



Genève, le 15 avril 2019  
Aux représentant-e-s des médias

## Communiqué de presse conjoint de l'Etat de Genève et du Pôle métropolitain du Genevois français

### Consommation : les pratiques des habitants du Grand Genève décryptées

**Près de 6000 habitants du Grand Genève ont participé entre avril et septembre 2018 à la première enquête de consommation menée à l'échelle du territoire. Mieux connaître les habitudes de consommation, caractériser l'impact de la frontière ou encore évaluer les tendances actuelles, telles sont les principaux objectifs de cette enquête, initiée par l'office de l'urbanisme du canton de Genève, le Pôle métropolitain du Genevois français (PMGF) et soutenue par le programme européen de coopération transfrontalière INTERREG France – Suisse. Les résultats permettront d'alimenter les politiques publiques d'aménagement commercial, de développement économique et d'animation commerciale de part et d'autre de la frontière.**

Véritable bassin de vie transfrontalier d'un million d'habitants, le Grand Genève est marqué par une forte dynamique démographique, économique et urbaine. Avec une forte proportion d'actifs, les résidents du territoire disposent de revenus plus élevés que les moyennes nationales, ce qui se traduit par des niveaux de consommation plus élevés. Un ménage résidant en Suisse consomme 16% de plus qu'un ménage résidant en France, alors même que le revenu est en moyenne 42% plus élevé. Pour les habitants, les logiques de frontières sont aujourd'hui dépassées, qu'il s'agisse de leur travail, des loisirs ou de la consommation de biens et services. Ce contexte induit un développement commercial important sur le territoire.

#### Le territoire du Grand Genève : un bassin de consommation et de mobilité

Annuellement, les commerces du territoire réalisent un chiffre d'affaire de **6 129 M € / 7 160 M CHF grâce aux achats des résidents**. Le potentiel de consommation<sup>[1]</sup> des ménages est de **6 524 M € / 7 633 M CHF**. La différence entre ces deux chiffres indique que seuls 10% de la consommation des ménages sont réalisés à l'extérieur du territoire, l'équivalent des grandes métropoles françaises comme Lille, Lyon ou Marseille. Ces achats hors du territoire sont limités (voire incompressibles) et se réalisent principalement sur internet, à hauteur de **234 M € / 270 M CHF**. L'offre commerciale du Grand Genève répond donc à la demande des ménages à l'échelle de l'agglomération. Au-delà des logiques résidentielles, d'emplois et de mobilité, le bassin de vie franco-valdo-genevois constitue aussi une réalité en termes de consommation.

#### Une consommation transfrontalière indéniable mais nuancée

La consommation transfrontalière est caractéristique d'une consommation de proximité,

réalisée par des consommateurs qui résident à proximité immédiate de la frontière ou sur le trajet entre le domicile et le lieu de travail. Les résidents en Suisse consomment essentiellement des biens alimentaires sur la partie française de l'agglomération pour un total de **361 M € / 416 M CHF par an**. Cela s'explique par le prix, mais également par la proximité et la disponibilité de l'offre (variété, diversité de l'achalandage et horaires d'ouverture). En revanche, les résidents en France consommant en Suisse, **sur leurs trajets domicile-travail ou sur leur lieu de travail**, profitent de l'offre différenciée et spécifique sur certains types de segments (magasins d'ameublement, grands magasins, horlogerie-bijouterie, biens culturels et de loisirs), pour un montant annuel de **128 M € / 148 M CHF par an**.

Par ailleurs, 70 % des répondants déclarent que le taux de change n'impacte pas leurs pratiques d'achats transfrontaliers.

### **Des enjeux communs**

La consommation sur le territoire du Grand Genève est caractéristique d'une dynamique métropolitaine classique, de type centre-périphérie, mais la présence d'une frontière et de deux monnaies différentes en exacerbe les spécificités. Les ensembles commerciaux de périphérie du Genevois français les plus proches de la frontière sont très fortement dépendants de la clientèle suisse pour les achats alimentaires. Les commerces des centralités urbaines, suisses comme françaises, sont impactés par cette importante offre commerciale. Selon l'évolution observée dans les métropoles similaires, les parts de marché occupées par la vente en ligne, qui constitue aujourd'hui «le premier magasin hors du Grand Genève» devraient croître, ce qui constitue véritablement un défi à relever pour l'ensemble des commerces du Canton de Genève et du Pôle métropolitain du Genevois français.

### **Utilisation des résultats**

Les résultats de l'enquête consommation permettront d'alimenter le Schéma métropolitain d'aménagement commercial piloté par le PMGF et l'observatoire du commerce, initié par les services du développement économique du canton de Genève. Ils documenteront aussi, plus largement, les différents documents de planification du territoire (SCoT, plans directeurs cantonaux et communaux, PLUi, PLU et PLQ). L'analyse des données issues de l'enquête constituera une véritable aide à la décision pour élaborer des stratégies territoriales, compléter l'offre commerciale, animer les cœurs de ville, ou pour la mise en œuvre de projets commerciaux. Ces informations contribueront à la mise en œuvre d'un développement commun et cohérent à l'échelle du Grand Genève, dans le respect des outils réglementaires de chaque territoire.

L'enquête de consommation sera reconduite en 2022, ce qui permettra d'identifier et caractériser les évolutions des modes de consommation sur le territoire du Grand Genève, en intégrant l'arrivée du Léman Express et la vente en ligne.

Lien vers le [dossier de presse](#)

---

*L'enquête s'est déroulée en deux phases et porte sur 30 produits de consommation courante.*

*Une première phase, menée par téléphone auprès d'un échantillon représentatif de ménages, a permis de récolter des données sur les comportements d'achats et les évolutions en cours (e-commerce, livraisons, types de produits, circuits courts) mais aussi sur les flux et modes de*

déplacements liés aux achats. Une deuxième phase en ligne, ouverte à toute la population résidente du Grand Genève (hors visiteurs et touristes), a ensuite permis de préciser les éléments qui fondent la satisfaction client ou encore les motivations dans le choix du lieu d'achat.

---

**[1]** *Potentiel de consommation : Budget annuel que consacrent les ménages d'une zone donnée à l'achat des biens alimentaires ou non alimentaires dans les commerces de détail, quel qu'en soit le type (grande surface, commerce de proximité, marché, internet etc.)*

Pour toute information complémentaire:

- **Pour le canton de Genève** : Mme Nicole Bovard Briki, chargée de communication, DT, T. +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, T. +33 48 074 00 02.