

Genève Rive Droite

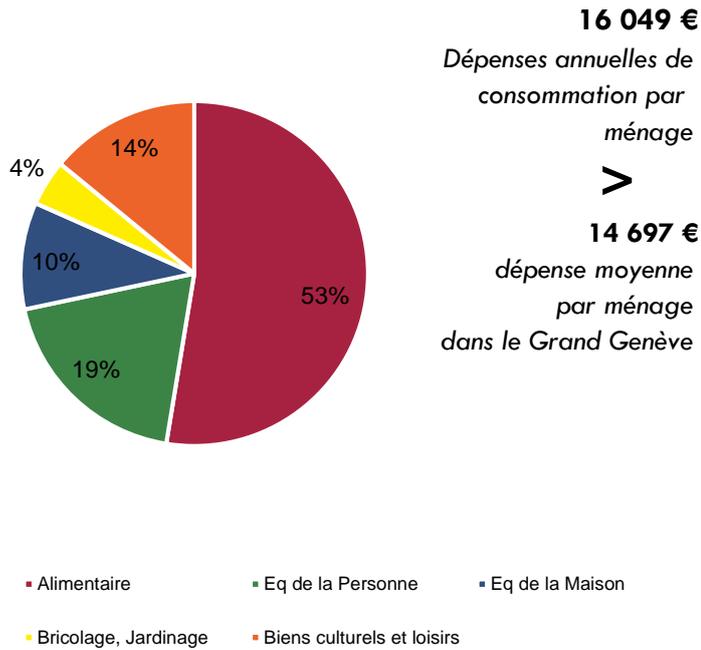
Carte de localisation



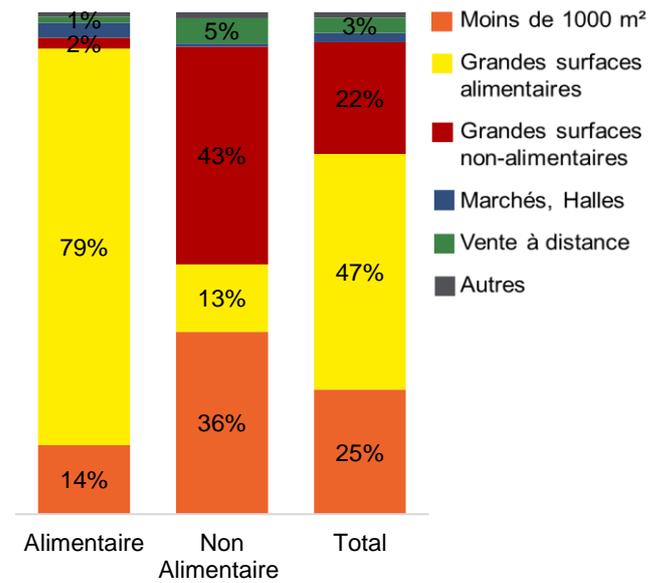
Indicateurs sociologiques

| | Genève Rive Droite | Grand Genève | % Grand Genève |
|---------------------------|--------------------|--------------|----------------|
| Population | 102 807 | 1 034 381 | 10% |
| Ménages | 38 953 | 443 879 | 9% |
| Taille des ménages | 2,64 | 2,33 | |

En famille de produits



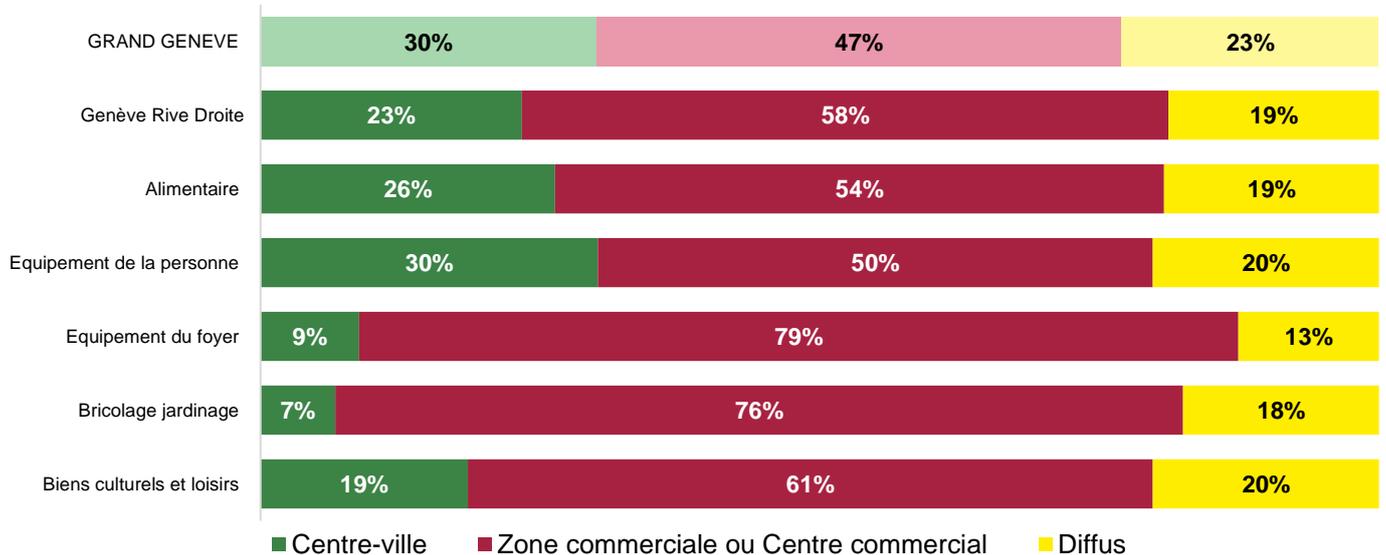
Circuits de distribution



Sur Genève Rive Droite, la dépense commercialisable est estimée à 625 millions d'euros en 2018.

Les grandes surfaces sont le circuit de distribution dominant tant en alimentaire, qu'en non-alimentaire. 79% des dépenses alimentaires sont réalisées dans les grandes surfaces alimentaires. 56% des dépenses non alimentaires sont réalisées dans la grande distribution, dont 43% pour les grandes surfaces spécialisées.

Par localisation



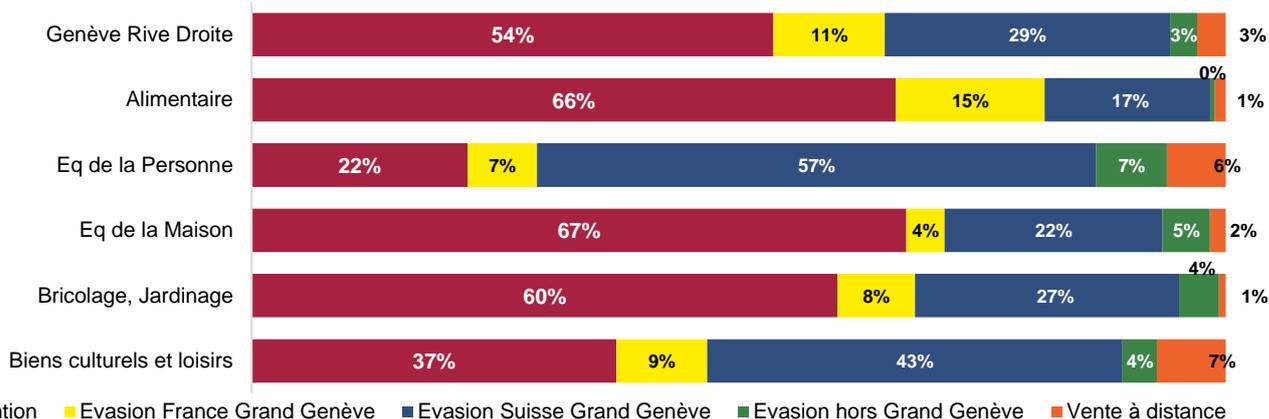
23% des dépenses des ménages sont réalisées dans des commerces de centre-ville, 58% dans des commerces en zones commerciales ou centres commerciaux. Cette proportion est plus importante que sur le canton de Genève, en raison de la proportion d'offre en zone ou centre commercial sur cette zone.

En alimentaire, 26% des dépenses sont réalisées en centre-ville contre 30% pour les ménages du Grand Genève.

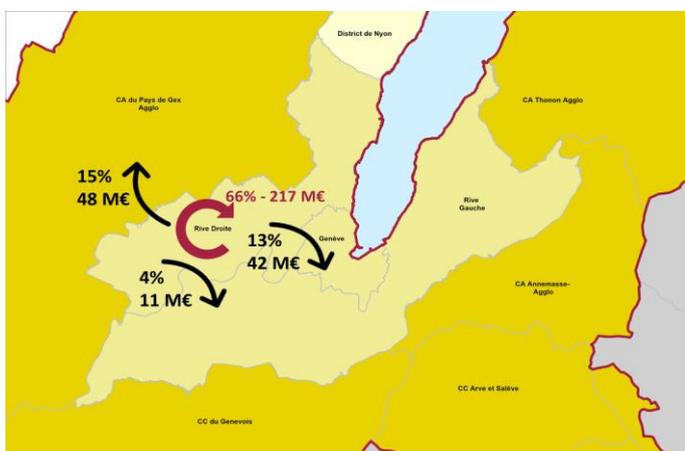
En non-alimentaire, 62% des dépenses sont réalisées dans les zones commerciales contre 47% pour les ménages du Grand Genève.

Flux de consommation et Evasion

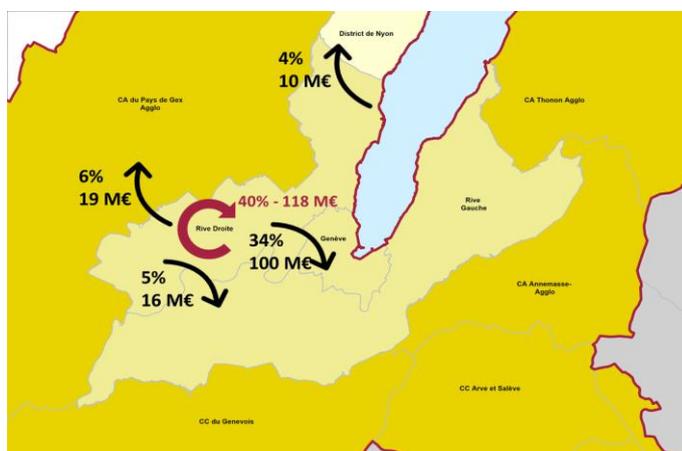
Consommation sur le territoire et hors du territoire



Flux de consommation des ménages du territoire Alimentaire



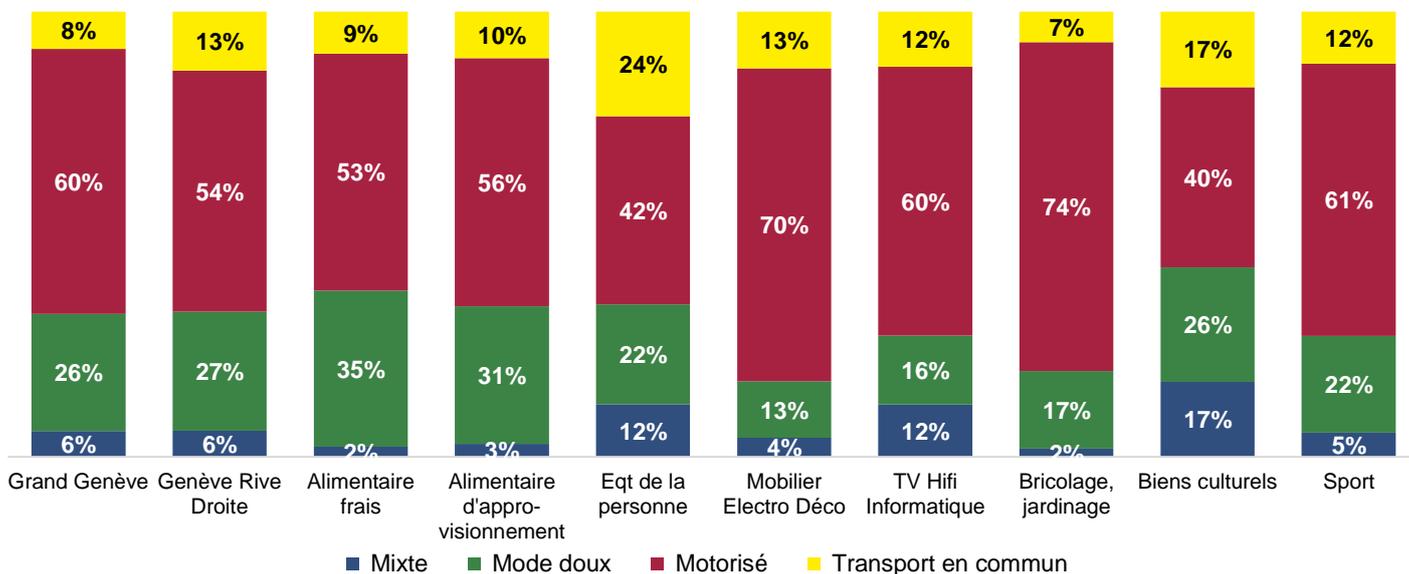
Non alimentaire



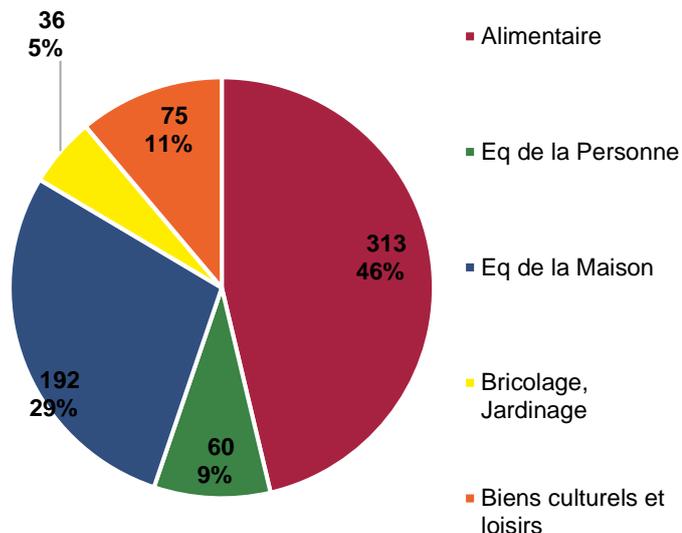
En alimentaire, 66% des dépenses du territoire sont réalisées sur le territoire. L'évasion est entre la CA du Pays de Gex Agglo (15% des dépenses), Genève ville (13%) et la rive gauche du canton.

En non-alimentaire, 40% des dépenses du territoire sont réalisées sur le territoire. L'évasion est majoritairement vers Genève ville (34%), et moindre vers la CA du Pays de Gex Agglo (limités à certains types de produits : bricolage, sport, produits culturels).

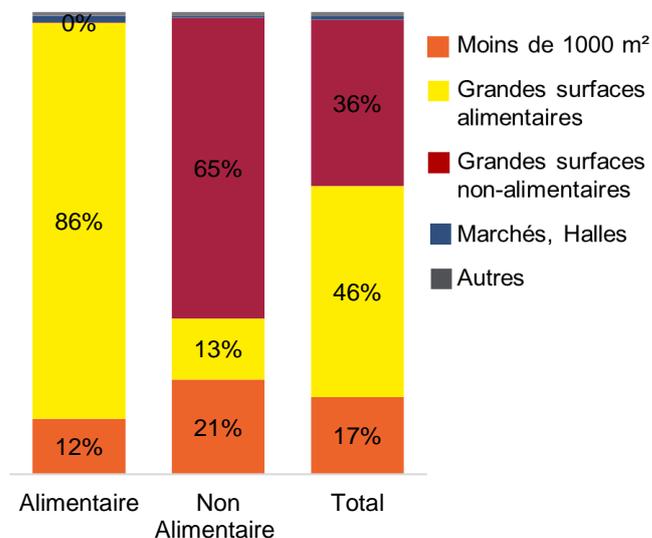
Modes de déplacement des ménages du territoire



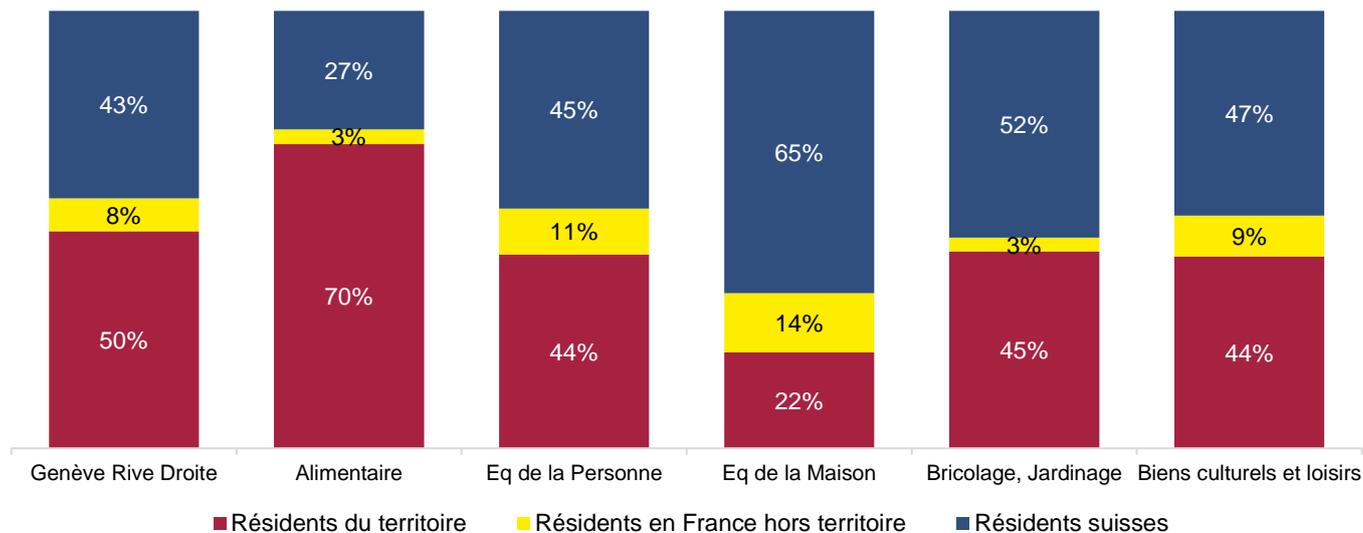
Par famille de produits (en M€)



Par circuits de distribution

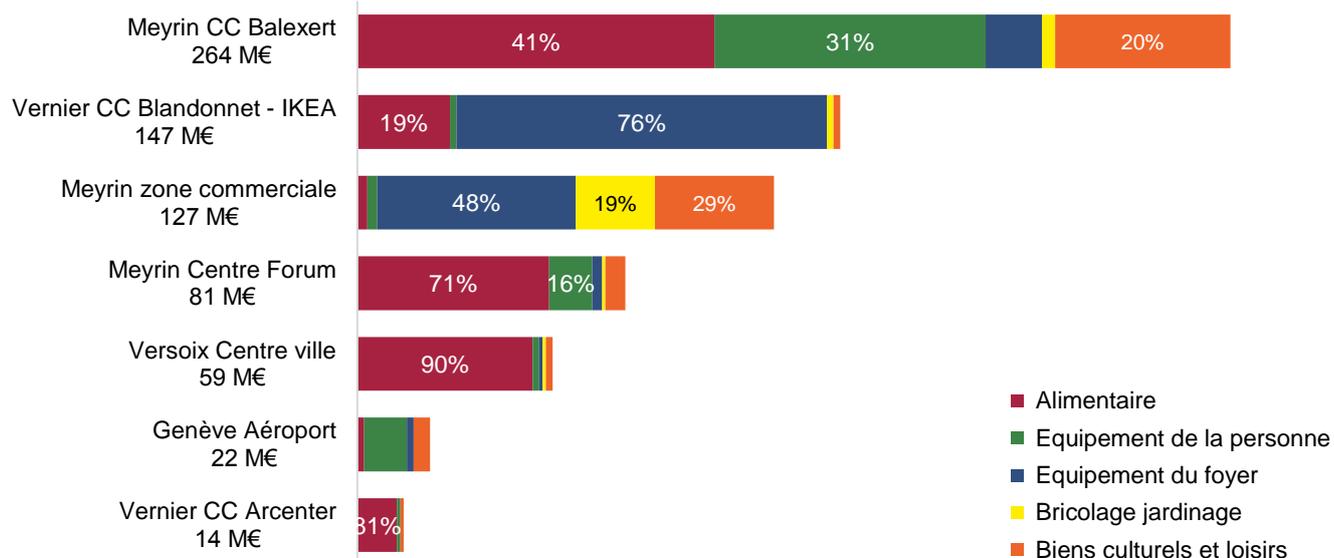


Attractivité du territoire : origine du chiffre d'affaires

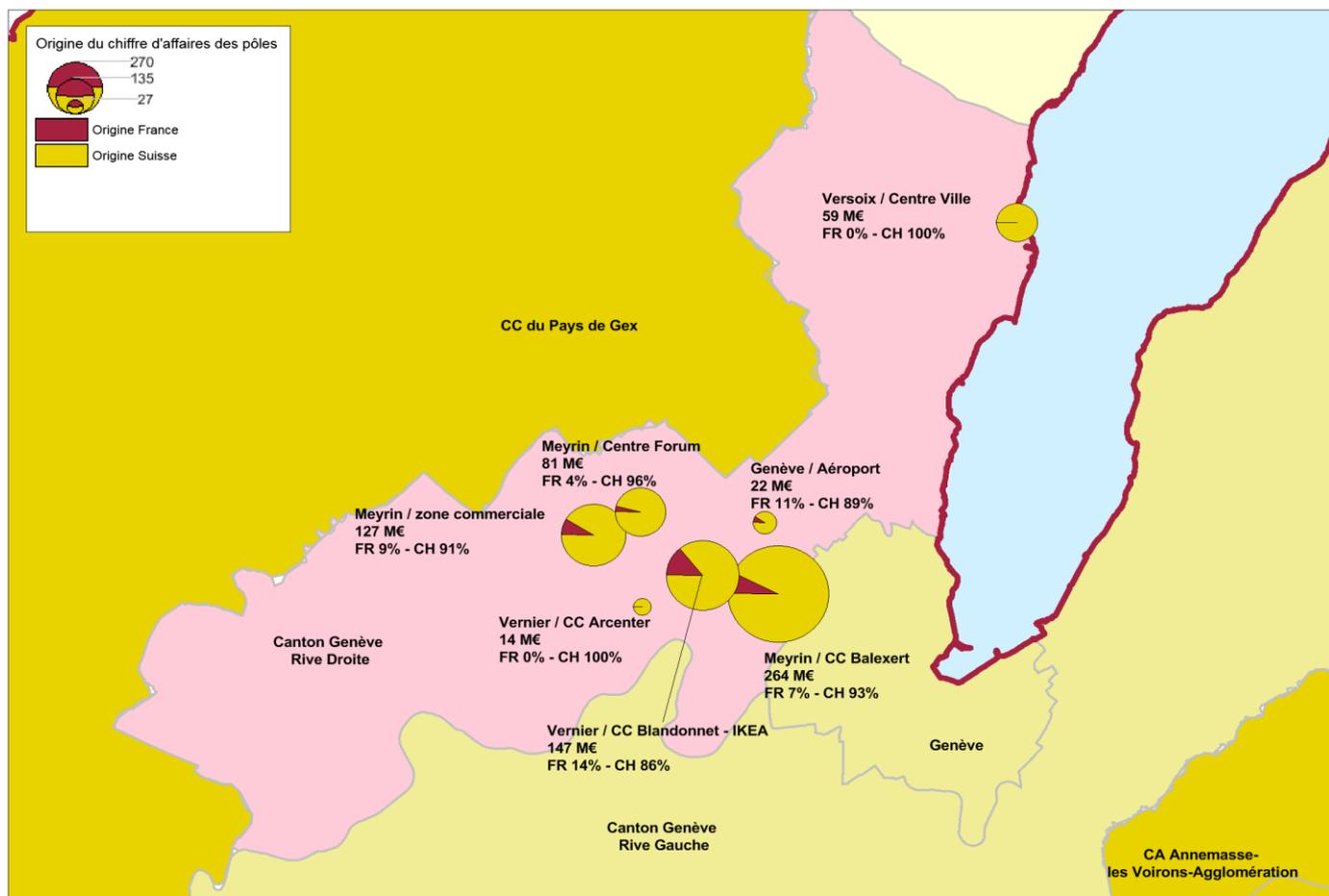


Sur les 675 millions d'euros de chiffre d'affaires du territoire, 50% sont réalisés par les ménages résidents du territoire. Le territoire attire le reste du canton la clientèle française, notamment sur l'équipement de la maison (Ikéa et la zone commerciale de Meyrin) et les produits non-alimentaires.

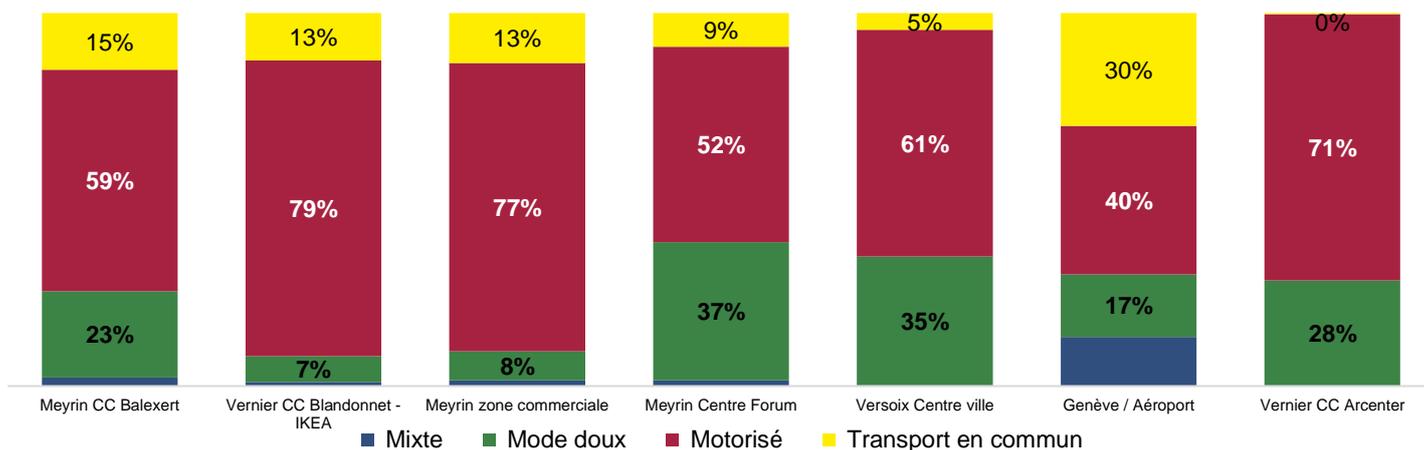
Chiffre d'affaires des principaux pôles par famille de produits



Origine du chiffre d'affaires des principaux pôles



Chiffre d'affaires des principaux pôles par mode de déplacement



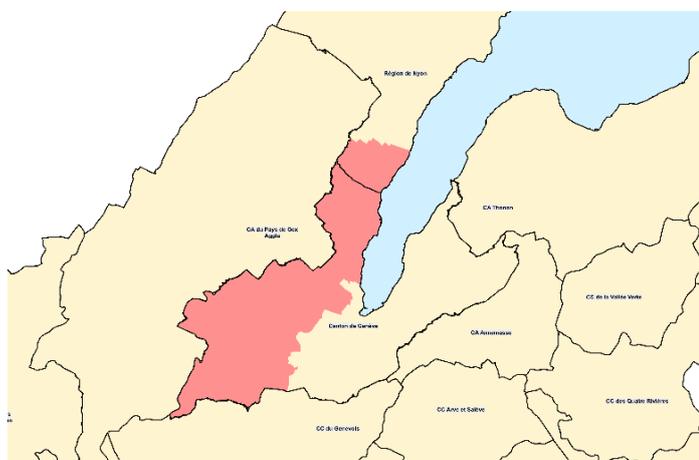
Le principal pôle du territoire est le centre commercial Balaxert, avec 264 M€, et un chiffre d'affaires équilibré en famille de produits. Le second pôle est le CC Vernier, avec Ikea.

Le poids de la clientèle française est peu important, avec tout de même 14% du chiffre d'affaires du CC Blandonnet Ikea.

Les modes de déplacement montrent des déplacements majoritairement motorisés pour les pôles à dominante équipement de la maison : CC Blandonnet avec Ikea, la zone commerciale de Meyrin. Les modes doux et les transports en commun sont prédominants dans les pôles à dominante alimentaire (Meyrin centre Forum, Versoix Centre ville et le CC Balaxert).

Zone de chalandise

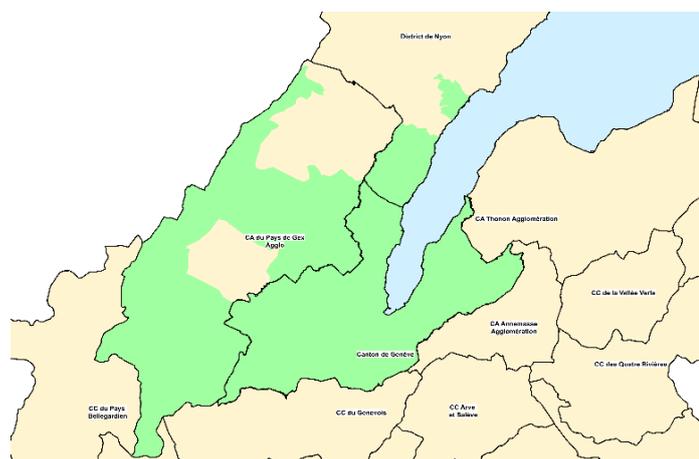
Alimentaire



| ALIMENTAIRE | | | |
|--------------|-------------------------------------|-----------------|----------------|
| | % de chiffre d'affaires reconstitué | Emprise moyenne | Population |
| Territoire | 70% | 66% | 103 000 |
| Reste France | | | |
| Reste Suisse | 15% | 17% | 82 000 |
| TOTAL | 85% | 43% | 185 000 |

La zone de chalandise alimentaire est limitée à la rive droite du canton et à l'ouest du district de Nyon.

Non alimentaire



| NON ALIMENTAIRE | | | |
|-----------------|-------------------------------------|-----------------|----------------|
| | % de chiffre d'affaires reconstitué | Emprise moyenne | Population |
| Territoire | 32% | 40% | 103 000 |
| Reste France | 5% | 8% | 66 000 |
| Reste Suisse | 54% | 13% | 439 000 |
| TOTAL | 91% | 17% | 608 000 |

La zone de chalandise non-alimentaire est plus large et englobe la CA du Pays de Gex, et une partie du district de Nyon. Elle reconstruit 91% du chiffre d'affaires.

Synthèse

Un bon taux de rétention en alimentaire et non-alimentaire, avec toutefois des évasions fortes liées à la densité de l'offre à proximité :

- des évasions alimentaires vers la CA Pays de Gex

Agglo

- des évasions non-alimentaires vers Genève ville et le reste du Canton, et plus limitées vers la France sur des produits spécifiques.

Une attraction faible en alimentaire hors du territoire, du fait de la localisation des pôles alimentaires côté France et côté Canton de Genève.

Une attraction significative sur l'ensemble du Canton et la CA Pays de Gex Agglo, notamment en équipement de la maison (Ikéa, Zone de Meyrin), et une influence de ces zones sur l'ensemble du Genevois français.

Une part plus importante de déplacements en véhicules motorisés, en raison de des produits d'équipement du foyer.

Forces

Une bonne couverture des besoins de la population résidente

Une attraction significative sur l'ensemble du canton et des territoires limitrophes (Pays de Gex Agglomération), et une influence sur tout le Genevois

Faiblesses

L'usage des transports individuels motorisés reste important, en lien avec les achats en zone commerciale, et la typologie d'achat (équipement de la maison notamment).

Des évasions fortes liées à la densité de l'offre de proximité

Une attraction faible en alimentaire majoritairement due à l'offre présente sur les territoires limitrophes, et notamment côté France

Opportunités

Un développement commercial dans les nouveaux quartiers

Un fort développement des transports en commun programmé, permettant d'améliorer le report modal

Menaces

Une programmation commerciale dans les nouveaux quartiers, qui peut favoriser les concurrences internes

Des projets dans les territoires limitrophes, et notamment sur le Pays de Gex Agglomération