

Les Genevois dépensent 416 millions en France par an

Une étude sur la consommation du Grand Genève montre que les Genevois achètent moins qu'attendu en France voisine

Sami Zaïbi
@ZaibiSami

«Anecdotique». Voilà comment le président du Conseil d'État Antonio Hodgers a qualifié la consommation des résidents genevois en France. Pour la première fois, une étude a chiffré les comportements d'achat dans le Grand Genève, résidents français et suisses inclus. Comme attendu, la balance commerciale est en défaveur de la Suisse. Alors que les résidents helvétiques dépensent 416 millions de francs dans le Genevois français, les résidents français ne dépensent quant à eux «que» 148 millions de francs du côté suisse (avec un taux de change d'environ 1 fr. 15 pour 1 euro). Soit un rapport d'un à trois environ.

Toutefois, l'ampleur du phénomène est proportionnellement faible: sur un budget de consommation courante de 100 francs, un ménage suisse en dépense 9 côté français, contre 5 dans l'autre sens. Les dépenses hors du Grand Genève, effectuées dans d'autres régions ou en ligne - ce que l'étude nomme «l'évasion commerciale» - représentent 763 millions de francs (sur 7,633 milliards de francs de dépense totale). Les achats sur internet occupent une place importante avec 214 millions de francs. Face à ces phénomènes, Antonio Hodgers estime donc que la consommation transfrontalière est «marginale et anecdotique». Pas de raison pour les commerçants suisses de crier au voleur, en substance. Pierre Maudet, conseiller d'État en charge du Développement économique, abonde: «Le secteur du commerce de détail est un de ceux qui souffrent le plus à Genève. Mais il faut tuer certaines idées préconçues.»

Le vrai problème: la mobilité
Le débat n'est même pas d'ordre économique pour l'élu Vert: «Au fond, ce n'est pas un problème de



Les représentants suisses et français ont souligné le niveau de consommation élevé du Grand Genève. KEYSTONE

Les Genevois à pied, les Français en voiture

● La façon de faire ses achats change significativement selon que l'on réside du côté français ou suisse de l'agglomération. Les Genevois de France voisine utilisent à 85% un moyen de transport individuel motorisé pour consommer, contre 41% des résidents du canton de Genève. Ce chiffre tombe à 24% pour les habitants de la ville de Genève, qui utilisent quant à eux un mode de transport doux (à pied ou à vélo) à 58% et les transports en commun à 19%. «L'installation de grands centres commerciaux est un modèle classique en France mais pas en Suisse. On y fait davantage des petites courses régulières dans son quartier», explique Antonio

Hodgers. Myriam Magand, cheffe du projet au cabinet AID, pointe une «sensibilité écologique importante en ville de Genève». Par rapport aux autres villes françaises où elle a réalisé des études similaires, les citadins genevois sont particulièrement détachés de leur voiture pour faire les courses. À Lyon par exemple, seuls 40% des consommateurs utilisent un mode de transport doux. Toutefois, il semblerait que la différence tienne plus de la difficulté de se stationner en ville de Genève que d'une véritable particularité suisse. Dans le district de Nyon, moins dense, l'auto est ainsi plébiscitée à 75%. **S.Z.**

Plus de ventes en ligne du côté français

● La vente en ligne représente 214 millions de francs, soit 7% des dépenses non alimentaires des ménages du Grand Genève. Là aussi, les comportements changent de part et d'autre de la frontière. Chez les résidents français, ce chiffre monte à 9%, contre 5% dans le canton de Genève. Les auteurs de l'étude y voient deux explications: «D'une part, les opérateurs de la vente en ligne se sont développés plus tôt en France et d'autre part l'étude a été réalisée avant l'arrivée d'Amazon en Suisse.» Le premier poste de consommation en ligne est occupé par les productions audiovisuelles. Il s'agit

principalement des musiques et films consommés sur les plateformes de streaming. Parmi les objets physiques, le matériel informatique est le plus acheté en ligne, avec 12% de taux de pénétration. Viennent ensuite le matériel TV, hi-fi, photo et vidéo (11%), les livres et articles de papeterie (8%), les chaussures (8%) et l'électroménager (8%). Pour les auteurs de l'étude, ces chiffres sont appelés à croître rapidement, surtout en Suisse avec l'arrivée d'Amazon. Il sera dès lors intéressant de comparer les données de 2018 avec celles de 2022, date à laquelle l'étude sera réitérée. **S.Z.**

perte de chiffre d'affaires pour la Suisse mais plutôt un problème de mobilité.» Dans le viseur d'Antonio Hodgers: le transport, surtout individuel, engendré par la consommation. 88% des Suisses qui vont faire du shopping en France utilisent la voiture, contre 85% dans l'autre sens. De manière générale, 60% des ménages du Grand Genève font leurs courses en deux ou quatre-roues. Cela génère un trafic non négligeable sur des tronçons déjà saturés. «Il faut faire en sorte de ne pas amplifier le problème du déplacement. Nous voulons réduire la part de la voiture», confirme Pierre-Jean Crastes, vice-président du Pôle métropolitain du Genevois français. Une raison de plus pour les élus de se réjouir du lancement du Léman Express, dont ils espèrent qu'il fera évoluer la façon de faire ses achats. L'étude, réalisée entre avril et septembre 2018 et portant sur un échantillon de 3425 ménages, sera d'ailleurs réitérée en 2022 afin de mesurer l'impact du projet de mobilité sur les modes de consommation.

Taux de change sans impact

Un quart des sondés disent réaliser «régulièrement» des achats transfrontaliers. Pour 70% d'entre eux, le taux de change n'a pas d'influence sur leur mode de consommation. L'explication résiderait dans la stabilité de ce taux depuis plusieurs années. Les Français viennent surtout acheter des produits spécifiques en Suisse, notamment chez Ikea, qui représentent 50% des achats frontaliers non alimentaires. À l'inverse, c'est d'abord en raison du prix avantageux que les Suisses font des achats en France. Ils y achètent surtout poissons et viandes (60 millions d'euros), vins et alcools (35 millions d'euros) et produits laitiers (35 millions d'euros). S'il rappelle son soutien aux petits commerçants, Antonio Hodgers ne veut pas lutter contre la consommation transfrontalière: «On ne vise pas une balance commerciale neutre. Nous souhaitons une activité économique coordonnée plutôt que concurrentielle.»

Lire l'éditorial en une:
«La région ne se limite pas à un caddie»