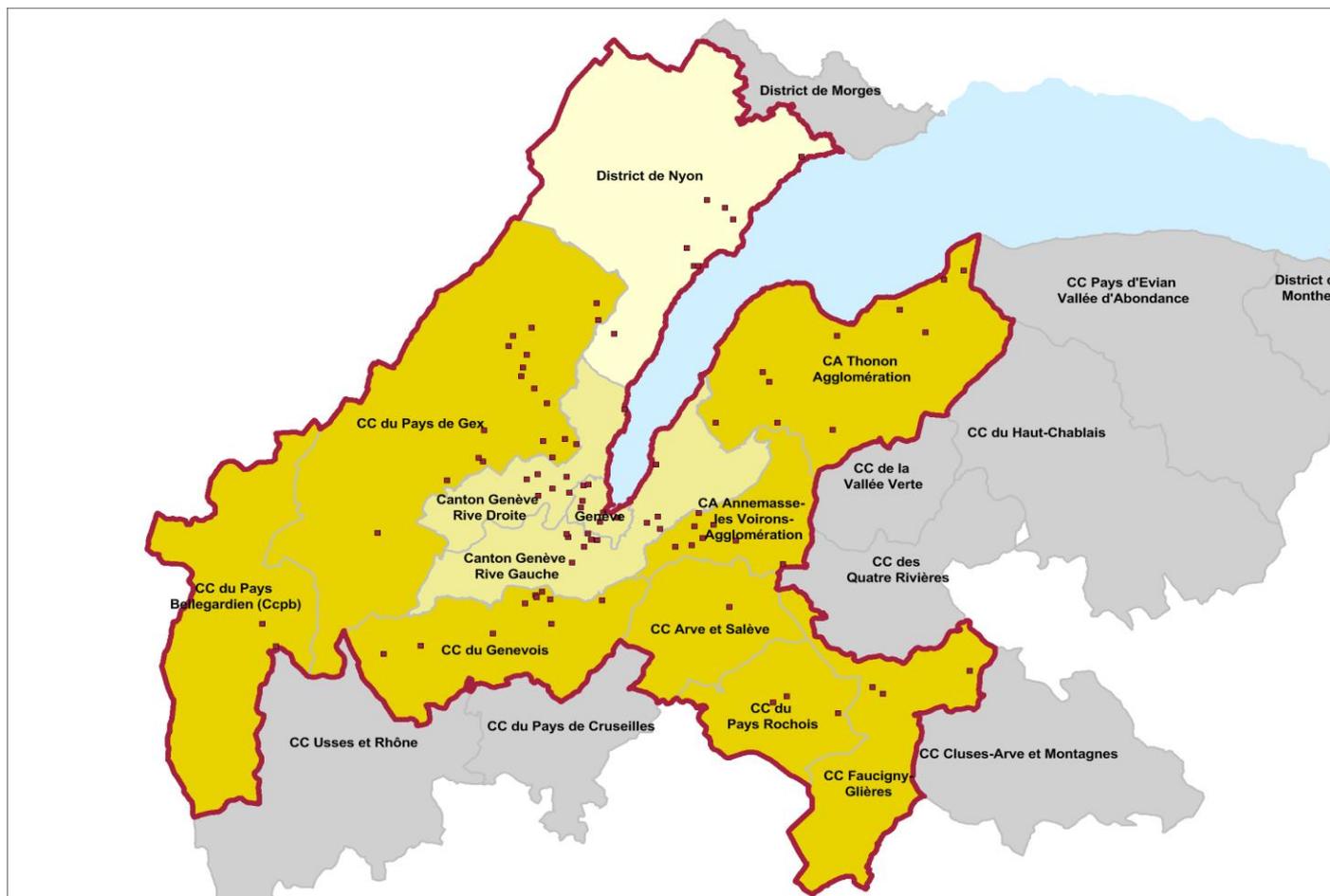


# Genevois français

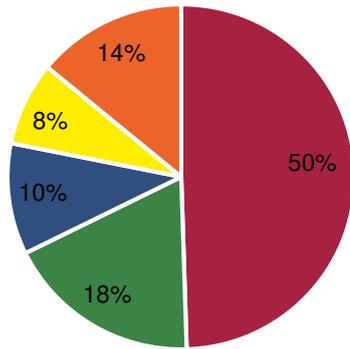
## Carte de localisation



## Indicateurs sociologiques

	Genevois français	Grand Genève	% Grand Genève
<b>Population</b>	<b>428 897</b>	1 034 381	41%
<b>Ménages</b>	<b>186 550</b>	443 879	42%
<b>Taille des ménages</b>	<b>2,30</b>	2,33	
<b>Part des actifs transfrontaliers</b>		42%	sur le Genevois français

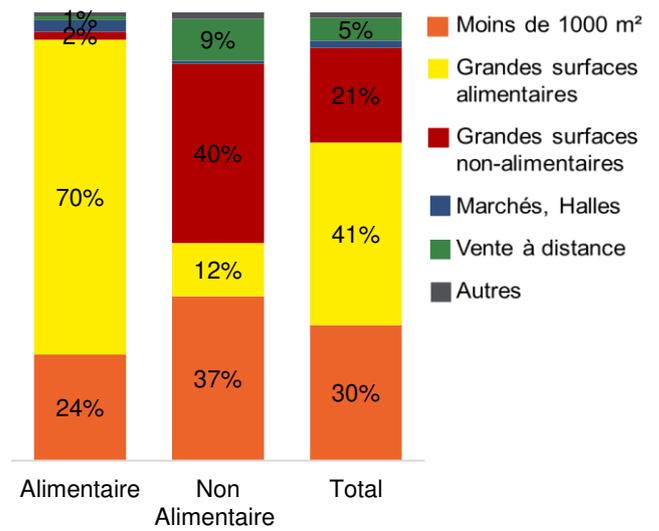
## En famille de produits



- Alimentaire
- Eq de la Personne
- Eq de la Maison
- Bricolage, Jardinage
- Biens culturels et loisirs

**13 439 €**  
 Dépenses annuelles de consommation par ménage  
**<**  
**14 697 €**  
 dépense moyenne par ménage dans le Grand Genève

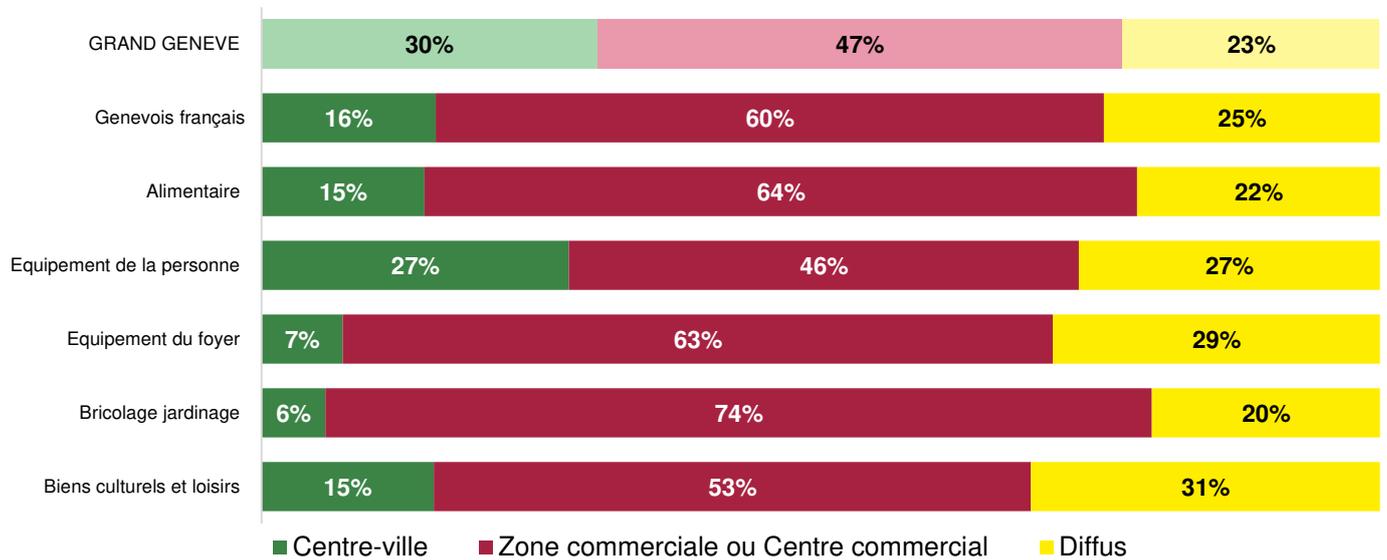
## Circuits de distribution



Sur la Genevois français, la dépense commercialisable est estimée à 2507 millions d'euros en 2018.

Les grandes surfaces sont le circuit de distribution dominant tant en alimentaire, qu'en non-alimentaire. 70% des dépenses alimentaires sont réalisées dans les grandes surfaces alimentaires. 52% des dépenses non alimentaires sont réalisées dans la grande distribution, dont 40% pour les grandes surfaces spécialisées.

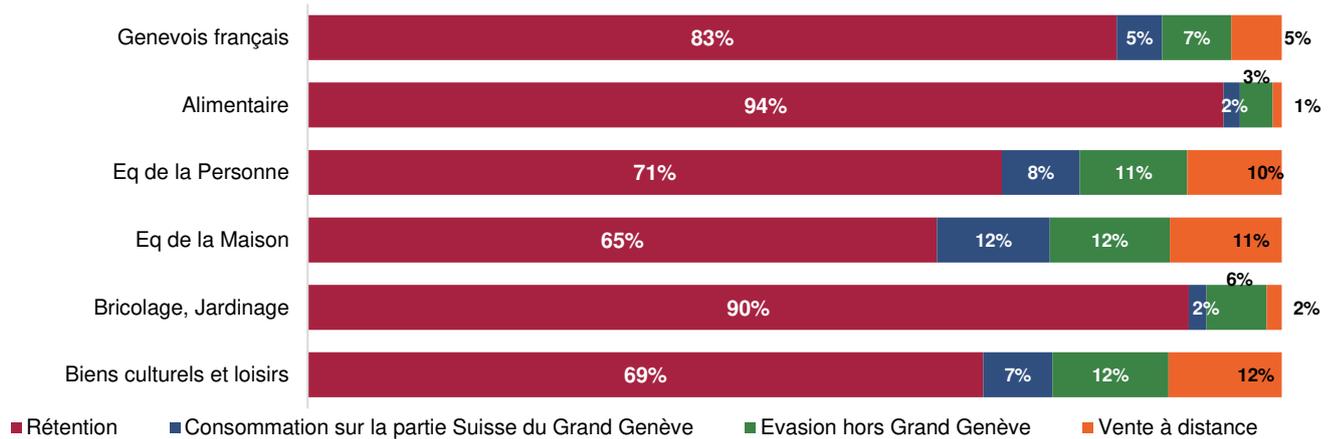
## Par localisation



16% des dépenses des ménages sont réalisées dans des commerces de centre-ville, 60% dans des commerces en zones commerciales ou centres commerciaux.  
 En alimentaire, 15% des dépenses sont réalisées en centre-ville contre 30% pour les ménages du Grand Genève.  
 En non-alimentaire, 56% des dépenses sont réalisées dans les zones commerciales contre 47% pour les ménages du Grand Genève.

# Flux de consommation et Evasion

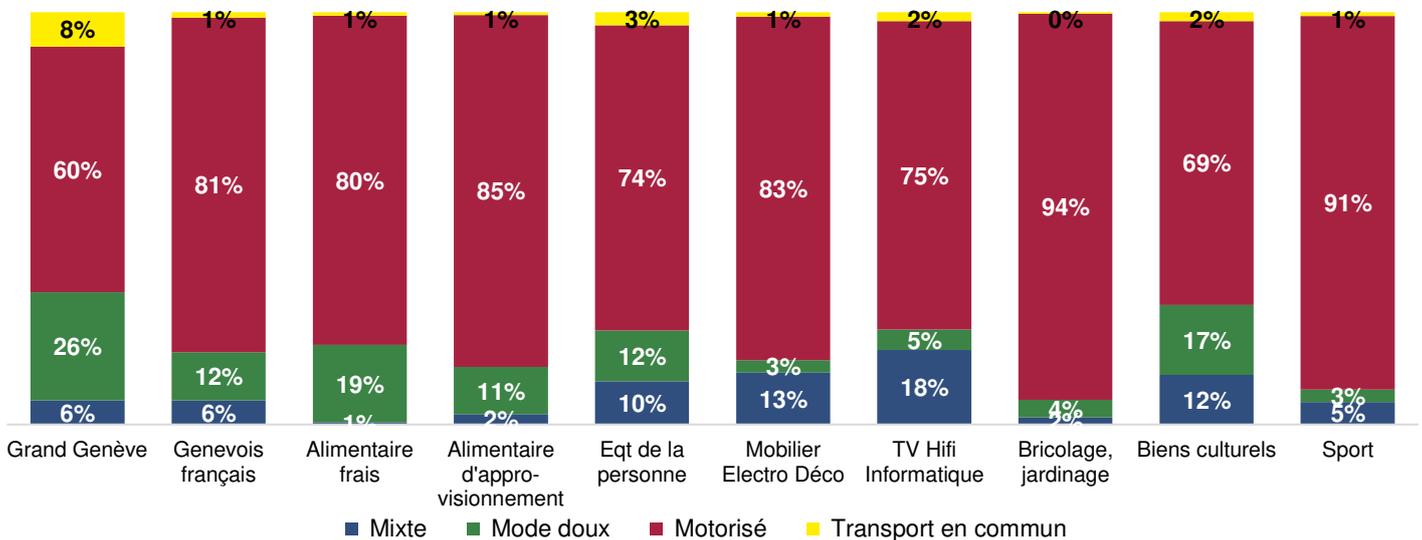
## Consommation sur le territoire et hors du territoire



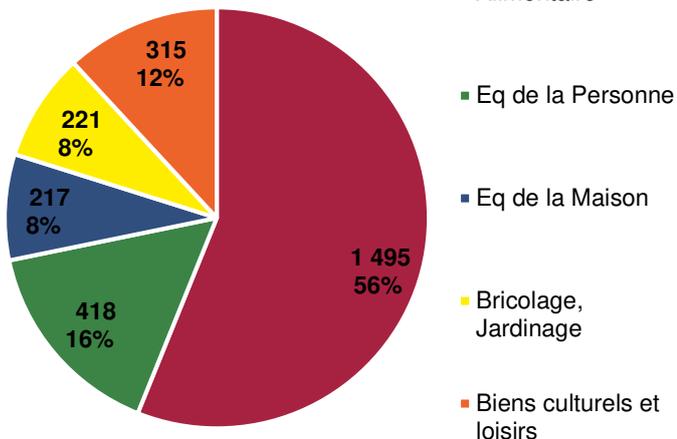
En alimentaire, 94% des dépenses du territoire sont réalisées sur le territoire. Les évasions sont très limitées, incompressibles, et sont des évasions d'opportunité liées majoritairement aux liaisons domiciles-travail.

En non-alimentaire, plus de 70% des dépenses du Genevois français sont réalisées sur le territoire. L'évasion majoritaire est la vente en ligne. Les évasions sont liées à certains types de produits et d'enseignes (l'équipement de la maison et le bricolage-jardinage vers les pôles spécialisés du canton de Genève), les évasions hors du Grand Genève sont des évasions limitées aux franges du territoire.

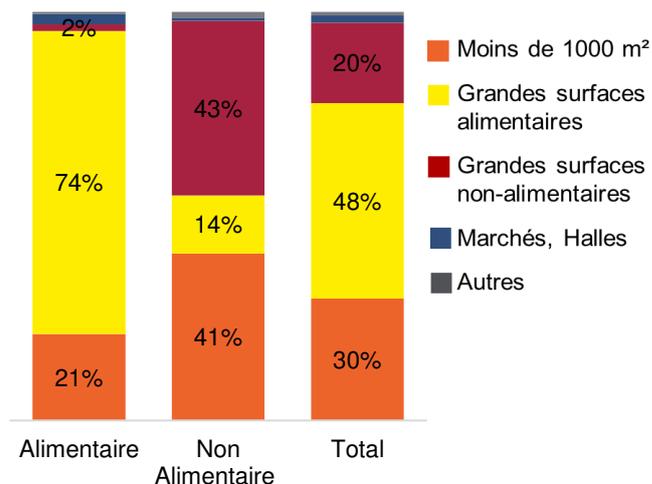
## Modes de déplacement des ménages du territoire



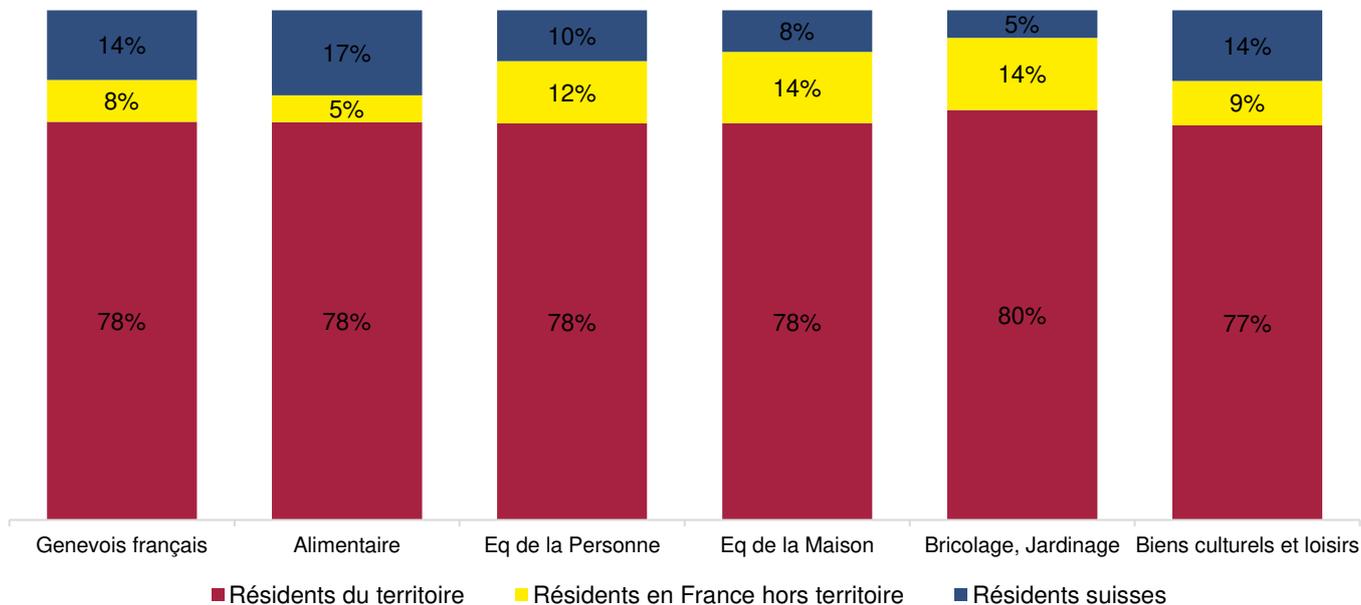
## Par famille de produits (en M€)



## Par circuits de distribution

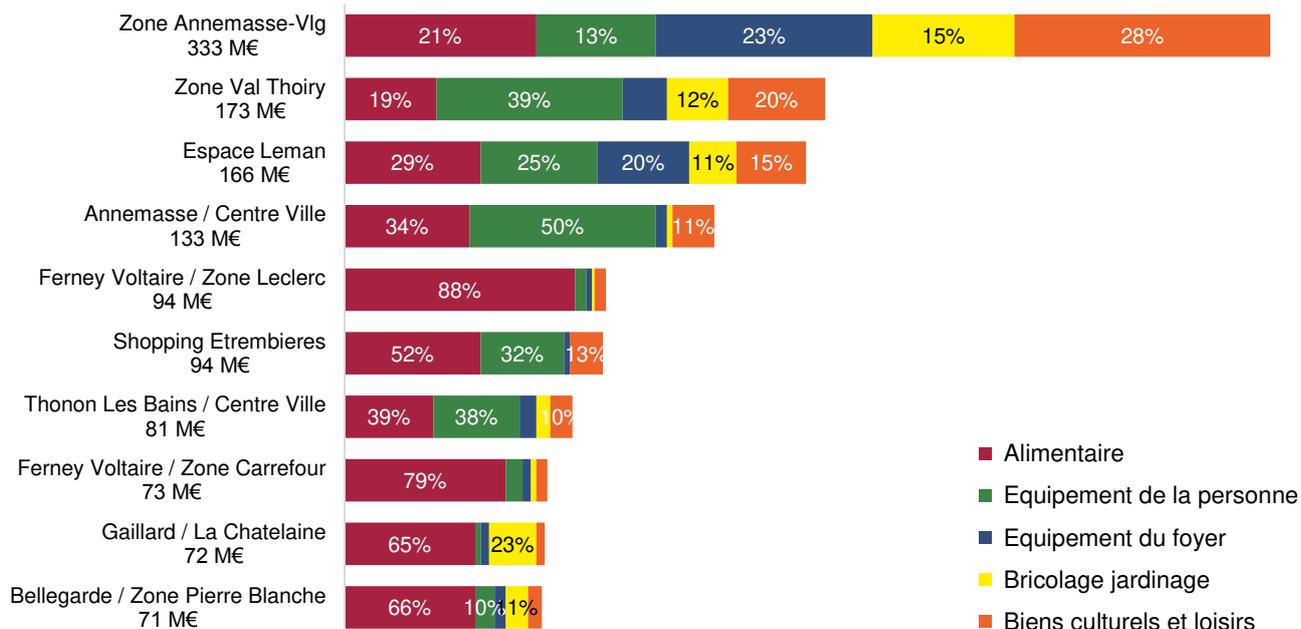


## Attractivité du territoire : origine du chiffre d'affaires



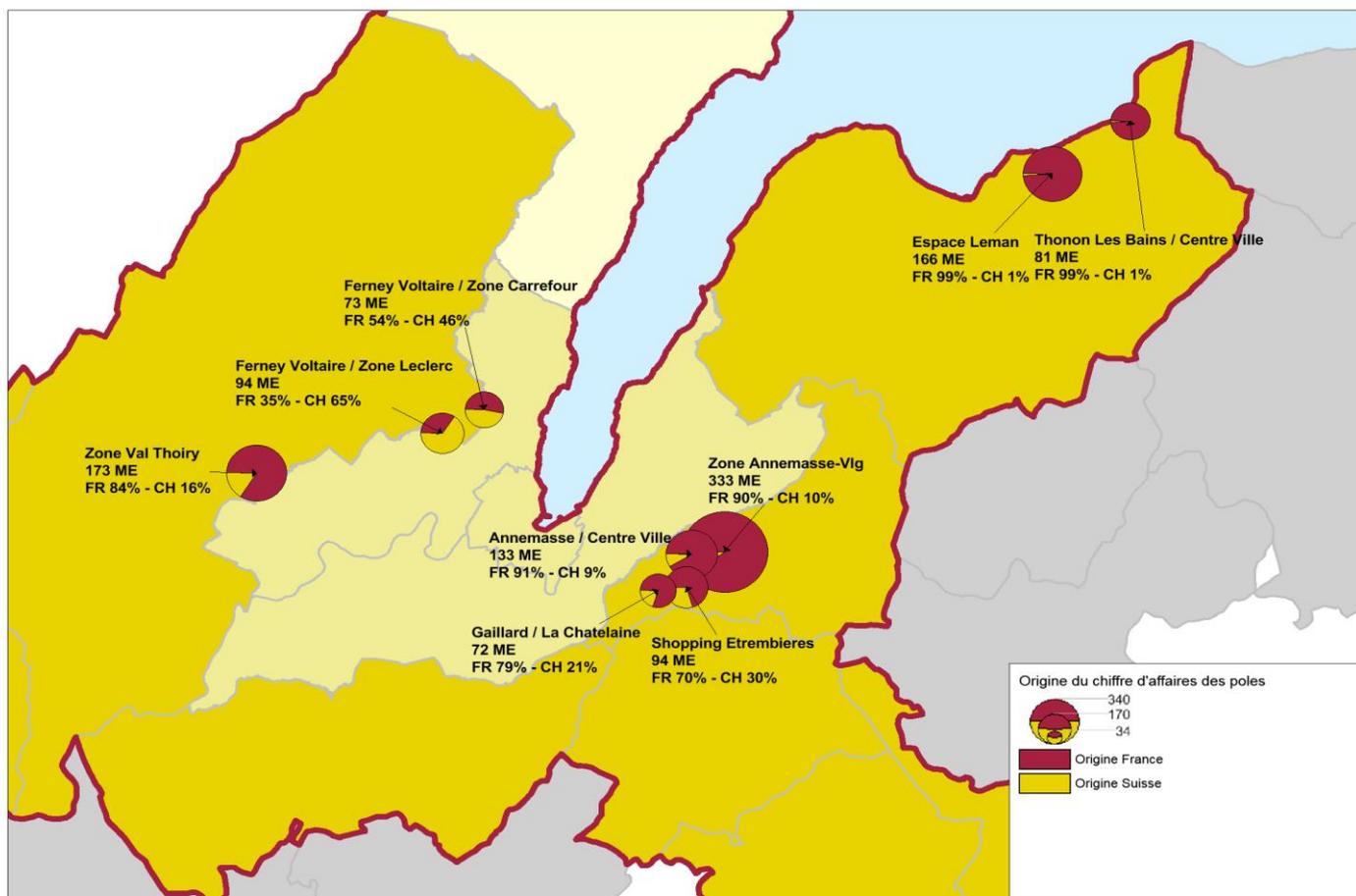
Sur les 2,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires du territoire, 78% sont réalisés par les ménages résidents du territoire. Le territoire attire une clientèle française limitrophe, ainsi que la clientèle suisse, limitrophe et sur des produits spécifiques, des enseignes.

## Chiffre d'affaires des principaux pôles par famille de produits



- Alimentaire
- Equipement de la personne
- Equipement du foyer
- Bricolage jardinage
- Biens culturels et loisirs

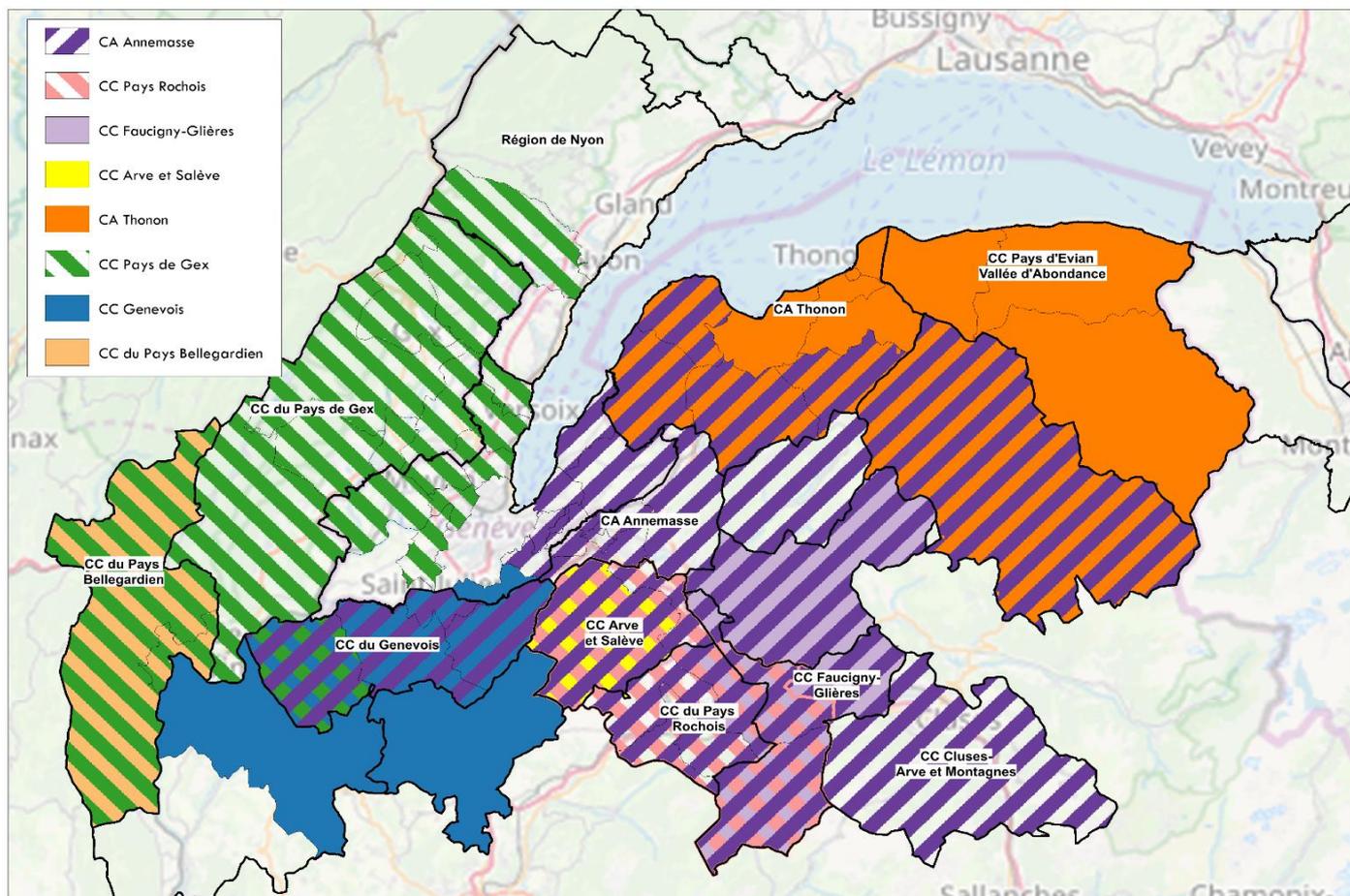
## Origine du chiffre d'affaires des principaux pôles





# Zone de chalandise

## Non alimentaire



La zone de chalandise non-alimentaire du Genevois français comprend les secteurs limitrophes, côté Savoie et côté Canton de Genève et district de Nyon. L'attractivité est plus limitée côté résidents Suisses du Grand Genève. On constate des attractivités qui se chevauchent entre territoires du Genevois français.

## Synthèse

Le Genevois français, un territoire peuplé, avec 42% d'actifs transfrontaliers avec la Suisse.

Une très bonne couverture des besoins : des évasions incompressibles en alimentaire, pour l'équipement du foyer, des évasions liées à des enseignes spécifiques sur la Suisse (Ikea, zone commerciale de Meyrin), et des évasions aux franges du territoire. Des effets de bords pour les autres familles de produits, ainsi qu'une évasion sur Internet incompressible.

Une très grande part de transport motorisés individuels pour tous les achats, avec une part plus importante de mobilités douces sur les centres-villes du territoire (40%).

Une évasion en vente en ligne comparable au niveau national sur les produits de consommation courante.

Une attraction significative des pôles proches de la frontière sur les résidents suisses, avec jusqu'à 60% de chiffre d'affaires réalisés par les suisses sur certains pôles.

Des chevauchements d'attractivité entre territoire.

### Forces

**Une très bonne couverture des besoins**

**Des déplacement en modes doux importants en centres-villes**

### Faiblesses

**Des concurrences internes, à équilibrer.**

**Des pôles dont une partie du chiffre d'affaires dépend de la clientèle Suisse.**

**Une part très importante de déplacements motorisés**

### Opportunités

**Poursuivre les efforts engagés pour améliorer l'attractivité des centres-villes**

**Intensifier le report modal, notamment grâce aux infrastructures : Léman Express, Tramway, BHNS, voie verte...**

### Menaces

**Des projets en développement qui peuvent remettre en cause les équilibres actuels entre territoires**

**D'éventuels changements de comportements de ces consommateurs (nouvelles pratiques et lieux de consommation, évolution du taux de change...) pourraient impacter l'équilibre du Genevois français**