

> Genève, le 26 avril 2024

## > Lancement d'une enquête sur les habitudes de consommation à l'échelle du Grand Genève

**Le Canton de Genève, la Région de Nyon et le Pôle métropolitain du Genevois français souhaitent améliorer la connaissance des pratiques de consommation à l'échelle du Grand Genève sur la base de données collectées auprès des consommateurs. Une enquête portant sur 30 produits de consommation sera conduite à compter du 26 avril 2024 via les réseaux sociaux. Elle visera à analyser notamment les changements de comportements des consommateurs.**

Le Grand Genève compte désormais plus d'un million d'habitants. Véritable bassin de vie transfrontalier, il est marqué par une forte dynamique démographique, économique et urbaine. Pour ses 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.

### **6000 habitants avaient déjà contribué à l'enquête en 2018**

En 2018, une première enquête de consommation réalisée auprès de 6000 habitants avait permis de mieux connaître les logiques de consommation dans le bassin de vie transfrontalier. Les principaux enseignements de l'enquête étaient les suivants :

- En 2018, les commerces du territoire réalisaient un chiffre d'affaire de 6 129 millions € / 160 millions CHF grâce aux achats de biens de consommation des résidents ;
- Seuls 10 % de la consommation des ménages se faisaient en dehors du territoire, notamment via internet ;
- 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 ;
- La consommation transfrontalière est le résultat de consommateurs qui résident à proximité immédiate de la frontière (- de 5km) ou qui achètent à proximité de leur lieu de travail. A l'époque, les résidents en Suisse consommaient essentiellement des biens alimentaires sur la partie française de l'agglomération pour un total de 361 millions € / 416 millions CHF par an.

Cela s'expliquait 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, profitaient d'une offre spécifique sur certains types de segments (magasins d'ameublement, grands magasins, horlogerie-bijouterie, biens culturels et de loisirs), pour un montant annuel de 128 millions € / 148 millions CHF par an.

## Une prise en compte pour les stratégies territoriales de demain

Depuis 2018, les [résultats de l'enquête consommation](#) ont notamment permis d'alimenter les politiques publiques du territoire (Schéma métropolitain d'aménagement commercial du Genevois français, Observatoire du commerce du Canton de Genève) et de faire évoluer les documents de planification. Les données issues de l'enquête constituent une véritable aide à la décision pour élaborer des stratégies territoriales, compléter l'offre commerciale, animer les cœurs de ville, pour la mise en œuvre de projets commerciaux ou pour mieux connaître les modes de déplacements privilégiés par les consommateurs en fonction des biens achetés.

A compter du 26 avril 2024, l'enquête consommation sera reconduite via les réseaux sociaux auprès des habitants du Grand Genève (Facebook, Instagram, Tik-Tok). Cela permettra d'analyser les changements de comportements et évolutions du commerce depuis 2018 dans le Grand Genève : déploiement du Léman Express, vente en ligne et livraison à domicile, effets de la COVID-19 et de l'inflation, modes de déplacements, etc.

### 30 produits de consommation courante analysés

L'enquête se déroulera en deux phases et portera sur 30 produits de consommation courante. Une première phase récoltera des données sur les comportements d'achats et les évolutions en cours, mais aussi sur les flux et modes de déplacements liés aux achats (qui achète quoi, ou, comment). Une seconde phase précisera les éléments qui fondent la satisfaction client, ou les motivations du choix du lieu d'achat par exemple.

L'analyse de ces résultats, conduite par un cabinet d'études privé spécialisé permettra de caractériser l'offre commerciale selon les sites, de mesurer l'attractivité des pôles commerciaux urbains, d'entrée de ville ou périphériques, ainsi que l'impact de la frontière (prix, taux de change, etc.).

#### [Lien vers l'enquête en ligne](#)



Plus d'information sur l'étude menée :

[www.grand-geneve.org/conso](http://www.grand-geneve.org/conso)

Pour mener cette nouvelle enquête consommation, le Grand Genève a mandaté la société AID Observatoire, spécialisée en analyse et production d'études de consommation depuis 1973. AID accompagne les territoires à définir des stratégies cohérentes en termes de commerce, d'économie et de tourisme.



**Pour le Pôle métropolitain du Genevois français :** Charlotte LE GOUIC, Chargée de mission aménagement du territoire, [charlotte.legouic@genevoisfrancais.org](mailto:charlotte.legouic@genevoisfrancais.org) - +33(0)6 48 25 71 45

**Pour le Canton de Genève :** Ingrid CARINI, Cheffe de projet Aménagement Grand Genève [ingrid.carini@etat.ge.ch](mailto:ingrid.carini@etat.ge.ch) - + 41(0) 22 546 73 59

**Pour la Région de Nyon :** Daniela NAGY, Responsable de la communication et du marketing, [d.nagy@regiondenyon.ch](mailto:d.nagy@regiondenyon.ch) - +41(0) 22 552 30 20