



Aménagement du centre-village

8 Juillet 2021



LES **CONTAMINES**
MONTJOIE

Objectif et méthodologie

Enjeu :

Renforcer le centre-village et son animation avec l'implantation d'activités ouvertes à l'année.

Objectif de l'étude :

Déterminer les activités à intégrer dans le futur site en fonction des besoins et attentes des usagers.

Lancement de l'étude en janvier 2021



Les étapes : diagnostic & concertation



Tissu économique local

1

Analyser le contexte, l'évolution, repérer les forces et faiblesse du tissu, points de vigilance

Usagers de la commune



2

Faire remonter les habitudes de consommation, les attentes en termes de services, commerces, intérêt pour des espaces de co-working, etc.



Echanges avec les professionnels

3

Faire remonter les attentes en termes de locaux d'activités, difficultés éventuelles, projets, vision de la commune

Restitutions préconisations concertation



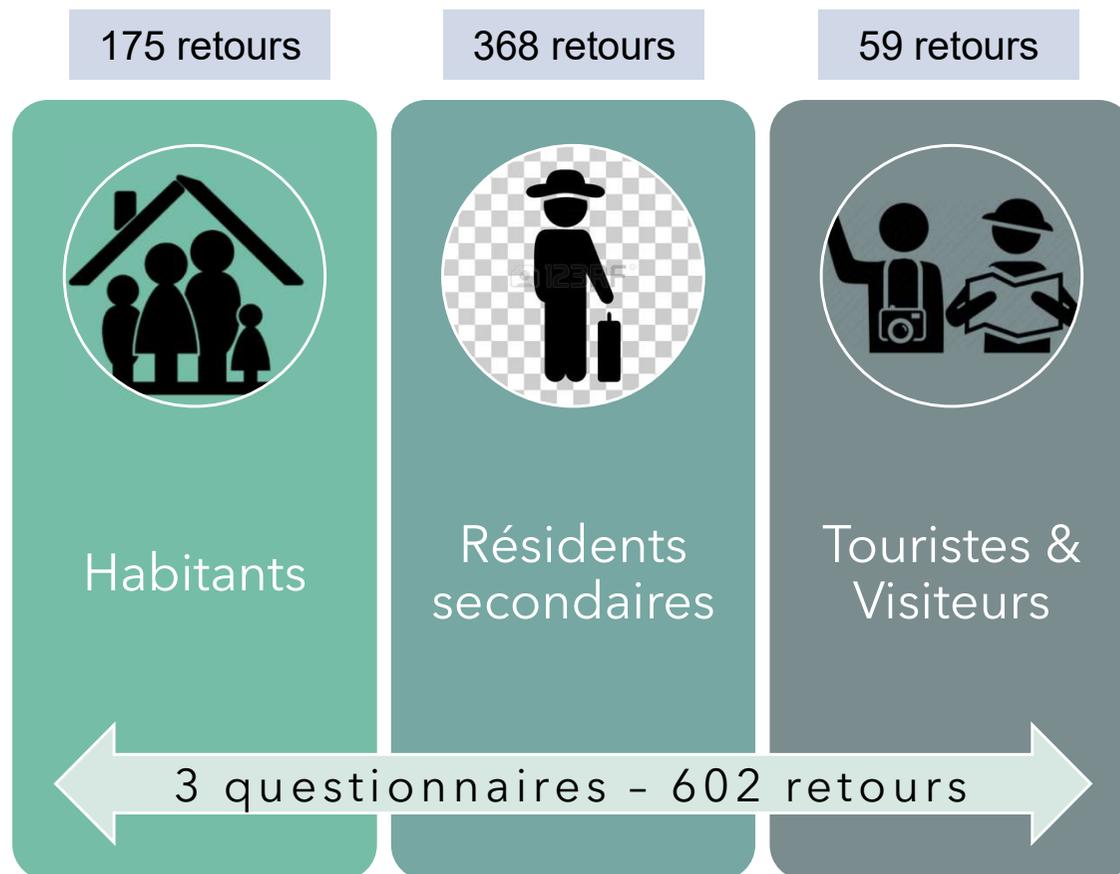
4

Partager le diagnostic global, échanger sur les projets, acter des pistes de travail, des orientations

Enquête auprès des usagers



Objectifs de l'enquête



Enquête administrée du 05 février 2021 au 05 mars 2021



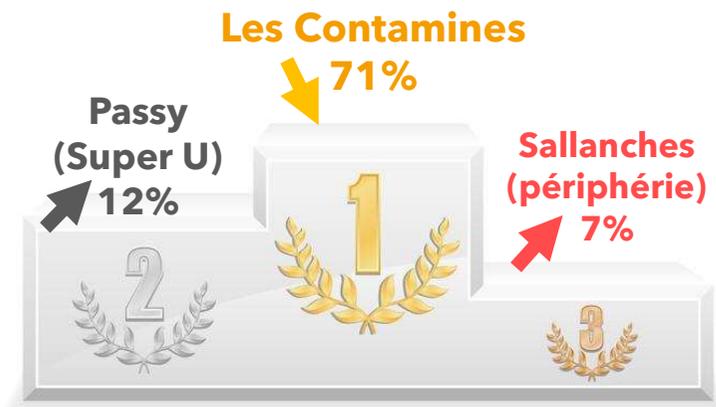
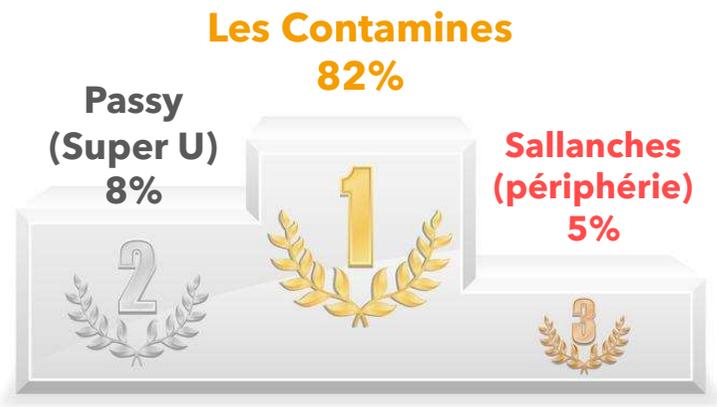
- Connaître les pratiques de consommation des principaux usagers du territoire.
- Evaluer le niveau de satisfaction en termes d'offre commerciale et de services.
- Identifier les attentes en commerces, services et équipements sur la future place du village et à l'échelle de la commune.

Principaux lieux d'achats (courses du quotidien)



En saison :
Choix n°1

Hors saison :
Choix n°1



Question à choix multiples - réponses au rang n°1

Pour les courses du quotidien, le choix premier des répondants (habitants, résidents secondaires, touristes) est de fréquenter les commerces des Contamines. Hors saison, la destination perd 11 points au profit notamment des grandes surfaces en fond de vallée : Super U à Passy (12%), la périphérie de Sallanches (7%), Saint-Gervais (4%), Intermarché à Domancy (3%).

Pôles les + fréquentés :

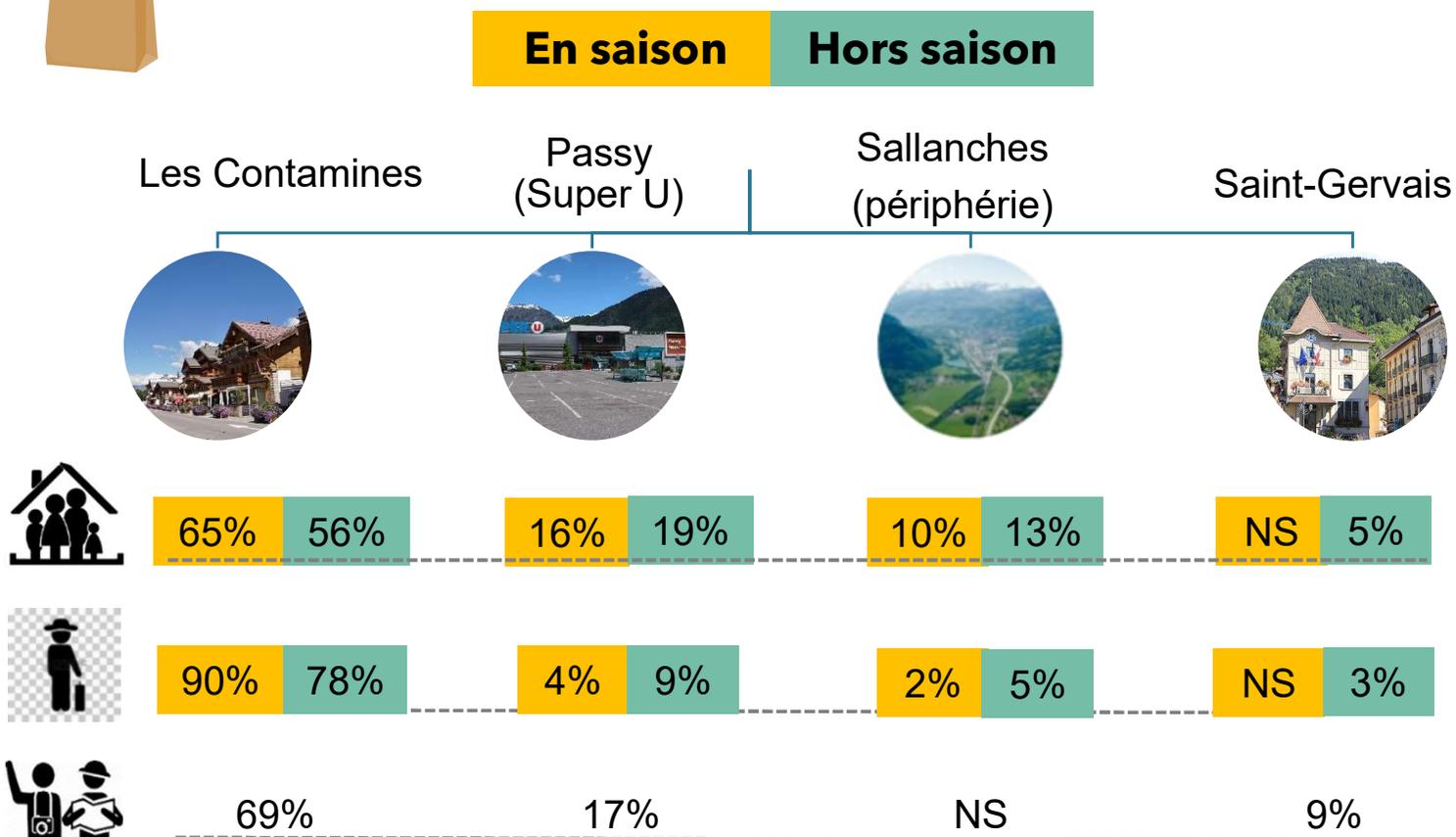
En saison, 96% des répondants **fréquentent les commerces des Contamines** et 87% hors saison.

30 à 36% (selon la saison) fréquentent le **Super U à Passy** et la **périphérie de Sallanches**.

25% à 27% (selon la saison) fréquentent **Saint-Gervais**.

11% de fréquentation pour l'**Intermarché de Domancy**.

Lieu d'achats n°1 (courses du quotidien)



NS = non significatif

Question à choix multiples - réponses au rang n°1

Pour les touristes, cette question portait sur les lieux d'achats au cours de leur séjour et non en fonction des saisons.

Par catégorie de répondants :

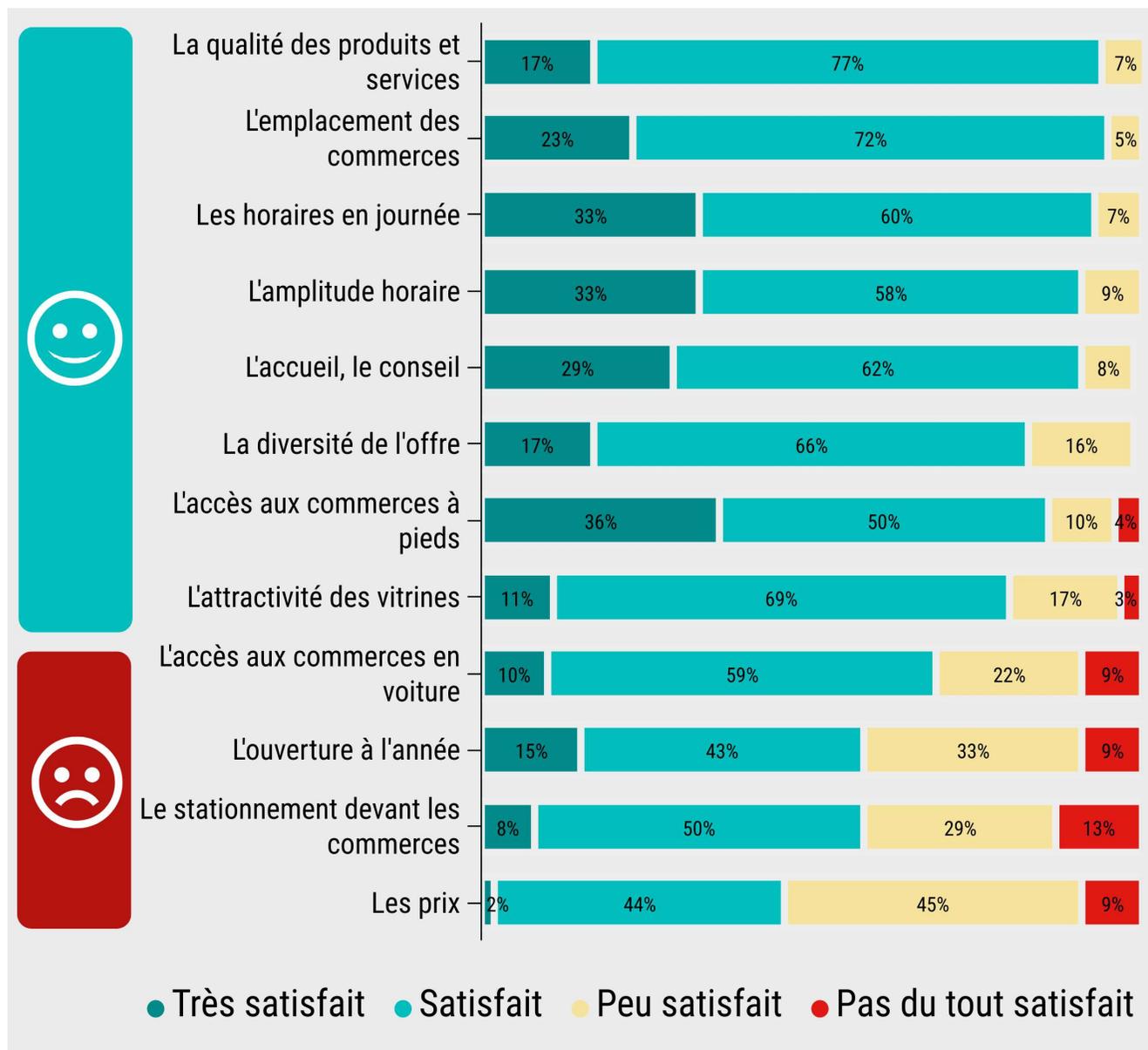
Les résidents secondaires privilégient Les Contamines pour leurs achats courants.

Les prix élevés dans les commerces sont notamment cités par les habitants qui consomment plus dans les grandes surfaces en vallée.

Hors saison, les flux s'intensifient vers les grandes surfaces de la vallée pour les habitants et résidents secondaires.

Niveau de satisfaction des usagers

Offre commerciale et facteurs locaux de commercialité



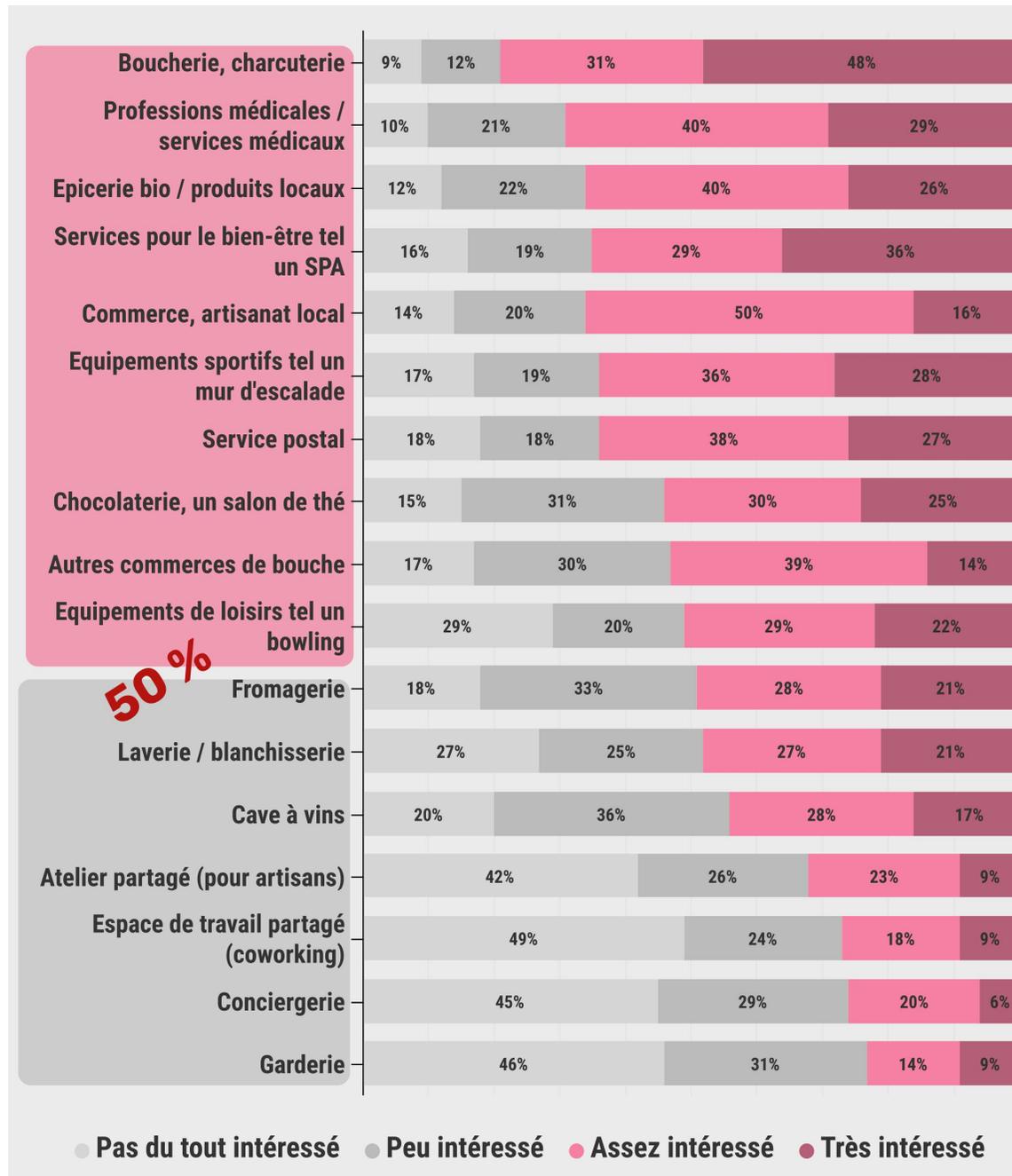
Bon niveau de satisfaction globale.

Les insatisfactions :

- **Prix** jugés trop élevés (habitants insatisfaits à 73%).
- Difficultés d'**accès** et de **stationnement** devant les commerces.
- **Ouverture** des commerces **à l'année** (habitants et touristes insatisfaits à 45%)
- Manque d'**attractivité des vitrines** (20% des répondants).

Les résidents secondaires sont globalement plus satisfaits que les autres répondants.

« Futur centre-village » : attentes des usagers



Par catégorie de répondants

(3 premiers votes)



1. Service postal.
2. Professions médicales.
3. Commerce, artisanat local.



1. Boucherie, charcuterie
2. Produits locaux, bio
3. Professions médicales.



1. Boucherie, charcuterie.
2. Commerce, artisanat local.
3. Professions médicales.

« Futur centre-village » : attentes des usagers

Autres activités, aménagements attendus



« Un lieu de vie, de rencontres : bar, restaurants, animations »

Par catégorie de répondants (classement des votes)



1. Lieu de vie, de rencontre, bar, restaurants, animations.
2. Des stationnements.
3. Un espace apaisé, conviviale, aménagé et végétalisé.



1. Lieu de vie, de rencontre, bar, restaurants, animations.
2. Activités culturelles.
3. Des stationnements.
4. Un espace apaisé, conviviale, aménagé et végétalisé.



1. Lieu de vie, de rencontre, bar, restaurants, animations.
2. Activités culturelles.

Pour un village vivant à l'année

Proposition des usagers



Saisonnalité des commerces :

Maintenir une ouverture minimum des commerces et restaurants hors saison.



Mobilité - déplacements :

Développer une mobilité alternative à la voiture.
Apaiser la circulation dans le centre-village.

Tissu socio-économique :

Favoriser l'installation de nouveaux habitants permanents.
Favoriser l'installation d'entreprises (emplois).



Activités & Animations 4 saisons :

Diversifier les activités alternatives au ski.
Positionner le territoire et l'offre touristique sur la nature, le sport, le bien-être.

Enquête auprès des professionnels

Enquête et
échanges





183 professionnels ciblés



1/3 hôteliers



1/3 commerçants



1/3 artisans

- ✓ **10 professionnels ont des besoins immobilier dont la plupart peut être intéressée par l'emplacement « place du village »**
- ✓ **Des attentes en commerces de bouche, hôtellerie plus haut de gamme, activités indoor et soins à la personne :**
 - Hôtel haut de gamme, 4 *
 - Bar / brasserie ouvert à l'année
 - Un emplacement street food
 - Des commerce de bouche : boucherie, primeur, poissonnerie et produits de la mer
 - Halle ouverte pour le marché hebdomadaire,
 - Hammam, spa, centre de soins,
 - Etc.
- ✓ **Des attentes sur l'aménagement, l'entretien, la liaison entre les hameaux et la préservation de l'authenticité du village.**

Entretiens avec les acteurs clés



Les acteurs clés



Echanges avec les
acteurs
incontournables des
Contamines



Les remontées mécaniques

ASSOCIATION DES MEUBLÉS
DES CONTAMINES-MONTJOIE

**L'association des propriétaires
de meublés**



Les amis des Contamines

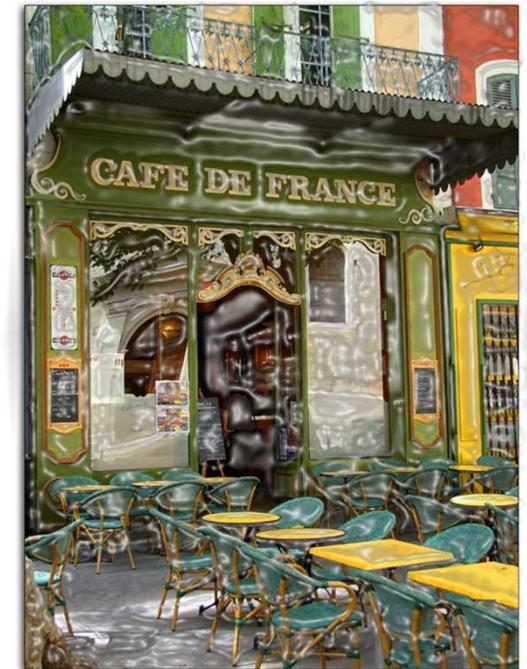
**AACS Association Culturelle et
Sociale**

Aménagement de la Place du village



- Regrouper les structures et activités destinées à la clientèle.
- Créer un lieu de vie agréable, populaire, un lieu de rencontres avec des activités clés pour animer cette place.
- Créer un **espace culturel** (type médiathèque).
- Créer un **espace de coworking** (modulable et multi-usages).
- **Préserver la vue** (pas de hauts immeubles).
- Créer un **parking souterrain**.

LIEU DE VIE ET DE RENCONTRE



Autres aménagements dans la commune



- **Apaiser la circulation, donner plus de place aux piétons, élargir les trottoirs.**
- Travailler sur la **mobilité douce** (vélos électriques, bornes de recharges solaires).
- Implanter des **bornes électriques** ultra-rapides pour les véhicules.
- Baisser la **pollution lumineuse**.
- **Mieux relier les hameaux du Lay, des Loyers, du Nivorin au centre.** Créer une continuité entre les hameaux.

CADRE DE VIE APAISE

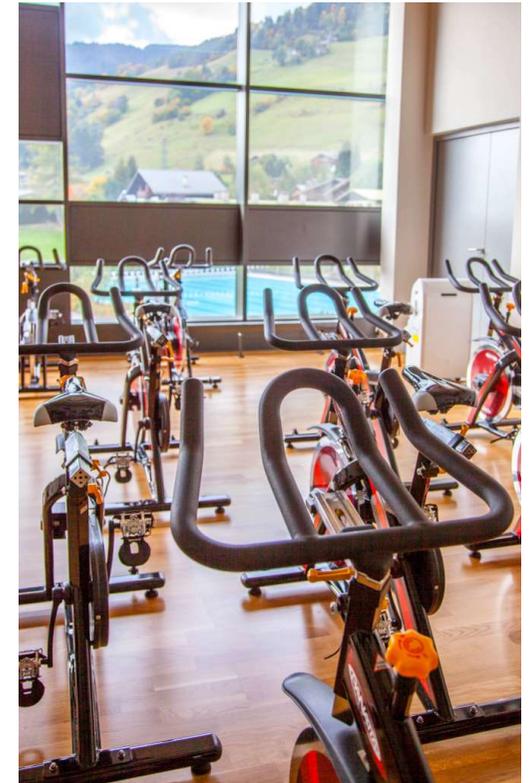


Activités plébiscitées sur la commune



- **Une laverie / blanchisserie.**
- **Une 2^{ème} conciergerie.**
- **Un hôtel haut de gamme fait débat.**
- **Une Boucherie.**
- **Des activités indoor pour les jeunes.**
- Une **salle de musculation** (+ spa).
- Un espace de manifestations culturelles au jardin Samivel.

**PEU DE COMMERCES,
plutôt des ACTIVITES
INDOOR**



Synthèse, préconisations



Les activités commerciales et artisanales sur la place du village

