres agglomérations similaires (agglomérations de Lyon, Lille, Marseille).



Source : Enquête consommation réalisée par AID

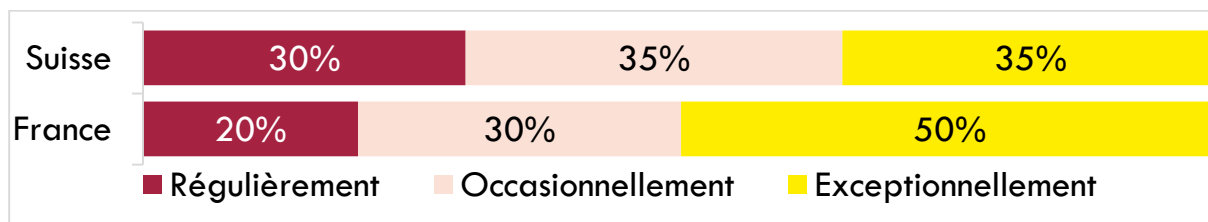
Les évasions hors du territoire du Grand Genève sont limitées :

- ▶ Seulement 3% d'évasion alimentaire, c'est un niveau d'évasion incompressible, avec des évasions occasionnelles, d'opportunités (franges du territoire, achats lors de déplacements exceptionnels)
- ▶ 8% d'évasion pour les produits de bricolage, jardinage. C'est également une évasion incompressible principalement liée à des évasions de proximité des franges du territoire et les débuts de la vente à distance sur ce type de produit.
- ▶ Entre 17 et 19% d'évasion sur les autres produits. Ce niveau d'évasion est dans la moyenne des métropoles comparables, il est constitué majoritairement d'une évasion sur Internet, en croissance, et d'évasions de proximité ou d'offre différenciée.
- ▶ Hors Internet, les principales destinations d'évasions sont l'agglomération d'Annecy, d'Evian côté France, et la zone commerciale d'Aubonne côté vaudois.

Une évasion majoritairement sur la vente en ligne, avec un développement des achats sur Internet encore limité côté Suisse, mais qui tendra à s'accroître dans les prochaines années avec le déploiement de nouveaux opérateurs.

Consommation transfrontalière des ménages du Grand Genève

Au sein du territoire du Grand Genève, on constate des échanges entre territoires importants, et notamment des échanges transfrontaliers, dans les deux sens.



Source : Enquête consommation réalisée par AID

¼ des résidents du Grand Genève réalise des achats transfrontaliers régulièrement (au moins une fois par mois), et 40% ne fait qu'exceptionnellement (moins d'une fois par an) des achats transfrontaliers.

Le prix est le premier critère d'achats transfrontaliers pour les résidents suisses, devant la disponibilité du produit uniquement en France.

Un quart cite également les horaires et jours d'ouvertures ainsi que le stationnement comme critère d'achat.

Pour les résidents français, le premier critère d'achats transfrontaliers est l'offre différenciée (2/3 des citations) : on vient en Suisse pour acheter un produit qui n'existe pas en France. La proximité du domicile ou du lieu de travail est la seconde raison d'achats transfrontaliers.

Le taux de change n'influence pas les achats transfrontaliers pour 70% des répondants.

Les achats transfrontaliers des résidents suisses en France :

Des achats ciblés avec un impact significatif sur certaines communes.

Les achats des résidents suisses dans le Genevois français s'élèvent à 364 M€ / 426 MCHF par an, dont 90% sur 9 communes immédiatement frontalières. On constate une grande disparité d'emprise de la France selon les produits alimentaires (entre 6 et 18% de leur potentiel). Les produits les plus consommés en France sont ceux pour lesquels le différentiel de prix est le plus élevé et l'offre la plus variée (les poissons et crustacés, la charcuterie et les viandes (près de 60M€), les vins et alcools (35M€) ainsi que les fromages et produits laitiers (35M€)).



En non alimentaire, on constate une plus grande homogénéité des achats transfrontaliers pour les résidents suisses, avec toutefois deux produits consommés le plus en France : l'équipement de sport (influence de certaines enseignes) et les revues, journaux. Le reste des produits non alimentaire sont consommés entre 1 et 8% sur le Genevois français et est lié aux achats réalisés en même temps lors du déplacement pour des achats alimentaires.

Les achats transfrontaliers des résidents français en Suisse :

Des achats ciblés, notamment liés aux liaisons domicile-travail.

Les résidents français consomment pour 128 M€ / 150 MCHF sur la Suisse, dont 90% sur 5 communes

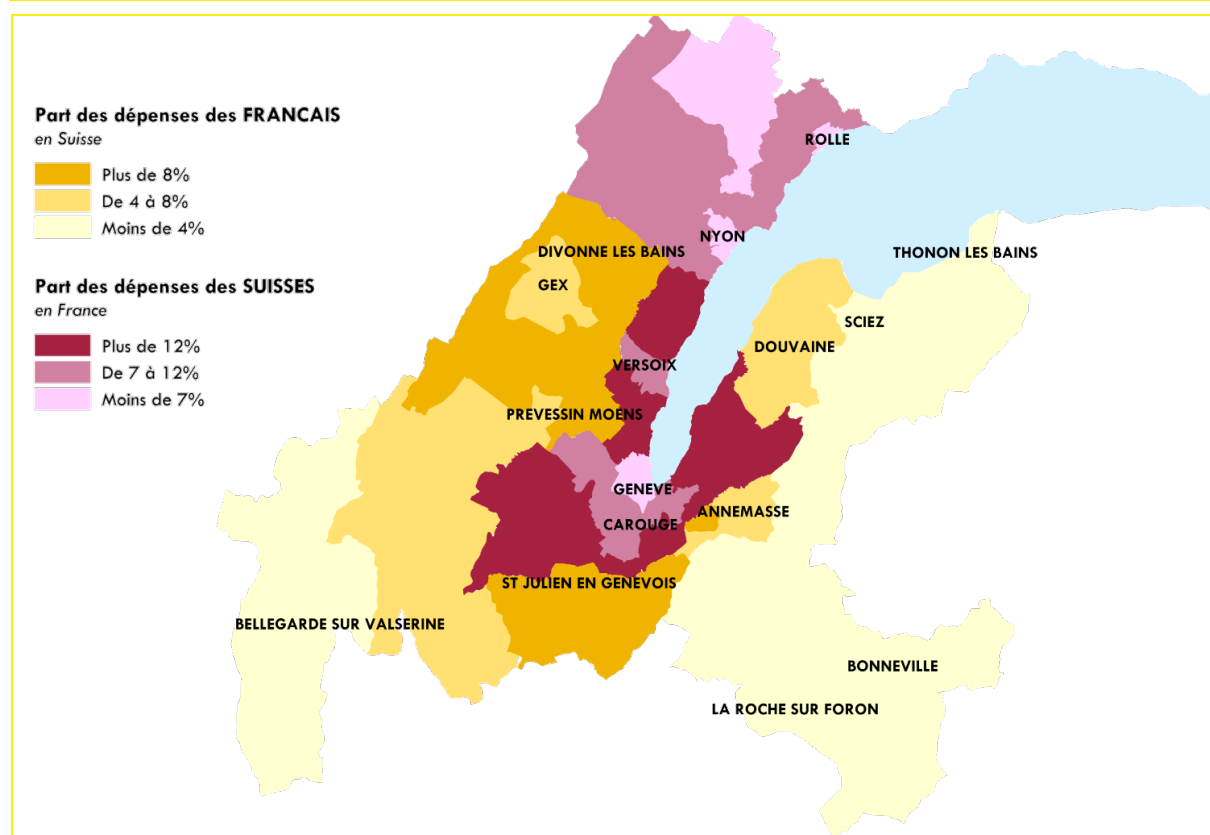
La ville de Genève et la rive droite du canton (zone commerciale de Meyrin, Ikéa etc.) sont les zones les plus attractives. Les lieux d'achats sont majoritairement liés aux liaisons domiciles-travail (la proximité) et à la variété de l'offre qui n'a pas d'équivalent en France à une distance temps comparable.

Les produits alimentaires ne sont que très rarement achetés côté Suisse. Les produits non-alimentaires les plus achetés sont le mobilier et la décoration (dont la moitié sur IKEA : 17 M€ sur les 33M€ dépensés en Suisse), l'horlogerie, bijouterie, ainsi que les CD, DVD. On note également une consommation forte sur les produits de bricolage, jardinage, liée à la présence d'enseignes spécifiques et sur le prêt-à-porter femme (influence des enseignes spécifiques et diversifiées de Genève).

Genève
Chavannes
Meyrin Lancy
Vernier

Une consommation transfrontalière indéniable mais nuancée :

Les territoires français qui ont le plus d'actifs frontaliers sont les premiers à venir consommer en Suisse. En revanche, les achats des résidents suisses en France sont d'abord réalisés par les résidents à proximité de la frontière.



Pour les territoires français directement limitrophes à la Suisse, la consommation des résidents Suisses sur le territoire du PMGF représente un poids non négligeable de leur chiffre d'affaires. Les résidents suisses consomment plus de produits alimentaires en France que de produits

non-alimentaires, ce qui ressort dans le poids des chiffres d'affaires. Ceci est lié à l'offre importante à proximité de la frontière en hypermarché alimentaires et des achats non alimentaires qui restent exceptionnels et liés à des produits ou des marques moins présentes en Suisse.

Zoom sur les achats frontaliers :

- ▶ Des apports importants des résidents suisses sur certains pôles à proximité immédiate de la frontière, induisant une fragilité de ces commerces français dans le cas où les pratiques de consommation des résidents suisses évolueraient (choix de la proximité, recours à la vente à distance etc.)
- ▶ Des échanges transfrontaliers qui se réduisent significativement lorsque l'on s'éloigne de la frontière.

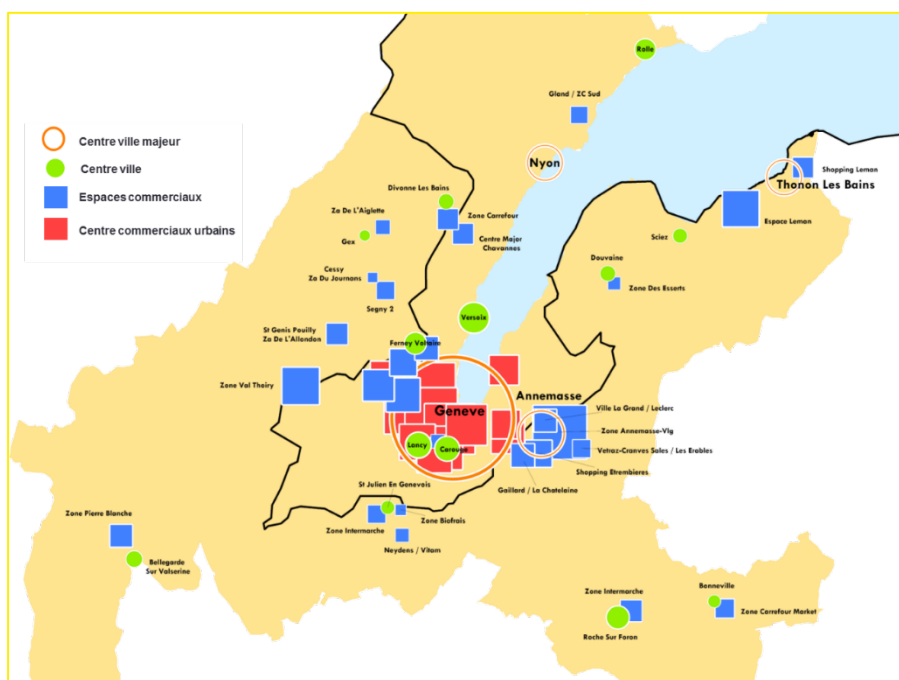
Les résidents suisses se déplacent en modes doux et transports en commun à Genève mais sont quasi-systématiquement motorisés pour aller en France. Cela s'explique par l'emplacement de l'offre commerciale (zones commerciales en bordure d'axes routiers), par la facilité et la gratuité du stationnement, et par le manque d'alternatives

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires annuel des commerces du Grand Genève est estimé à 6 119 millions d'euros / 7 160 millions de francs suisses, dont 56% réalisés par les commerces suisses, soit 3 456 M€ / 4 009 MCHF.

Une répartition inégale du chiffre d'affaires du Grand Genève

L'offre commerciale se concentre sur la première couronne de Genève, et à proximité immédiate de la frontière. 46% du chiffre d'affaires du territoire est concentré dans 17 pôles.



Bien que les centres-villes représentent 22% du chiffre d'affaires du Grand Genève, les espaces commerciaux et centres commerciaux urbains représentent 54% du CA du Grand Genève, le reste du chiffre d'affaires est réalisé par les commerces diffus (autres communes et quartiers de Genève).

Source : Enquête consommation réalisée par AID