



Aménagement du centre-village

29 avril 2021



LES **CONTAMINES**
MONTJOIE

Sommaire

Données de cadrage	Page 5
Polarités commerciales	Page 14
Enquête Usagers	Page 20
Enquête Professionnels	Page 40
Avis des acteurs clés	Page 51
Synthèse, préconisations	Page 60

Contexte et objectif de l'étude

- Décroissance démographique
- Importance des résidences secondaires et de lits froids
- Une activité économique qui vit au rythme des saisons
- Un manque de vie à l'année
- Projet d'aménagement de la place du village = démarrage des études urbanistiques avec CAUE *



*Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement de Haute-Savoie - Périmètre de l'étude

Après une période de stagnation démographique, la commune accuse une légère décroissance démographique à l'instar de nombreuses communes de montagne haute-savoyardes. **La commune compte 83 % de résidences secondaires.**

Ces « lits froids », à savoir des lits peu occupés à l'année par leur propriétaire, **limitent le développement économique de la commune et son animation à l'année.**

Aussi, la municipalité souhaite rallonger les saisons touristiques afin d'atténuer ce phénomène. Elle souhaite également accueillir de nouvelles activités qui contribueront à une vie économique et sociale à l'année.

Un projet d'aménagement urbain situé en cœur de village est l'opportunité pour la nouvelle municipalité d'élaborer une vision à plus long terme de la commune.



Ce projet urbain est particulièrement sensible puisque le site à aménager est situé à l'entrée du village et constitue également son cœur de village, à proximité de la Mairie.

Pour la commune, l'enjeu de ce projet est de renforcer l'animation du cœur de village, avec des activités pérennes et ouvertes à l'année.

L'objectif de cette étude était de répondre aux questions suivantes :

- Quelles activités économiques pour le site à aménager ?
- Plus largement, quelles activités à développer aux Contamines, en fonction des attentes des usagers de la commune pour maintenir un dynamisme économique ?

Méthodologie

- Lancement de l'étude en janvier 2021.
- Enquête auprès des usagers en février 2021.
- Enquête auprès des professionnels et échanges en mars et avril 2021.
- Echanges avec les acteurs clés en avril 2021.



Diagnostic global des besoins pour faire évoluer les services aux habitants et l'offre immobilière d'entreprise

Méthodologie proposée, vs objectifs



Tissu économique local

1

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

Données de cadrage, évolution des activités économiques, cartographie schématique des polarités commerciales, localisation de la vacance

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

Enquête habitants, résidents secondaires, touristes, diffusion multi-canal



Echanges avec les professionnels

3

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

Enquête auprès de professionnels et porteurs de projets, entretiens individuels avec les acteurs clés de la commune

Restitutions préconisations concertation



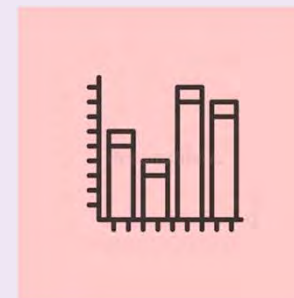
4

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

Synthèse, préconisations, restitution auprès des élus de la commune, professionnels et résidents

Données de cadrage

Socio-
démographiques

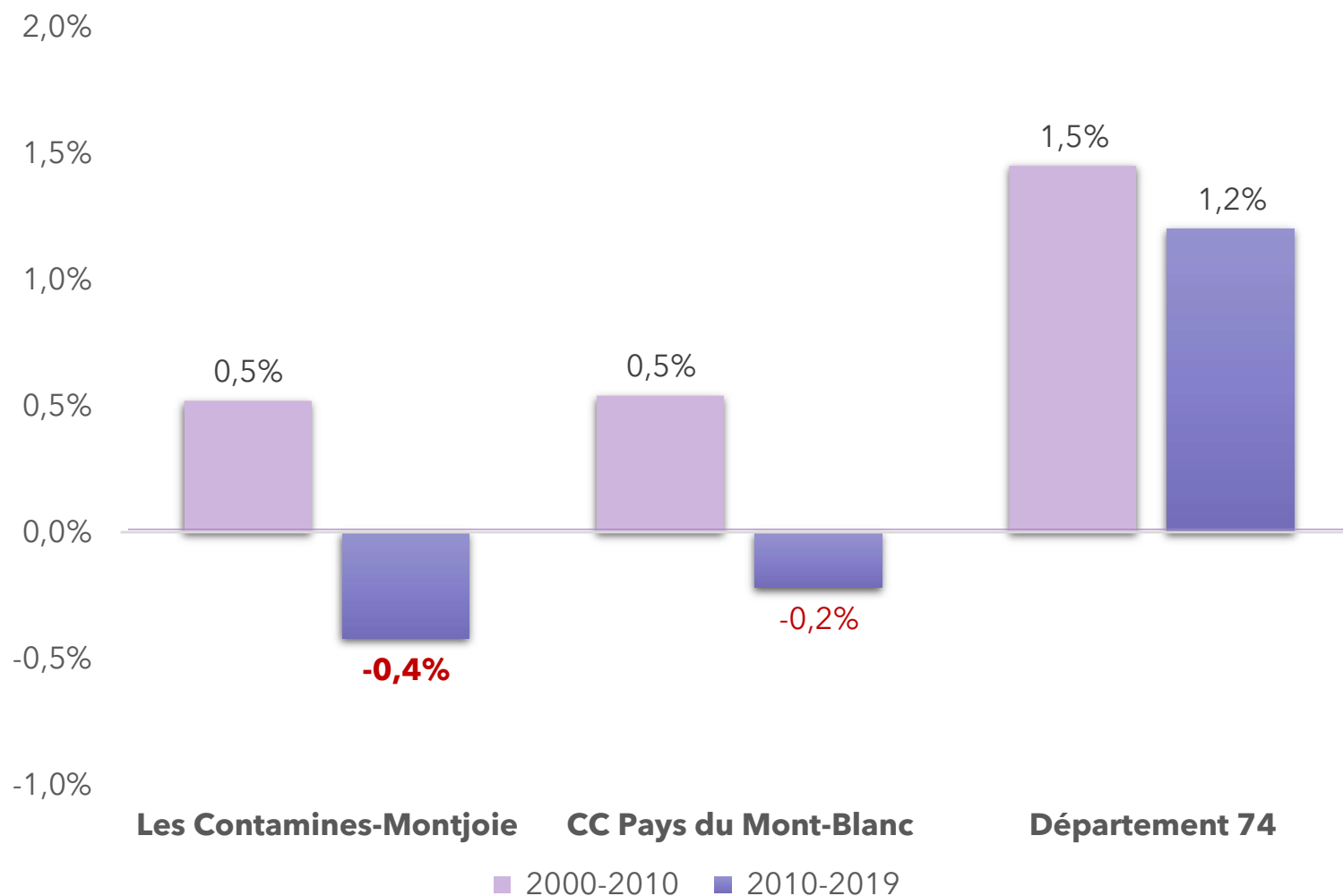


Evolution démographique

Les Contamines et territoires de comparaison



Taux de croissance annuel moyen



Décroissance démographique plus marquée sur les Contamines que sur le reste du Pays du Mont-Blanc.

En 2017, la population des Contamines est de 1167 habitants (Insee). Estimée à 1149 en 2019 (Observatoire du département).

Solde migratoire

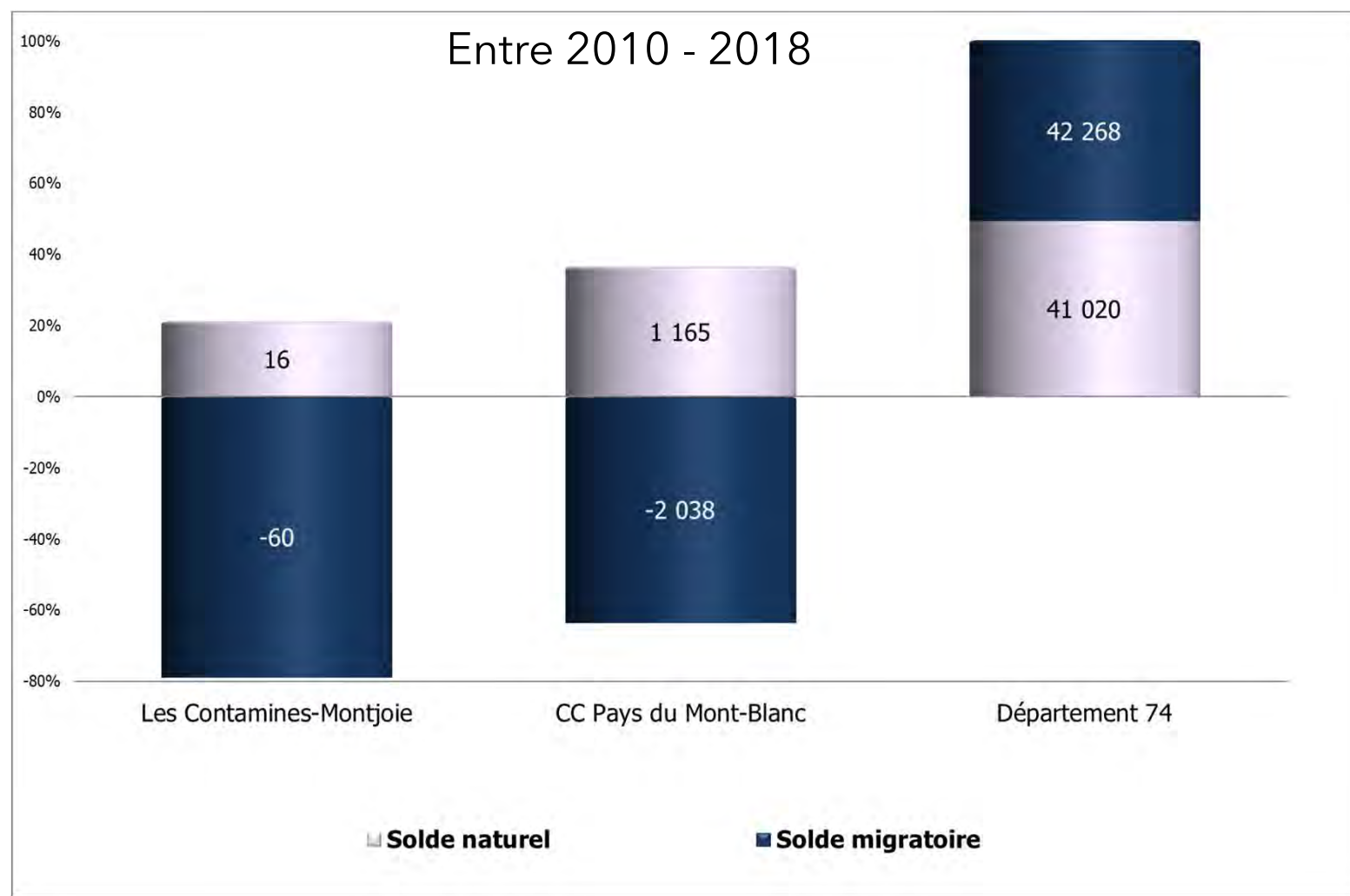
Les Contamines et territoires de comparaison



Sur les Contamines, comme sur l'ensemble de l'intercommunalité du Pays du Mont-Blanc, la **décroissance démographique est liée au solde migratoire négatif**, c'est-à-dire qu'il y a davantage de personnes qui quittent le territoire que de personnes qui viennent y habiter.

Le solde naturel est la différence entre le nombre de naissances et le nombre de décès.

Le solde migratoire est la différence entre le nombre de personnes qui sont entrées sur le territoire et le nombre de personnes qui en sont sorties au cours de l'année.



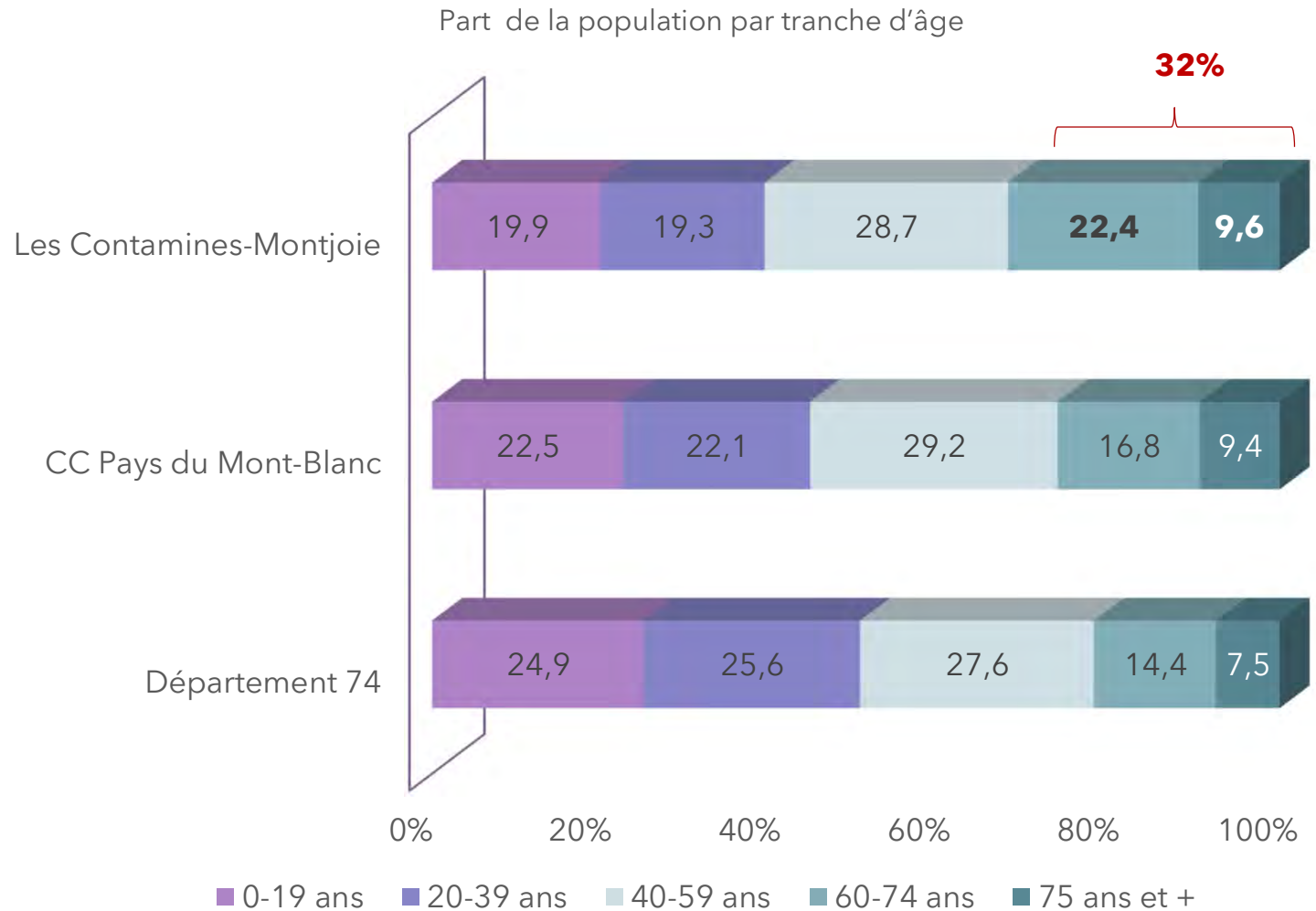
Répartition de la population - Age

Les Contamines et territoires de comparaison



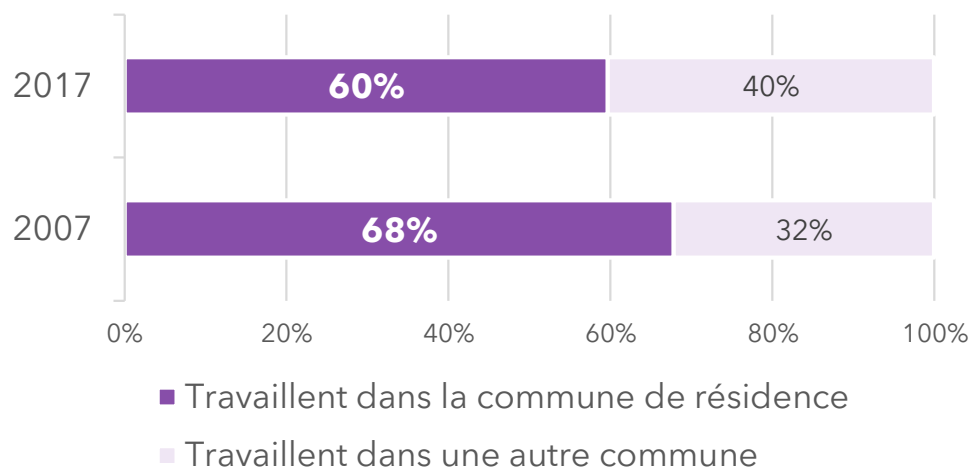
Viellissement de la population : plus marqué sur Les Contamines que sur les autres territoires.

➔ **Les plus de 60 ans** représentent près d'un tiers des habitants du territoire.

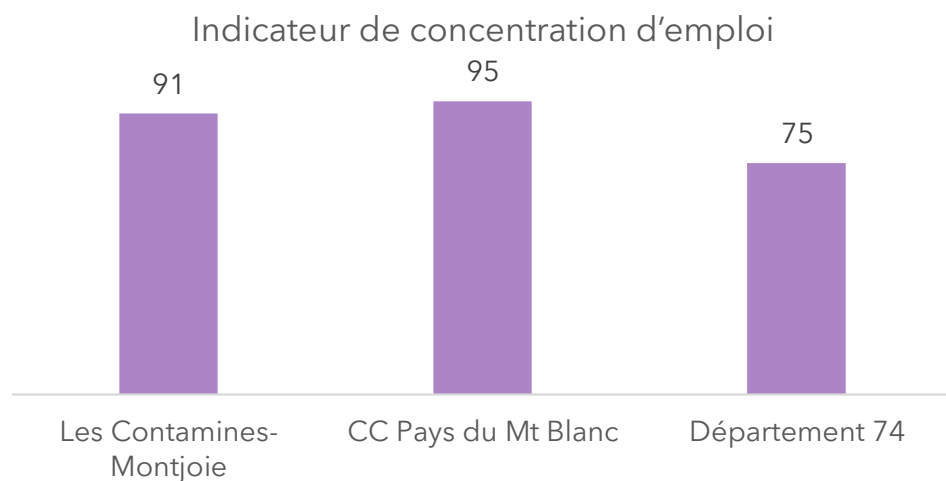


Actifs et emplois

Les Contamines et territoires de comparaison



- **En 2017, sur les 593 actifs, 60 % travaillent dans la commune (c'est une perte de 8 points par rapport à 2007)**
- **La part des personnes actives qui habitent et travaillent sur le territoire est plus élevée que sur l'ensemble de la CC : seulement 45 % des actifs contre 60 % pour les Contamines**
- L'indicateur de concentration d'emploi est presque à l'équilibre : 539 emplois dans la commune contre 593 actifs ayant un emploi et résidant dans la commune
- **Sur les Contamines, 1 emploi sur 3 est non-salarié** (33% contre 19 % pour le territoire intercommunal et 16% pour le département)



- **Le taux de chômage est bas** : 3 % *pour les Contamines (source Insee). Il est de 6% pour le Pays du Mont-Blanc et de 10 % en Haute-Savoie
- **Revenu médian : 23 520 €** (vs 26 600 pour le département) - Insee 2018

* Insee 2017 - Chômage au sens du recensement des 15-64 ans

Revenu par unité de consommation : 1 UC pour le premier adulte du ménage, 0,5 UC pour les autres personnes de 14 ans ou plus, 0,3 UC pour les enfants de moins de 14 ans.

Importance des indépendants

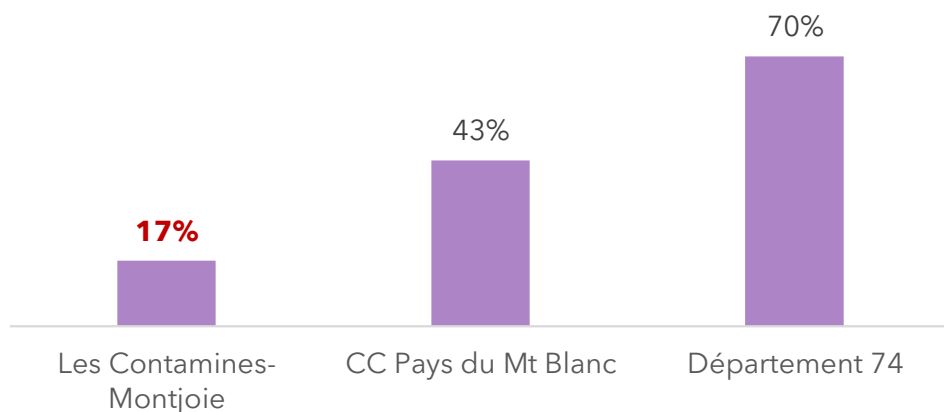
=
1 emploi sur 3 est non-salarié

Logements

Les Contamines et territoires de comparaison



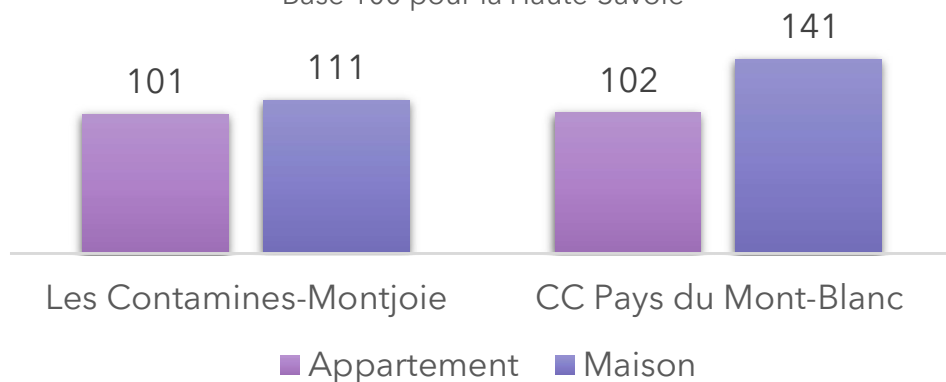
Part de résidences principales



- **La commune compte 83 % de résidences secondaires et seulement 1% de logements vacants** (contre 4 % et 6 % sur le Pays du Mont-Blanc et le département).
- Parc de logements = 75 % d'appartements
- Part des logements sociaux : 4,7 % contre 14 % en Haute-Savoie

Peu de résidences principales et de logements vacants, peu de logements sociaux = tension immobilière

Valeur des prix de l'immobilier dans le territoire en 2019
Base 100 pour la Haute-Savoie



- Les prix des appartements sont assez identiques à ceux observés sur le reste des autres territoires de comparaison.
- Le prix des Maisons aux Contamines sont 10% plus élevés que sur la Haute-Savoie mais restent très en dessous des prix constatés sur le Pays du Mont-blanc (très forte variabilité des prix) *source immobilier.statistiques.notaires.fr*

Prix au m²
Contamines-Montjoie (74)
pour les appartements anciens

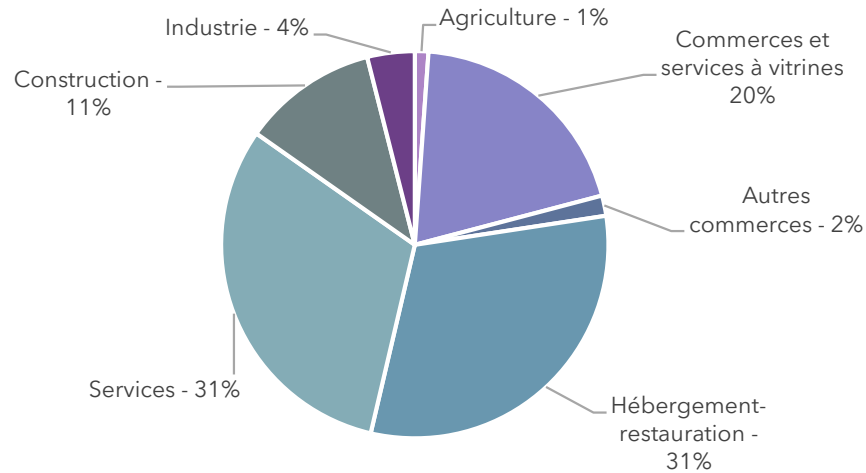


Prix au m² des communes de la CC Pays du Mont-Blanc
Prix au m² médian*

2 820 € ————— 7 780 €

Tissu économique

Evolution 2011 - 2021



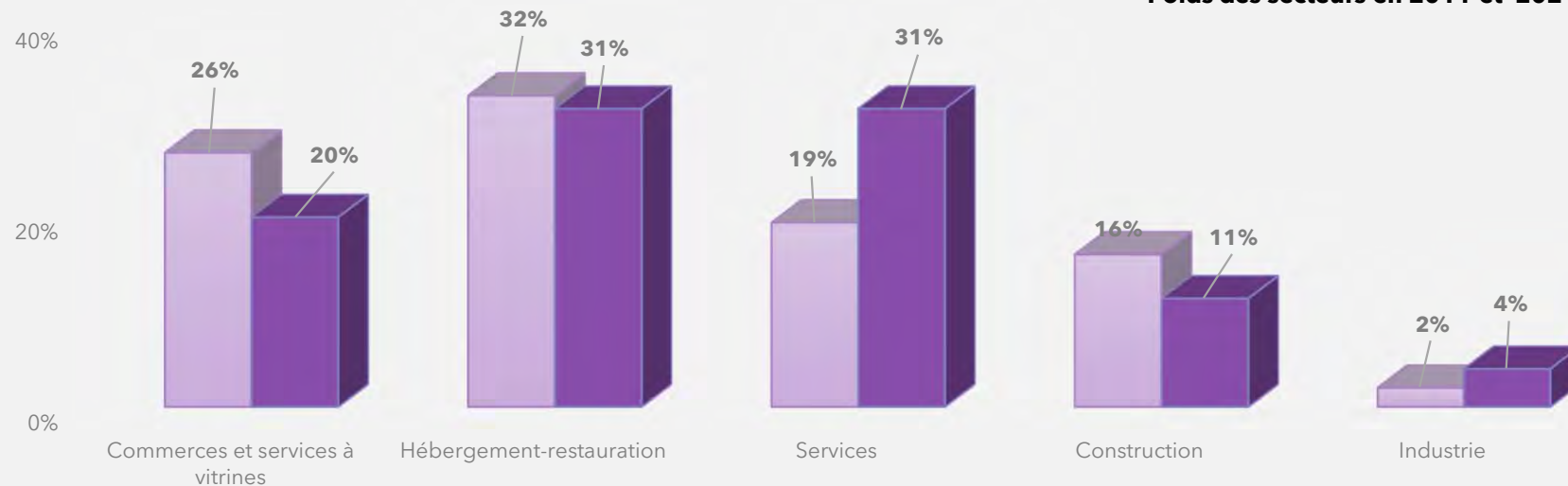
En 2021, le tissu économique des Contamines est composé de 177 établissements, immatriculés à la Chambre de Métiers ou à la Chambre de Commerce et d'industrie (hors activités de sièges sociaux et holding).

Le tissu a augmenté de 17% en 10 ans, passant de 151 établissements à 177.

En 10 ans, **le secteur des commerces et services à vitrine a reculé** (perte de 5 établissements). Le secteur de la Construction a également perdu des établissements. Le secteur des services est passé de 29 à 55 établissements, son poids dans l'économie est ainsi passé de 19 % à 31%.

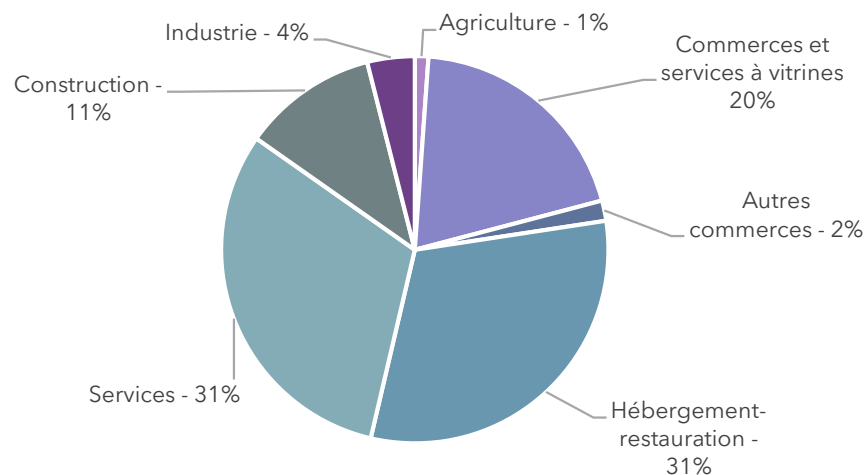
Un tissu d'entreprises dirigées par des personnes en phase de transmission : **les plus de 55 ans = 40 % des dirigeants. Les moins de 30 ans ne sont que 5 %.**

Poids des secteurs en 2011 et 2021



Tissu économique

Evolution 2011 - 2021



Focus secteurs Hébergement et la restauration

Hausse de la restauration rapide (+4 établissements), maintien de la restauration traditionnelle, recul de l'activité hôtelière (stagnation des autres formes d'hébergements)

- Restauration traditionnelle : 19 établissements
- Restauration rapide : 10 établissements
- Bar : 7 établissements
- Hébergement touristique, ou courte durée : 9 établissements
- Hôtels et hébergements similaires : 9 établissements

Focus secteurs Services

Hausse des activités liées à l'immobilier locatif : +4 établissements, hausse des activités de services de nettoyage : +5 établissements, hausse des activités de services aux entreprises (conseil, ingénierie, informatique) : +8 établissements.

- Location de logements, terrains, administration de biens immobiliers : 8 établissements
- Agence immobilière : 7 établissements
- Nettoyage : 7 établissements
- Conseil pour les affaires et gestion, communication: 5 établissements
- Ingénierie, études techniques, maintenance informatique : 5 établissements

Focus secteurs Construction

Perte de 4 établissements, des métiers en voie de disparition...

20 établissements dans divers travaux notamment du second œuvre :

- 2 carreleurs
- 2 peintres
- **2 menuisiers contre 7 il y a 10 ans**
- 1 plombier
- 2 entreprises de terrassement
- Etc.

Capacité touristique

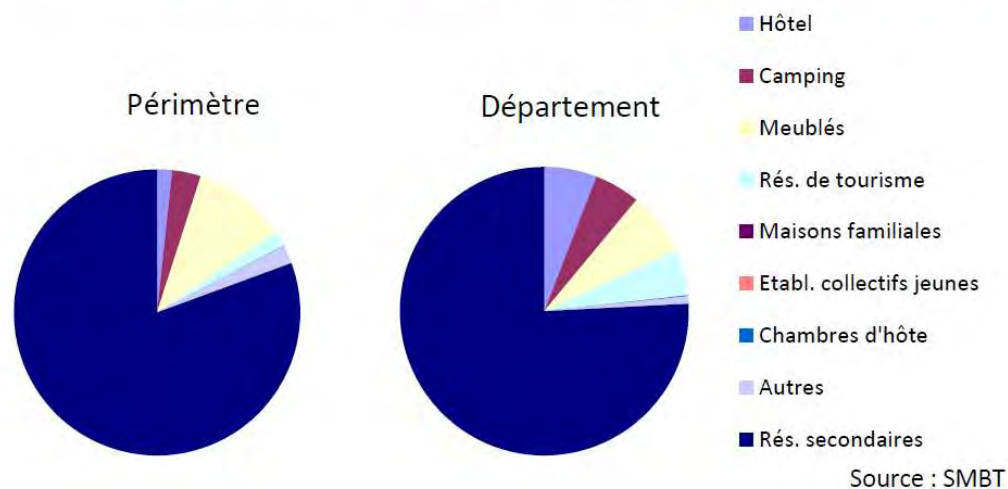


- 6 hôtels, 104 chambres :
 - 3 hôtels de 2*
 - 1 hôtel de 3*
 - 1 hôtel de 4*
- 1 camping de 3*
- 2 résidences de tourisme (256 lits)
- 2 villages vacances, maison familiale (224 lits)
- 1 auberge de jeunesse - centre sportif (200 lits)

La capacité d'accueil touristique est de **15 842 lits**, soit 2 % de celle du département.

Les résidences secondaires représentent les 2/3 de cette capacité touristique.

REPARTITION DE LA CAPACITE D'ACCUEIL EN 2019 PAR MODE D'HEBERGEMENT



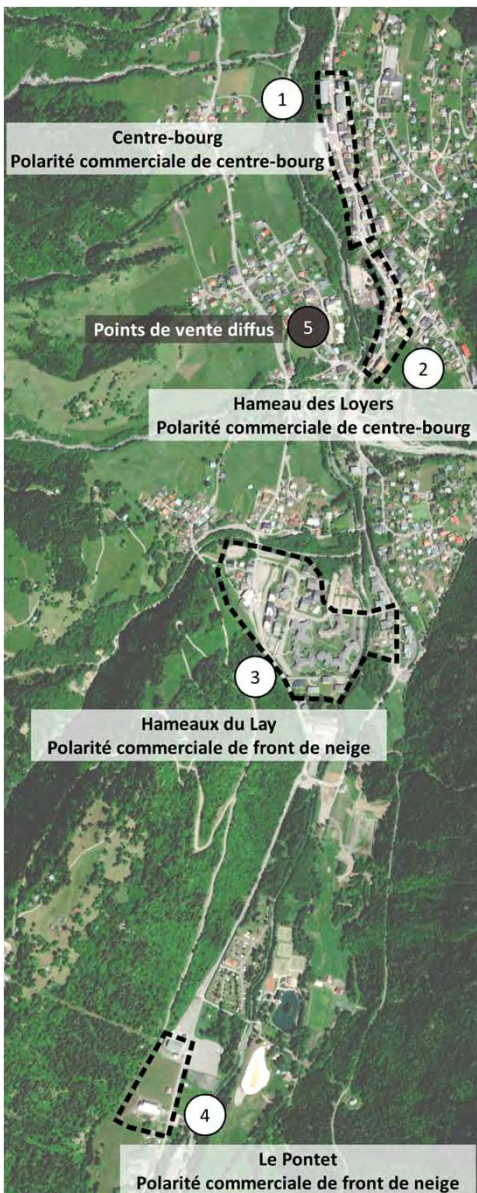
* Source Insee 2020 et Observatoire départemental

Polarités commerciales



Localisation des activités commerciales

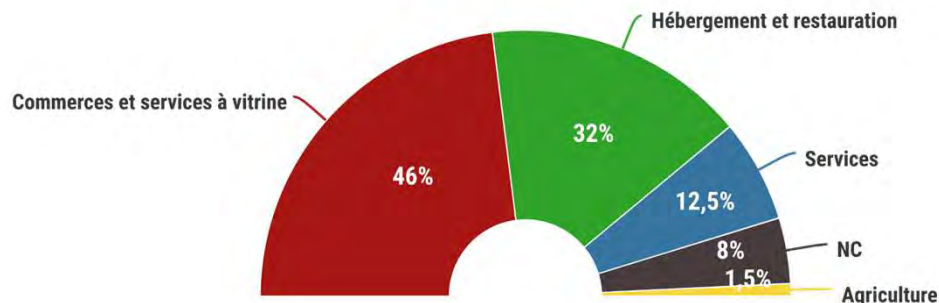
Polarités commerciales des Contamines



Activités relevées en points de vente :

	Centre-bourg	Hameau des Loyers	Hameaux du Lay	Le Pontet	Point de vente diffus	Total général
Activités médicales	1				1	2
Agriculture				1		1
Alimentaire	5		2			7
Auto-Moto		1				1
Autres-services	3	1	1			5
Culture-Loisirs	7	1	4		1	13
Enseignement	1					1
Equipement de la maison	3					3
Hébergement		1	1			2
Industrie	1					1
NC	3			1	2	5
Restauration	8	4	4	1	1	18
Santé-Beauté	3					4
Total général	35	8	12	3	5	63

Répartition par type d'activité :



63 points de vente relevés, dont 58 situés dans des polarités commerciales.

4 polarités commerciales :

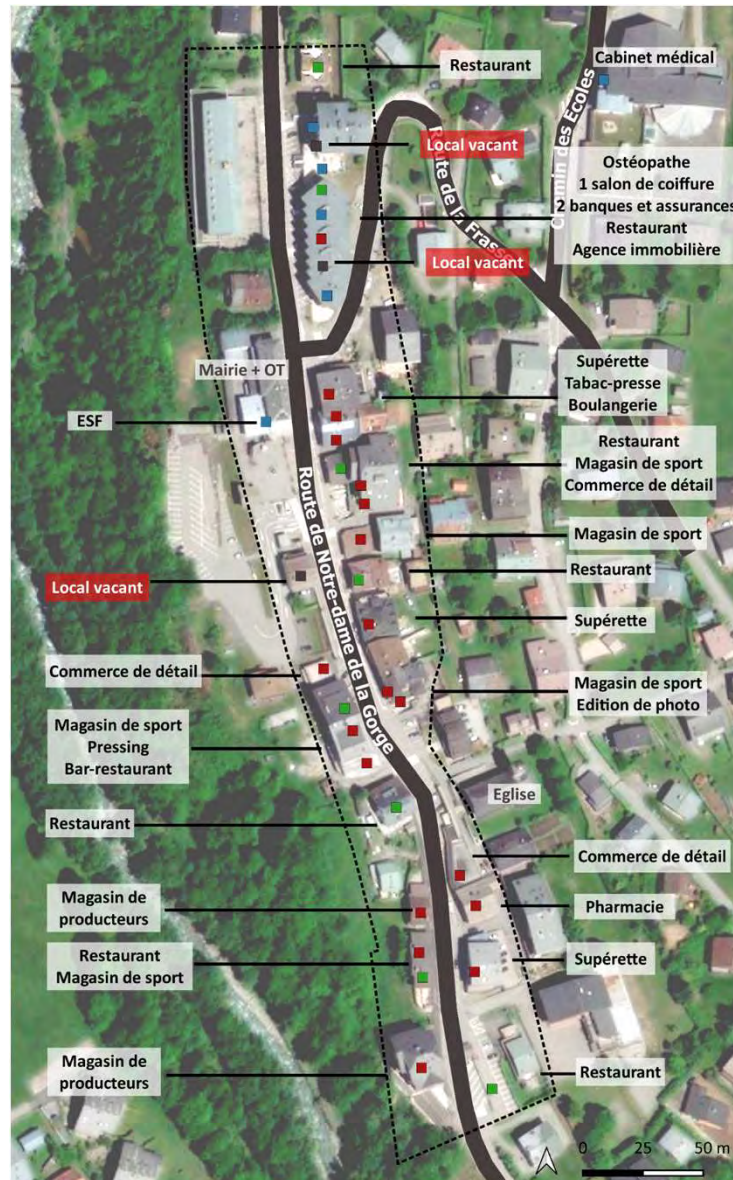
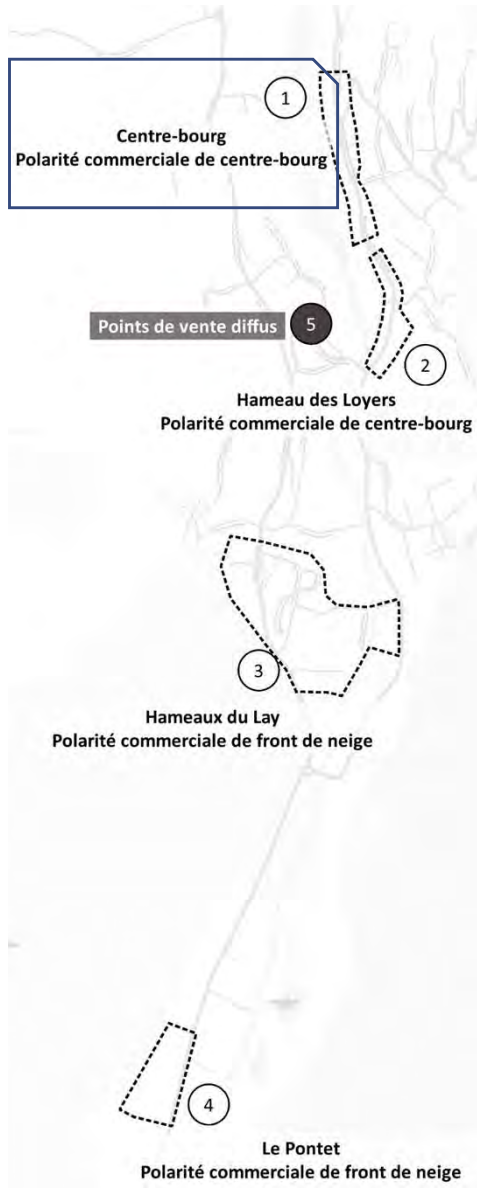
- **2 polarités de centre-bourg** qui concentrent des activités essentiellement à destination de la population locale.
- **2 polarités de front de neige** à proximité immédiate des équipements touristiques (remontées, hébergement...).

5 points de vente diffus en dehors de ces polarités (Chemin des Ecoles, Routes de Nant Fandraz et Plan Moulin).

3 locaux vacants dans la polarité du centre-bourg ①.

Localisation des activités commerciales

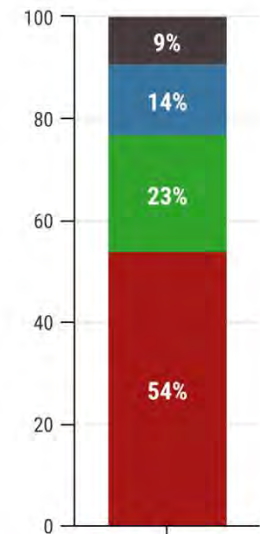
Centre-bourg - Polarité commerciale de centre-bourg



Polarité commerciale de centre-bourg :

- 35 points de vente dont 3 locaux vacants : mixité des activités
- 55% des points de vente de la commune sont dans cette polarité

Répartition des activités :



Polarités commerciales

- ▭ Polarités commerciales
- ▭ Bâti des polarités commerciales comprenant un ou plusieurs points de vente
- Equipements et services publics

Locaux relevés

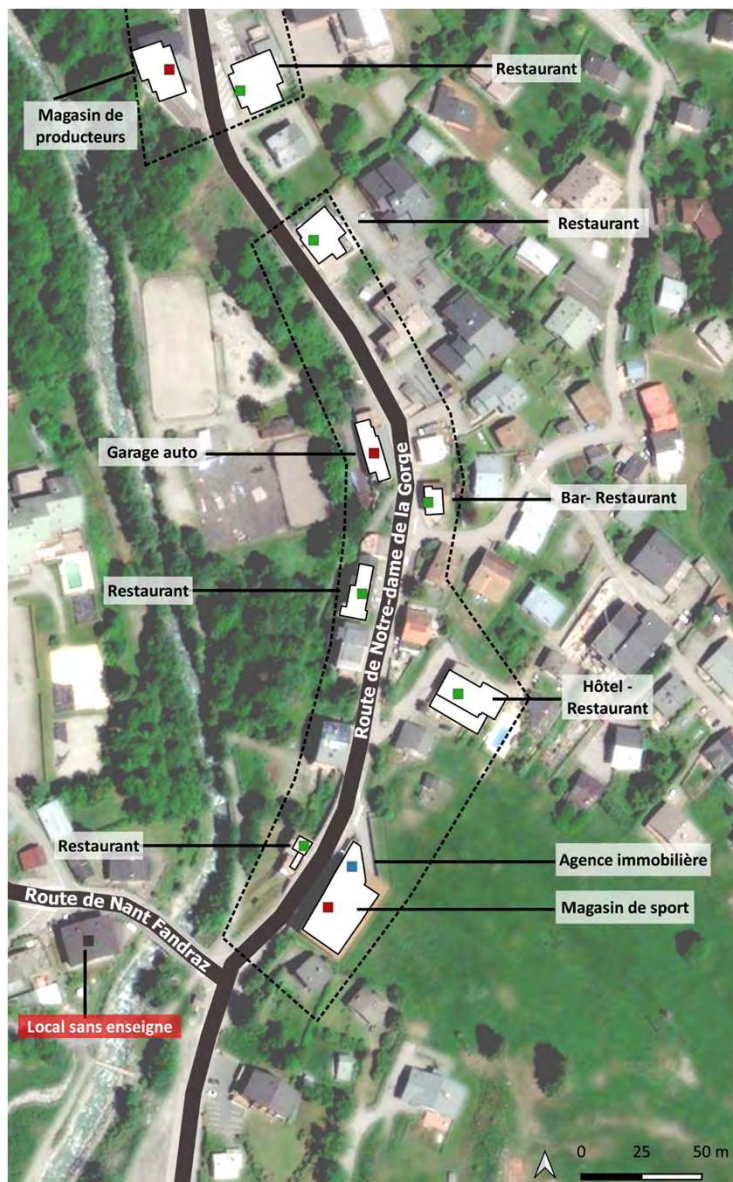
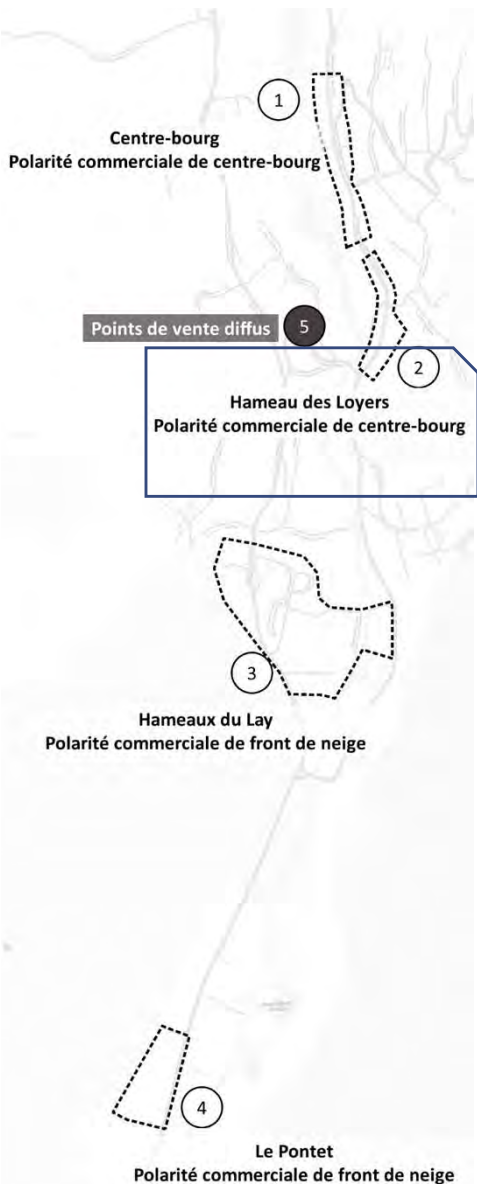
- Activités de commerces et services à vitrine
- Activités d'hébergement et restauration
- Activités de services
- Activités agricoles
- N.C.

- Commerces et services à vitrine
- Hébergement et restauration
- Services
- NC

Localisation des activités commerciales



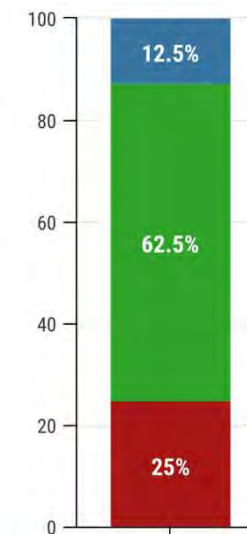
Hameau des Loyers – Polarité commerciale de centre-bourg



Polarité commerciale de centre-bourg :

- 8 points de vente : prépondérance des activités de restauration.
- 13% des points de vente de la commune sont dans cette polarité.

Répartition des activités :



Polarités commerciales

- ▭ Polarités commerciales
- ▭ Bâti des polarités commerciales comprenant un ou plusieurs points de vente
- ▭ Equipements et services publics

Locaux relevés

- Activités de commerces et services à vitrine
- Activités d'hébergement et restauration
- Activités de services
- Activités agricoles
- N.C

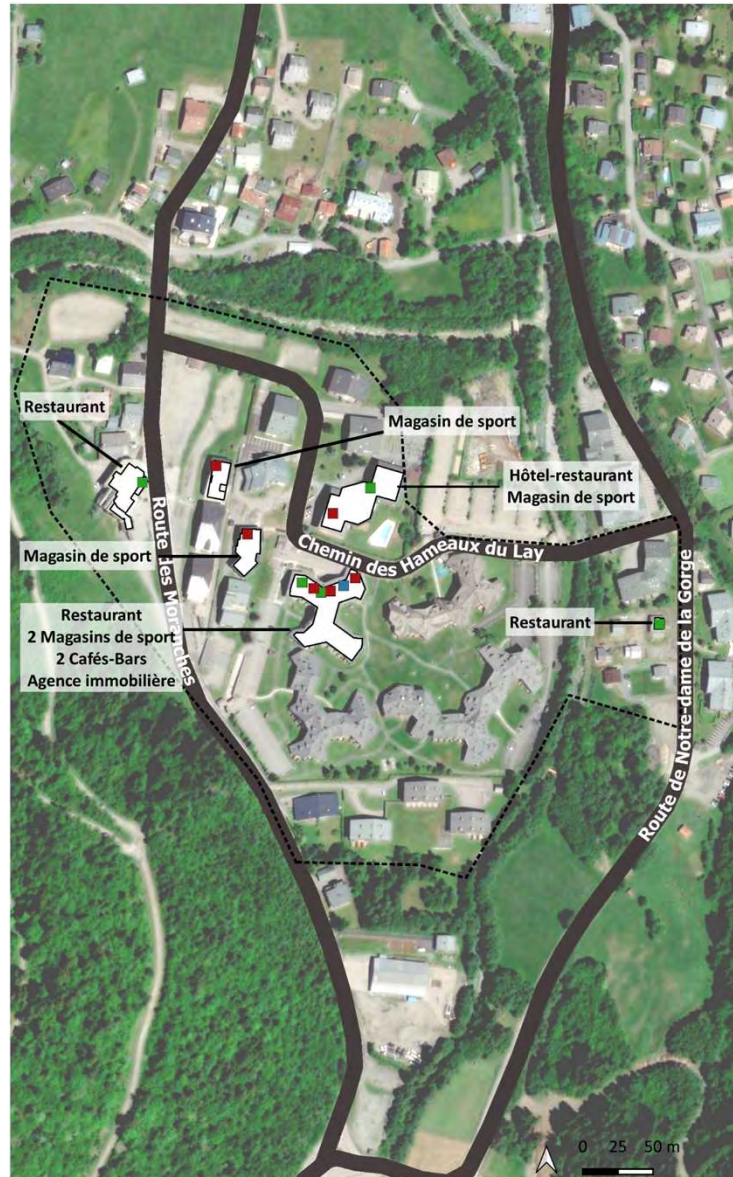
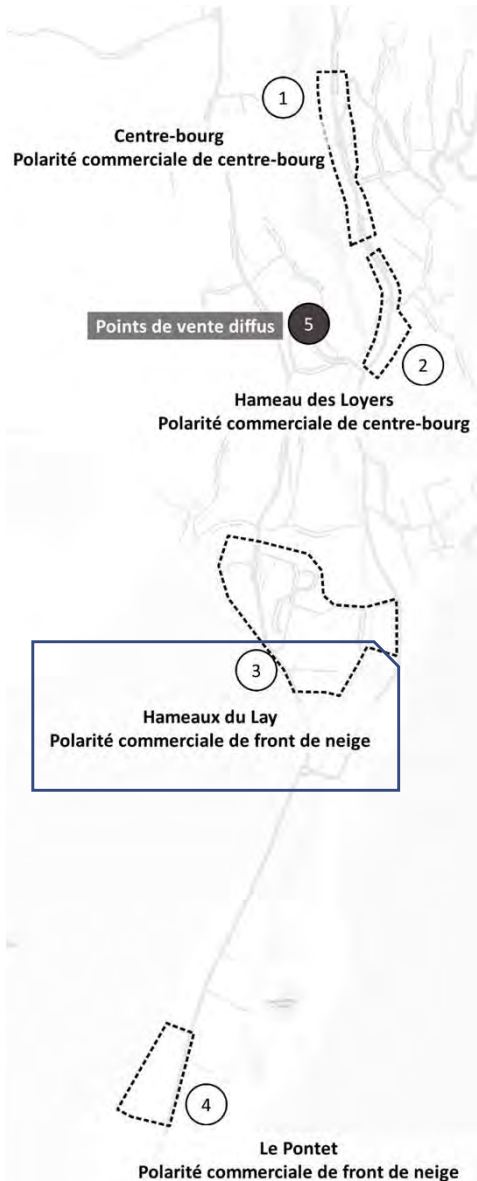
- Commerces et services à vitrine
- Hébergement et restauration
- Services



Localisation des activités commerciales



Hameaux du Lay – Polarité commerciale de front de neige



Polarité commerciale de front de neige :

- 12 points de vente : mixité des activités
- 19% des points de vente de la commune sont dans cette polarité

Répartition des activités :

Polarités commerciales

- ▭ Polarités commerciales
- ▭ Bâti des polarités commerciales comprenant un ou plusieurs points de vente
- ▭ Equipements et services publics

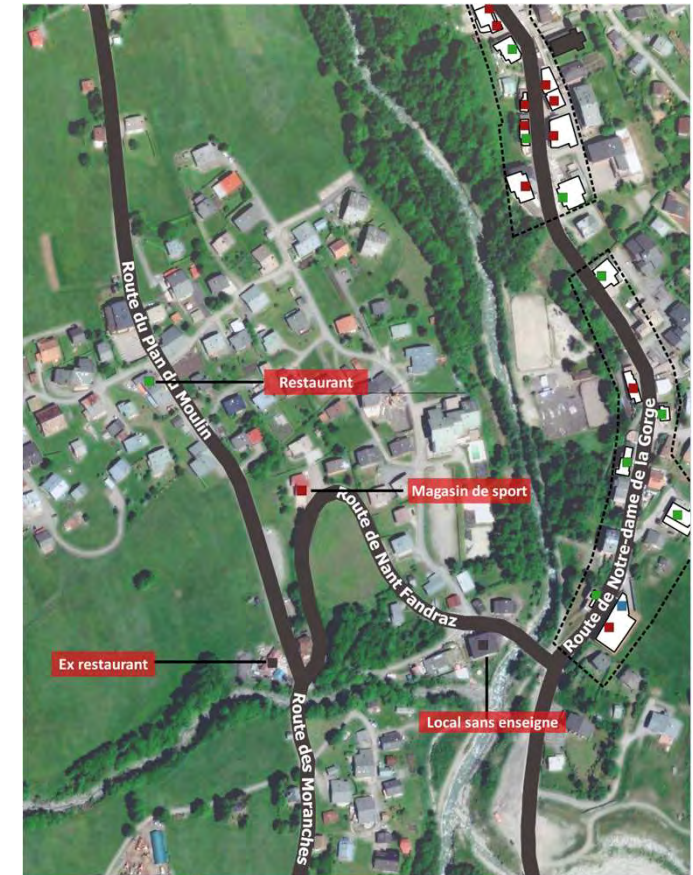
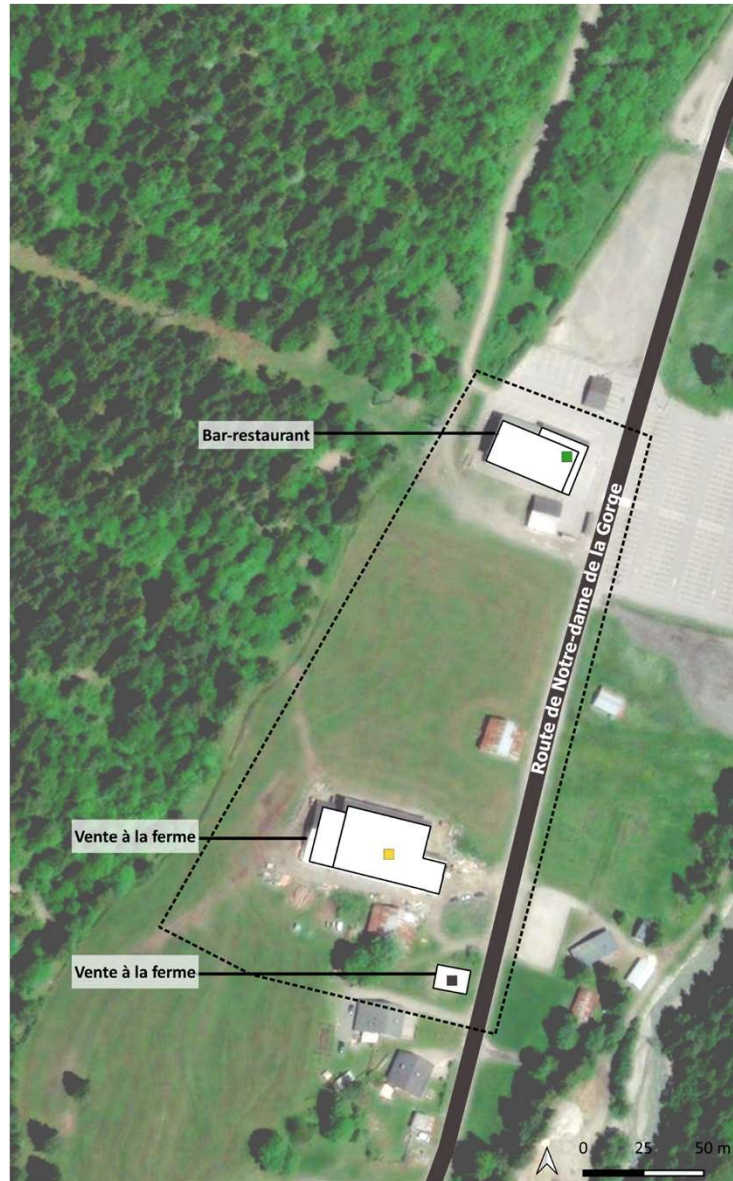
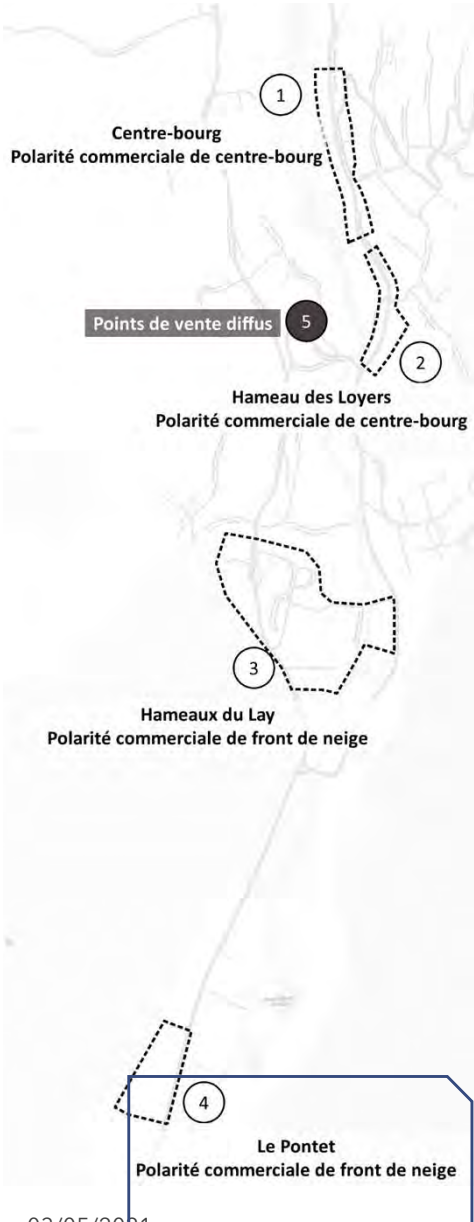
Locaux relevés

- Activités de commerces et services à vitrine
- Activités d'hébergement et restauration
- Activités de services
- Activités agricoles
- N.C

Localisation des activités commerciales



Le Pontet et les points de vente diffus



Polarités commerciales

- Polarités commerciales
- Bâti des polarités commerciales comprenant un ou plusieurs points de vente
- Equipements et services publics

Locaux relevés

- Activités de commerces et services à vitrine
- Activités d'hébergement et restauration
- Activités de services
- Activités agricoles
- N.C

Enquête Usagers

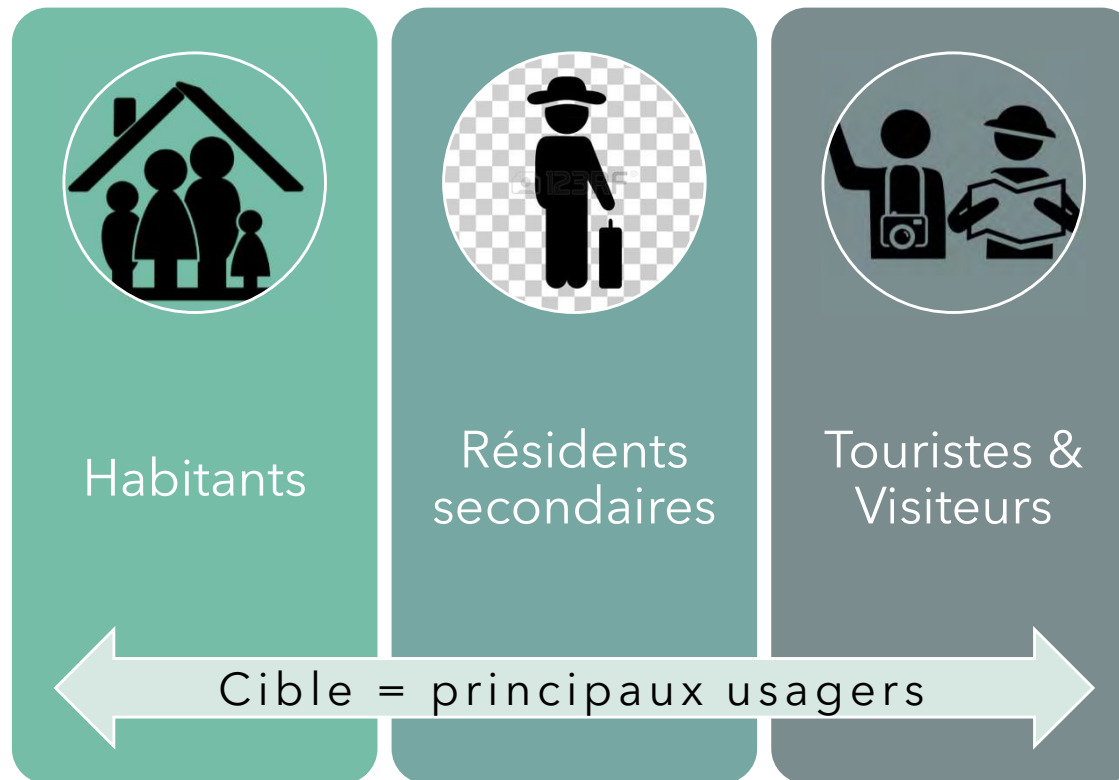


Objectifs et Méthodologie de l'enquête

Qualifier les besoins et attentes des usagers



- ❑ **Connaitre 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.**



Enquête administrée du 05 février 2021 au 05 mars 2021

Elaboration de 3 questionnaires (validés par la Mairie).

Diffusion pendant 1 mois auprès de 3 cibles (habitants permanents, résidents secondaires, touristes ou visiteurs)

Plusieurs canaux de diffusion utilisés :

- Mise en ligne sur le site internet et la page Facebook (1900 abonnés) de la Mairie,
- Insertion d'une information + lien de l'enquête dans la newsletter du mois de février 2021 (1000 abonnés),
- Envoi du questionnaire papier à 162 foyers sans internet,
- Mise à disposition des 3 questionnaires papier en Mairie, à l'OT, à la médiathèque, à l'agence postale, à l'ESF, dans les commerces,
- Affichage d'une information sur le panneau lumineux de la place du village.

Profil des répondants

602 questionnaires analysés



175 retours



368 retours



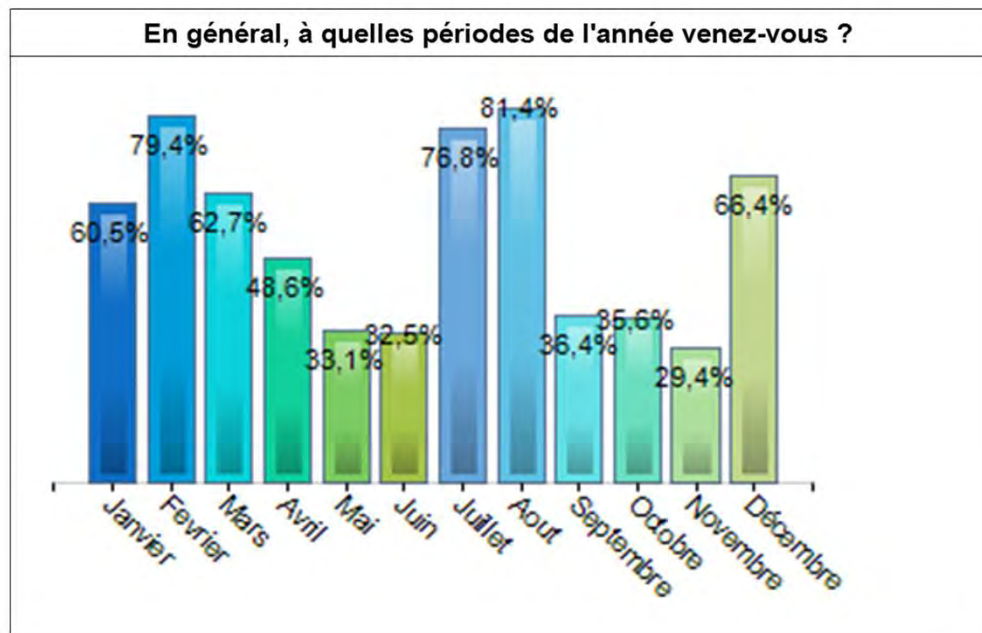
59 retours

	175 retours	368 retours	59 retours
Sexe (F / H)	51% / 49%	46% / 54%	54% / 46%
Tranche d'âge les + représentées	30 à 74 ans	30 à 74 ans	30 à 74 ans
Situation pro	69% actifs 26% retraités	60% actifs 38% retraités	71% actifs 27% retraités
Catégorie pro	27% employés 26% chef d'ent.	62% Cadres	41% Cadres 28% employés
Taille groupe (moyenne)	2,5 personnes	3,3 personnes	3 personnes
Durée présence	+15 ans (66%)	+15 ans (64%)	4-10 nuits (47%) +10 nuits (29%)
Projet départ	Non (94%)	Non (92%) Mise en location (7%)	/

- **60% des répondants sont des résidents secondaires.**
- Les touristes étrangers étaient peu nombreux cette année du fait de la crise sanitaire.
- Toutes les classes d'âges sont bien représentées sauf les moins de 30 ans (3% des touristes, 4% des résidents secondaires) et les 75 ans et + (3% des touristes et 11% des résidents secondaires).
- 11% des résidents secondaires sont étrangers (Suisse et Belges notamment).
- 2/3 des habitants et résidents secondaires sont installés de longue date. 1 sur 6 est toutefois installé depuis moins de 5 ans.
- 10 habitants envisagent de quitter la commune (cherté de l'immobilier notamment) alors qu'une dizaine de résidents secondaires souhaitent en faire leur résidence principale.

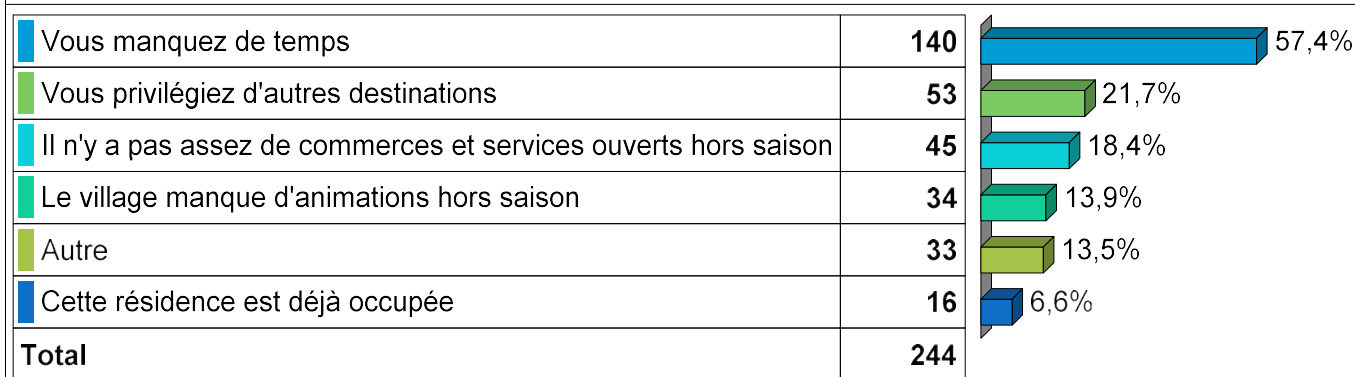
Fréquentation par les résidents secondaires

Une saisonnalité marquée



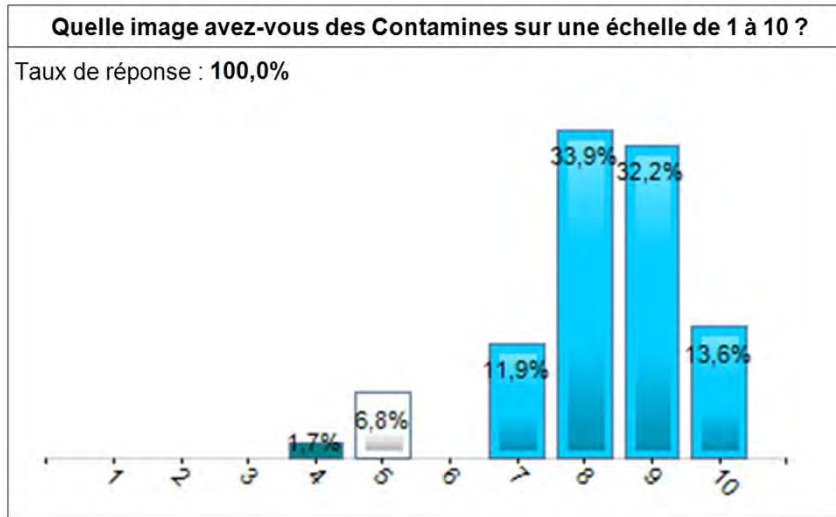
- **72% des résidents secondaires viennent quelques fois dans l'année** avec une fréquentation plus marquée de décembre à mars et en juillet-août.
- Cette faible fréquentation est principalement justifiée par :
 - le « manque de temps »,
 - le manque de vie dans le village hors saison (commerces fermés, peu d'animations),
 - la distance géographique au lieu de résidence.
- 1 résident secondaire sur 4 dit venir plus régulièrement = entre 1 et 3 fois par mois.
- Au global, **73% des résidences sont occupées moins de 4 mois par an**. 10% le sont plus de 7 mois par an.

Si vous venez peu souvent dans votre résidence secondaire aux Contamines, quelles en sont les principales raisons ?

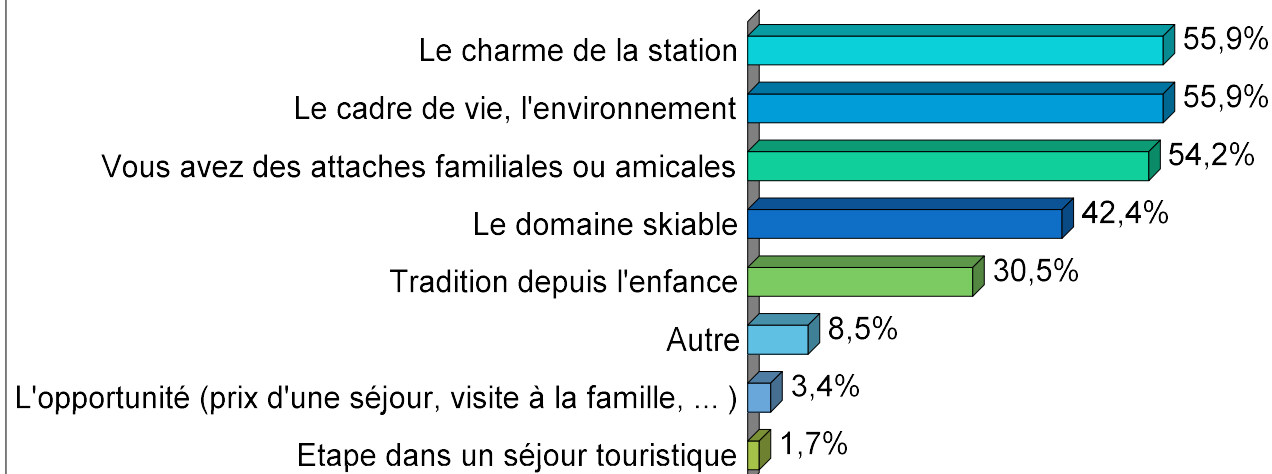


Fréquentation par les touristes et perception

Une clientèle d'habitues



Pourquoi avez-vous choisi les Contamines comme destination ?



- **97% des répondants viennent régulièrement aux Contamines** (seules 2 personnes viennent pour la 1^{ère} fois).
- La station attire surtout par son charme et son environnement, la présence de familles ou amis résidant aux Contamines, mais aussi par son domaine skiable.
- L'image des Contamines est très bonne pour 86% des répondants (note > à 8 sur 10).
- Les principaux points négatifs mentionnés :
 - La circulation (vitesse, flux),
 - L'urbanisation galopante,
 - Le manque de vie hors saison et en soirée.

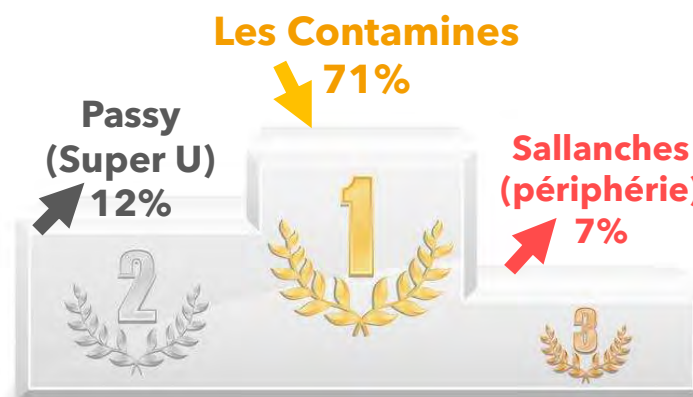
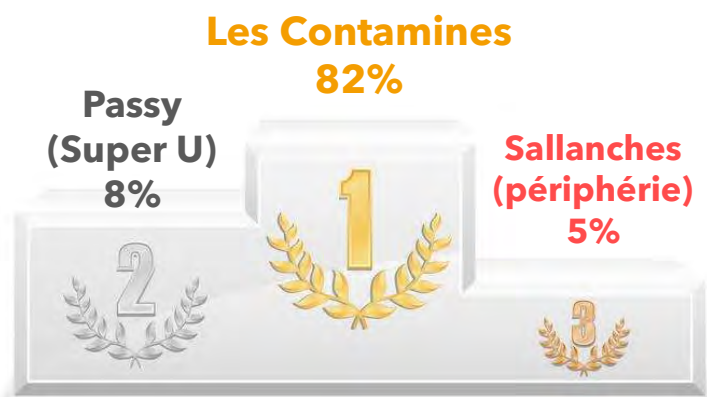
Comportements d'achats

Achats et Services du quotidien - lieux d'achats



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

(question à choix multiples, en % des citations totales, habitants + résidents secondaires).

1^{ère} destination :

- En saison, **96%** des répondants fréquentent les commerces des **Contamines** pour les courses du quotidien, cette fréquentation fléchit à 87% hors saison.

2^{ème} et 3^{ème} destinations :

- 30 à 36% (selon la saison) des répondants fréquentent le **Super U à Passy** ainsi que les commerces **en périphérie de Sallanches**.

4^{ème} destination :

- **Saint-Gervais** : 25% de fréquentation en saison, 27% hors saison.

5^{ème} destination :

- **Intermarché à Domancy** : 11% de fréquentation.

Comportements d'achats

Achats et Services du quotidien - lieu d'achats n°1



En saison

Hors saison

Les Contamines

Passy
(Super U)

Sallanches
(périphérie)

Saint-Gervais



65% 56%

16% 19%

10% 13%

NS 5%



90% 78%

4% 9%

2% 5%

NS 3%



69%

17%

NS

9%

NS = non significatif

Question à choix multiples - réponses au rang n°1

- En saison, les résidents secondaires réalisent plus volontiers leur achats courants auprès des commerces des Contamines par rapport aux habitants et aux touristes.
- Les prix élevés dans les commerces sont notamment cités par les habitants qui consomment plus facilement dans les grandes surfaces en vallée.
- Hors saison, compte tenu d'une moindre activité commerciale aux contamines et donc d'une faible attractivité globale, les flux s'intensifient vers les grandes surfaces de la vallée pour les habitants et résidents secondaires.

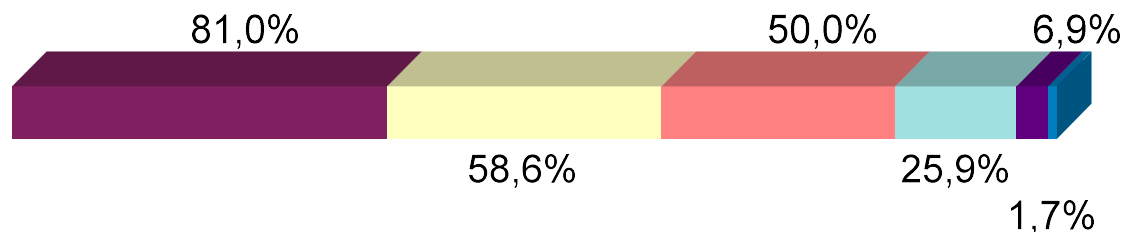
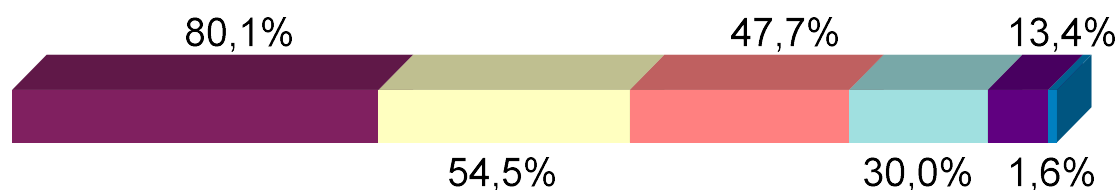
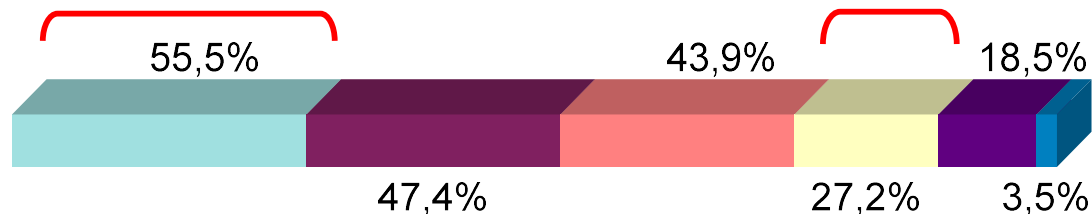
A noter que pour les touristes, cette question portait sur les lieux d'achats au cours de leur séjour et non en fonction des saisons.

Comportements d'achats

Achats alimentaires - Lieux privilégiés



Question à choix multiples



Le commerçant, l'artisan local (boucher, boulangerie, etc.)
La supérette, l'épicerie de quartier
Les magasins de producteurs locaux, à la ferme ou circuit court
Les grandes et moyennes surfaces
Les magasins spécialisés bio
Autre

Pour leurs achats alimentaires, les répondants « habitants » se distinguent :

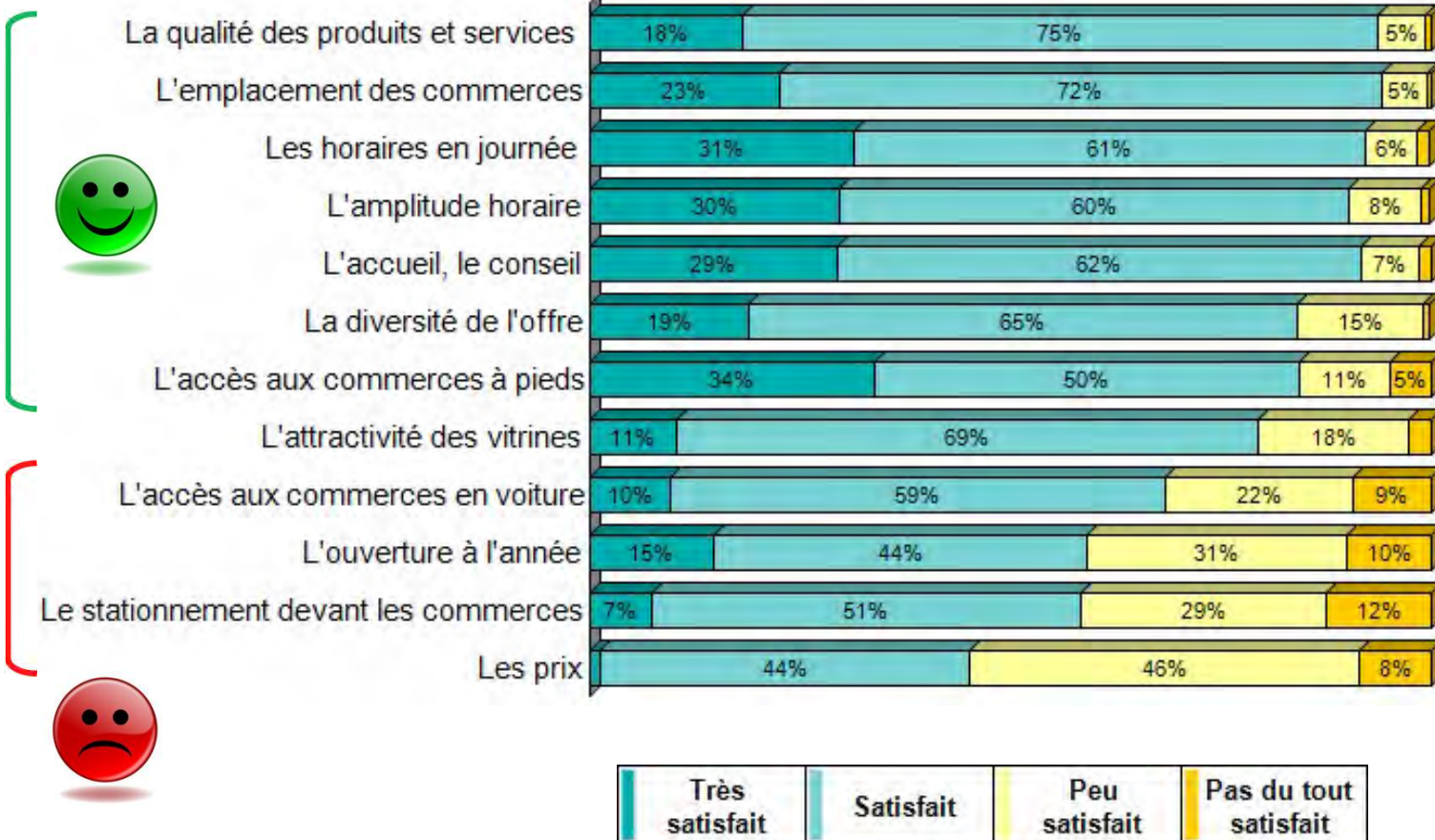
- Ils fréquentent presque 2 fois plus les grandes et moyennes surfaces (55,5%) que les résidents secondaires ou les touristes.
- De même, les supérettes et épiceries de quartier sont beaucoup moins fréquentées (soit 27%) par les habitants.

Les résidents secondaires et touristes privilégient les commerçants et artisans locaux. Le facteur prix est moins décisif pour ces consommateurs d'autant que la qualité des produits et services recueille un bon niveau de satisfaction pour tous les répondants.

On note également une bonne attractivité des circuits courts pour tous les répondants.

Niveau de satisfaction des usagers

Offre commerciale et facteurs locaux de commercialité



Globalement, le niveau de satisfaction est positif pour l'ensemble des répondants.

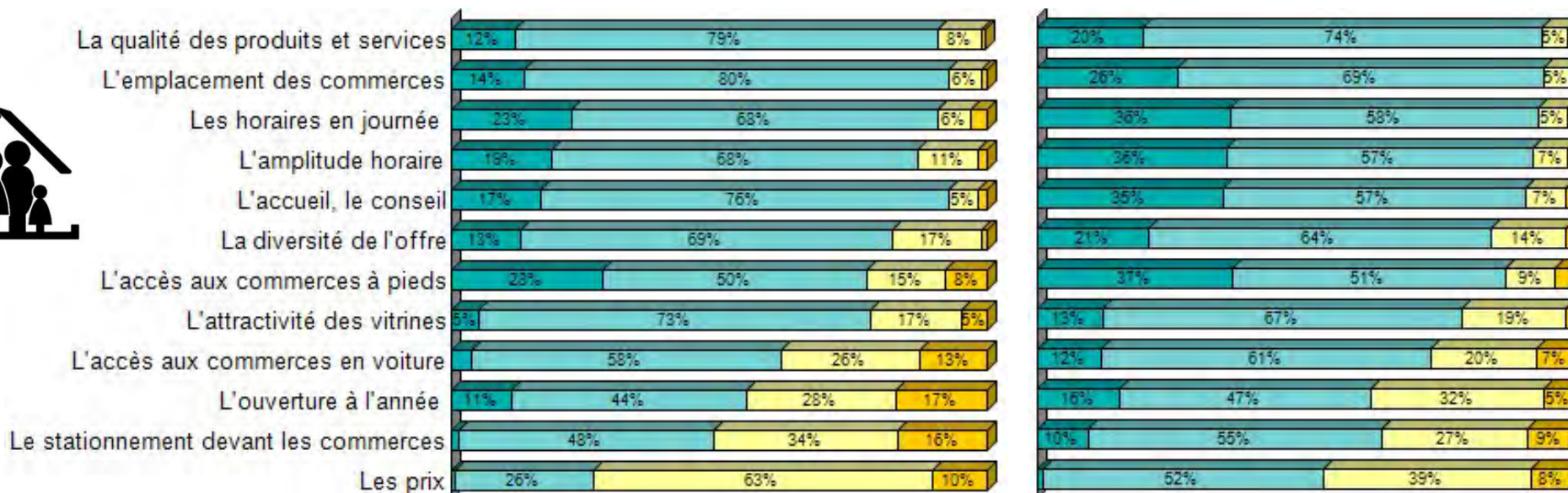
Les insatisfactions portent notamment sur :

- Les prix pratiqués, jugés trop élevés notamment par les habitants insatisfaits à 73%.
- Les difficultés d'accès en voiture et de stationnement devant les commerces signalées notamment par les habitants et touristes.
- L'ouverture des commerces à l'année qui génère 45% d'insatisfaction au niveau des habitants et touristes.
- L'attractivité des vitrines qui pourrait être améliorée pour 20% des répondants.

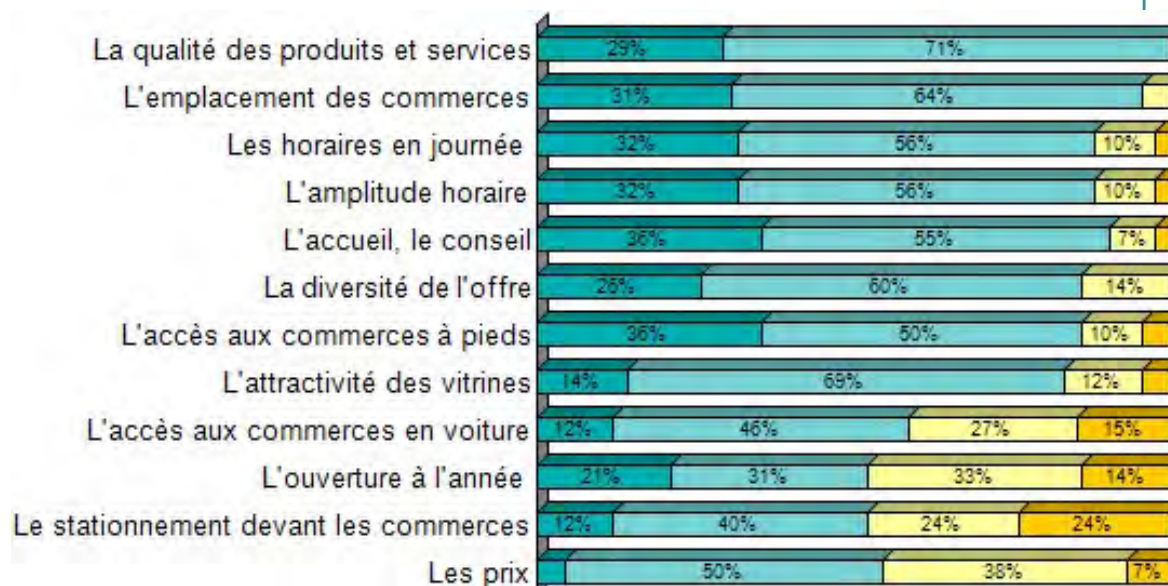
A noter que les résidents secondaires sont globalement plus satisfaits que les autres répondants sur l'offre et les éléments de commercialité.

Niveau de satisfaction des usagers

Offre commerciale et facteurs locaux de commercialité

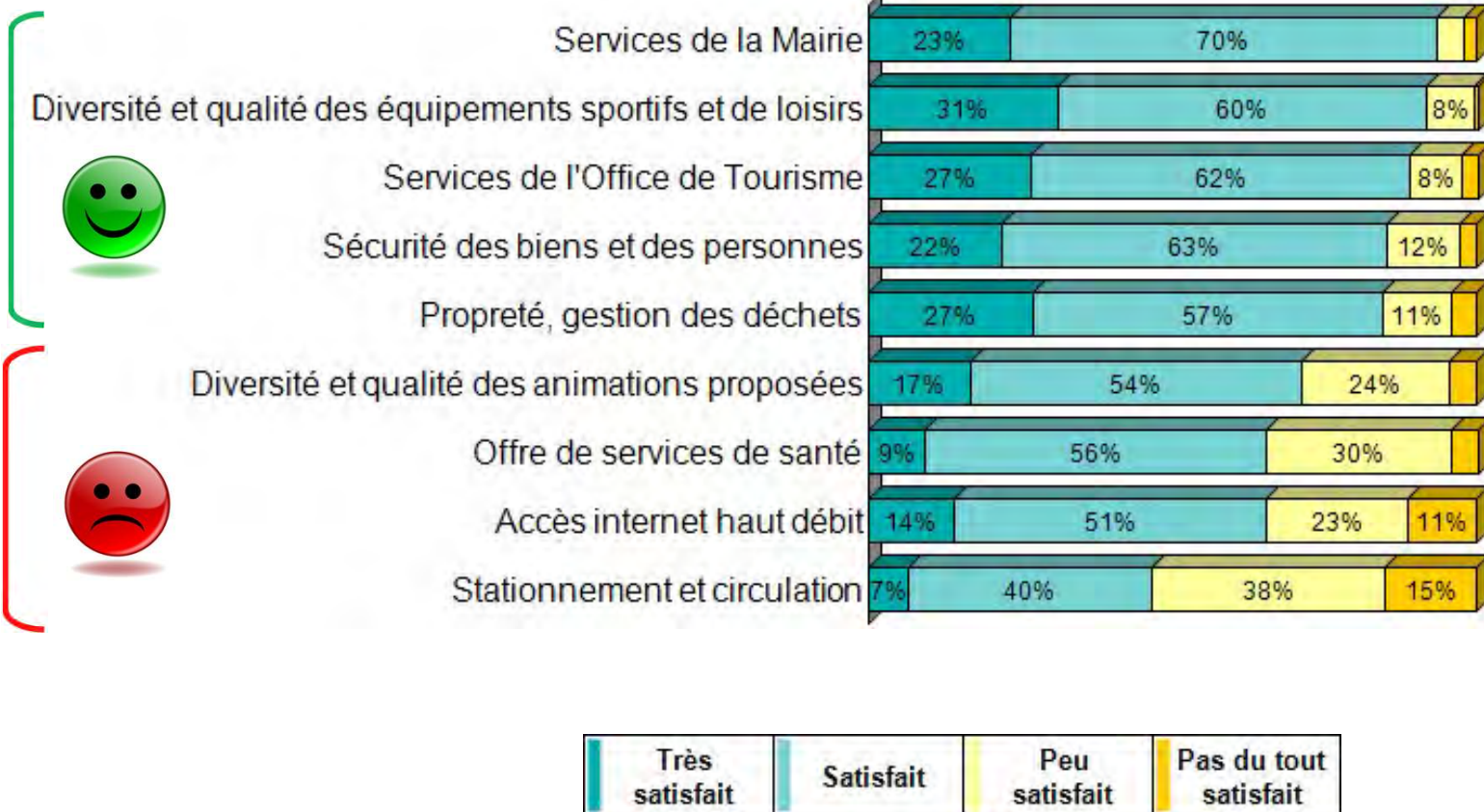


- Très satisfait
- Satisfait
- Peu satisfait
- Pas du tout satisfait



Niveau de satisfaction des usagers

Environnement urbain et services publics



Pour tous les répondants, l'offre de services publics est globalement satisfaisante.

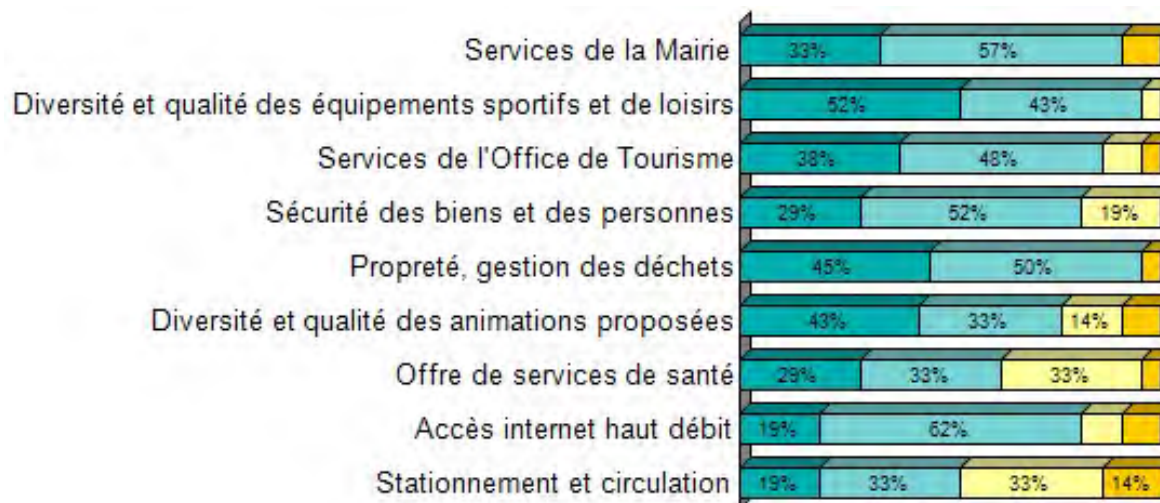
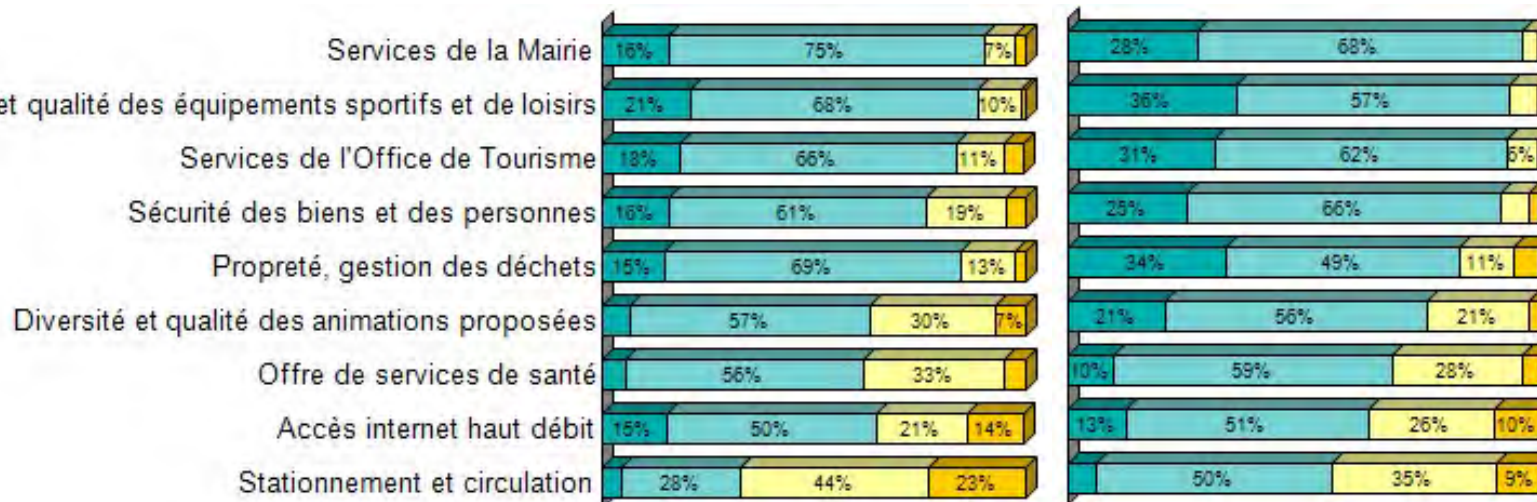
Au niveau de l'environnement urbain, les insatisfactions portent principalement sur le **stationnement et la circulation**, avec un **mécontentement** plus fort pour les habitants (soit 77%).

Les habitants et résidents secondaires soulignent également le **défaut d'accès internet à haut débit** (35% d'insatisfaits).

Les **animations proposées** sont **insatisfaisantes pour 30%** des répondants, avec là encore un mécontentement plus important pour les habitants (37%). La saisonnalité liée à la vie de la station est un facteur accentuant cette perception pour les habitants permanents.

Niveau de satisfaction des usagers (par catégorie)

Environnement urbain et services publics



- Très satisfait
- Satisfait
- Peu satisfait
- Pas du tout satisfait



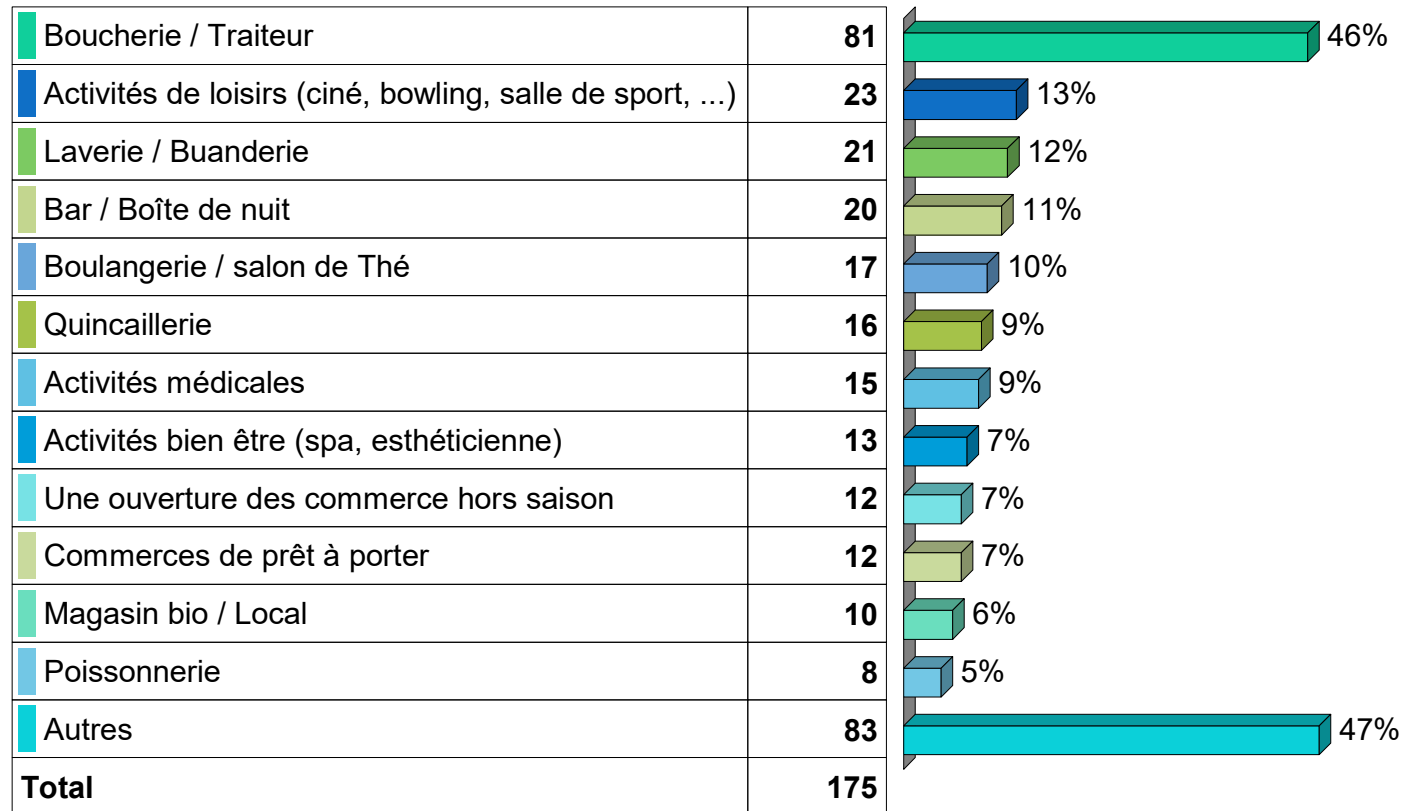
Attentes des usagers

Offre commerciale et de services



Les commerces et services de proximité qui manquent le plus aux Contamines

Taux de réponse : **29%**



Question ouverte (non dirigée)

Attentes par catégorie de répondants

(classement selon le nb de votes)



1. Boulangerie, salon de thé.
2. Bar, boîte de nuit.
3. Boucherie, traiteur.



1. **Boucherie, traiteur** (69 votes)
2. Activités de loisirs.
3. Laverie, buanderie.
4. Activités médicales.
5. Bar, boîte de nuit.
6. Quincaillerie.
7. Activités bien-être, spa.
8. Commerce de prêt à porter.



1. Boucherie, traiteur.
- Autres attentes : non significatif.

Attentes des usagers (par catégorie de répondants)

Offre commerciale et de services



Les commerces et services de proximité qui manquent le plus aux Contamines

Taux de réponse : 21%



Boulangerie / salon de Thé	8
Une ouverture des commerce hors saison	7
Bar / Boîte de nuit	7
Boucherie / Traiteur	6
Quincaillerie	5

Les commerces et services de proximité qui manquent le plus aux Contamines

Taux de réponse : 29%



Boucherie / Traiteur	6
Activités de loisirs (ciné, bowling, salle de sport, ...)	1
Laverie / Buanderie	1
Bar / Boîte de nuit	1
Boulangerie / salon de Thé	1
Activités bien être (spa, esthéticienne)	1
Une ouverture des commerce hors saison	1
Commerces de prêt à porter	1
Magasin bio / Local	1

Les commerces et services de proximité qui manquent le plus aux Contamines

Taux de réponse : 33%



Boucherie / Traiteur	69
Activités de loisirs (ciné, bowling, salle de sport, ...)	19
Laverie / Buanderie	17
Activités médicales	13
Bar / Boîte de nuit	12
Quincaillerie	11
Commerces de prêt à porter	10
Activités bien être (spa, esthéticienne)	10
Boulangerie / salon de Thé	8
Magasin bio / Local	7
Poissonnerie	6

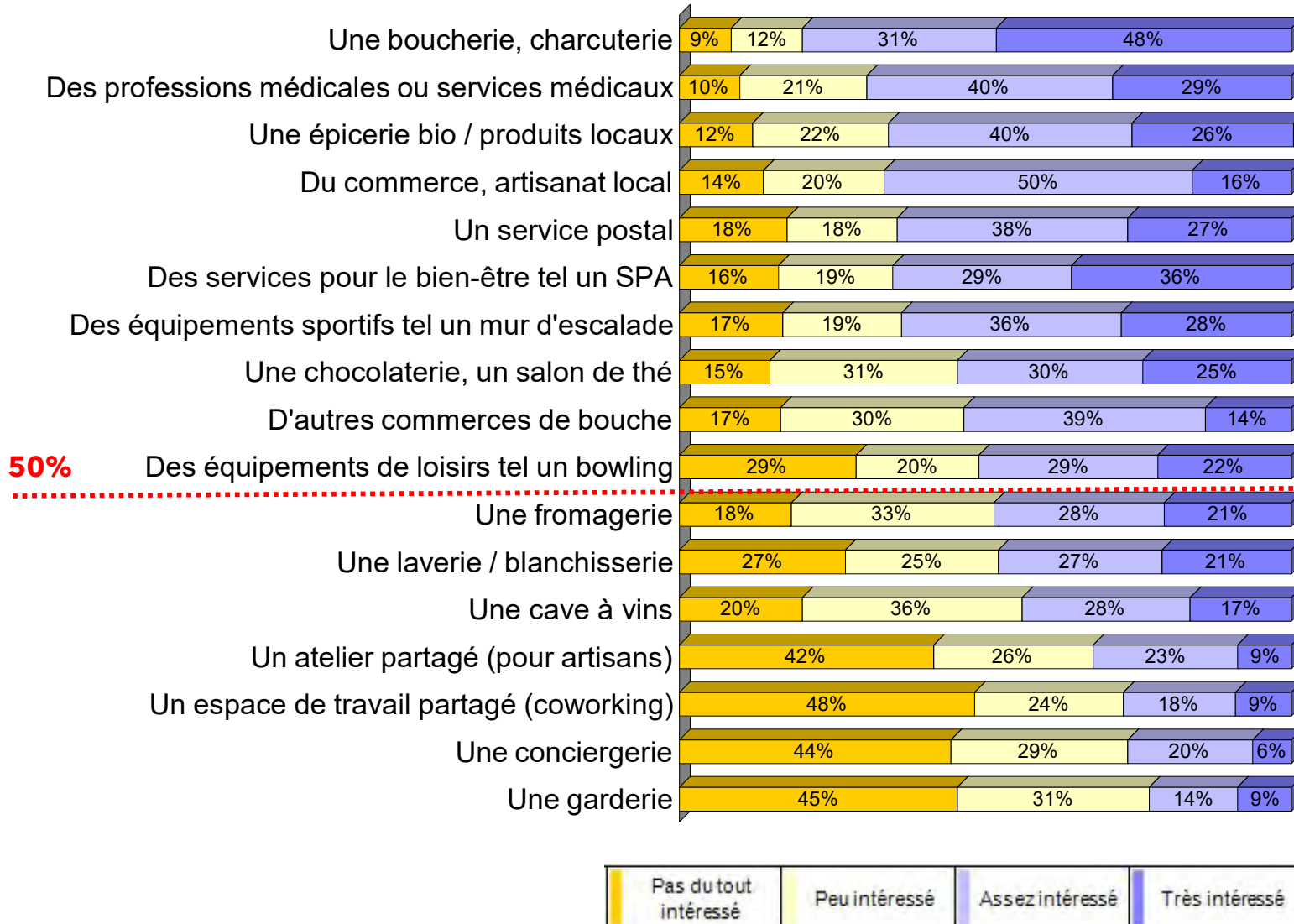
Question ouverte (non dirigée)

« Futur centre-village » : attentes des usagers



Offre commerciale et de services, équipements

Seriez-vous intéressé de trouver à cet emplacement... :



Attentes par catégorie de répondants

(classement des 3 premiers votes)



1. **Service postal (78% intéressés).**
2. Professions médicales (73%).
3. Commerce, artisanat local (70%).



1. **Boucherie, charcuterie (87%)**
2. Epicerie Bio, produits locaux (70%).
3. Professions médicales (68%).



1. **Boucherie, charcuterie (80%)**
2. Commerce, artisanat local (73%)
3. Professions médicales (68%).

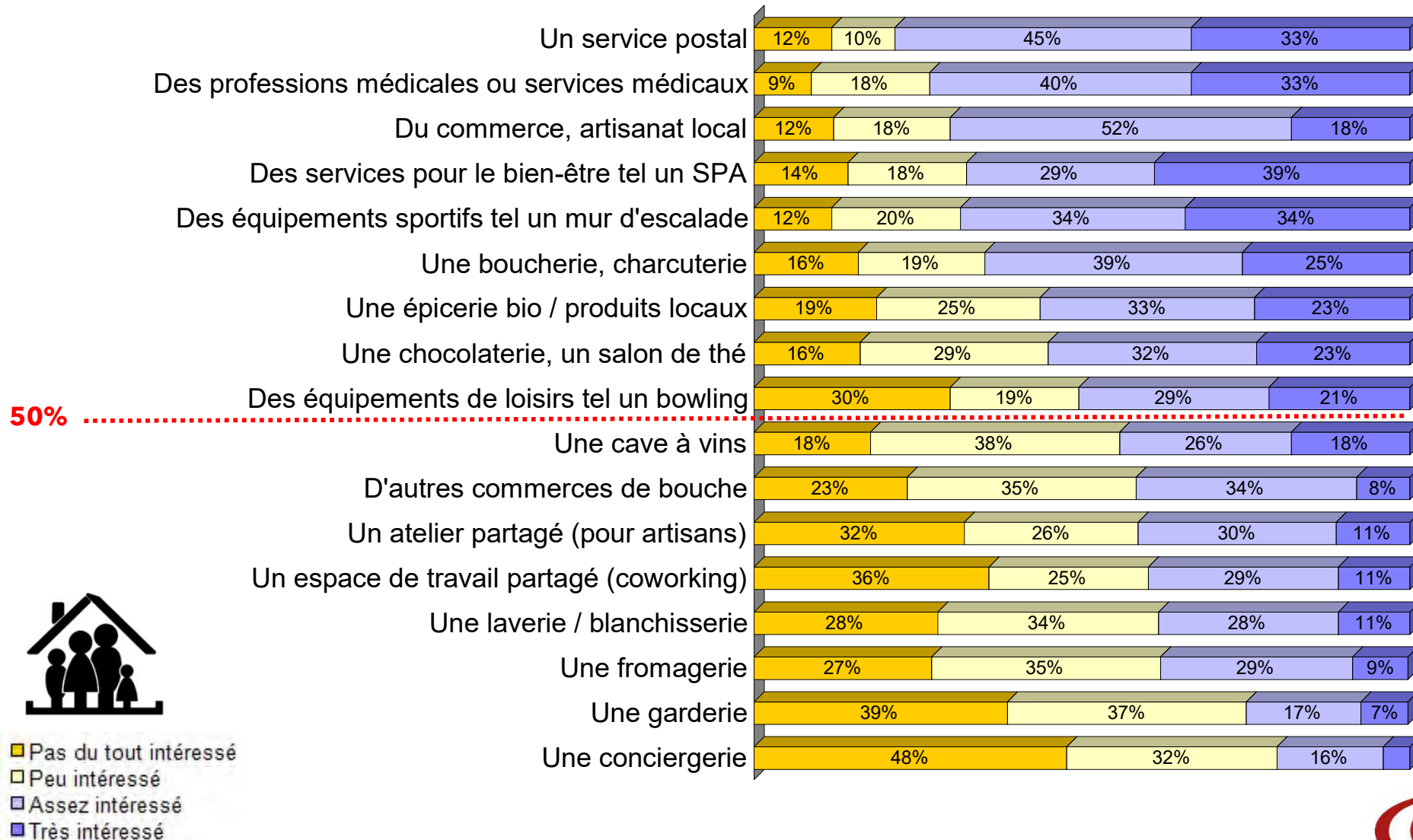


« Futur centre-village » : attentes des habitants



Offre commerciale et de services, équipements

Seriez-vous intéressé de trouver à cet emplacement... :



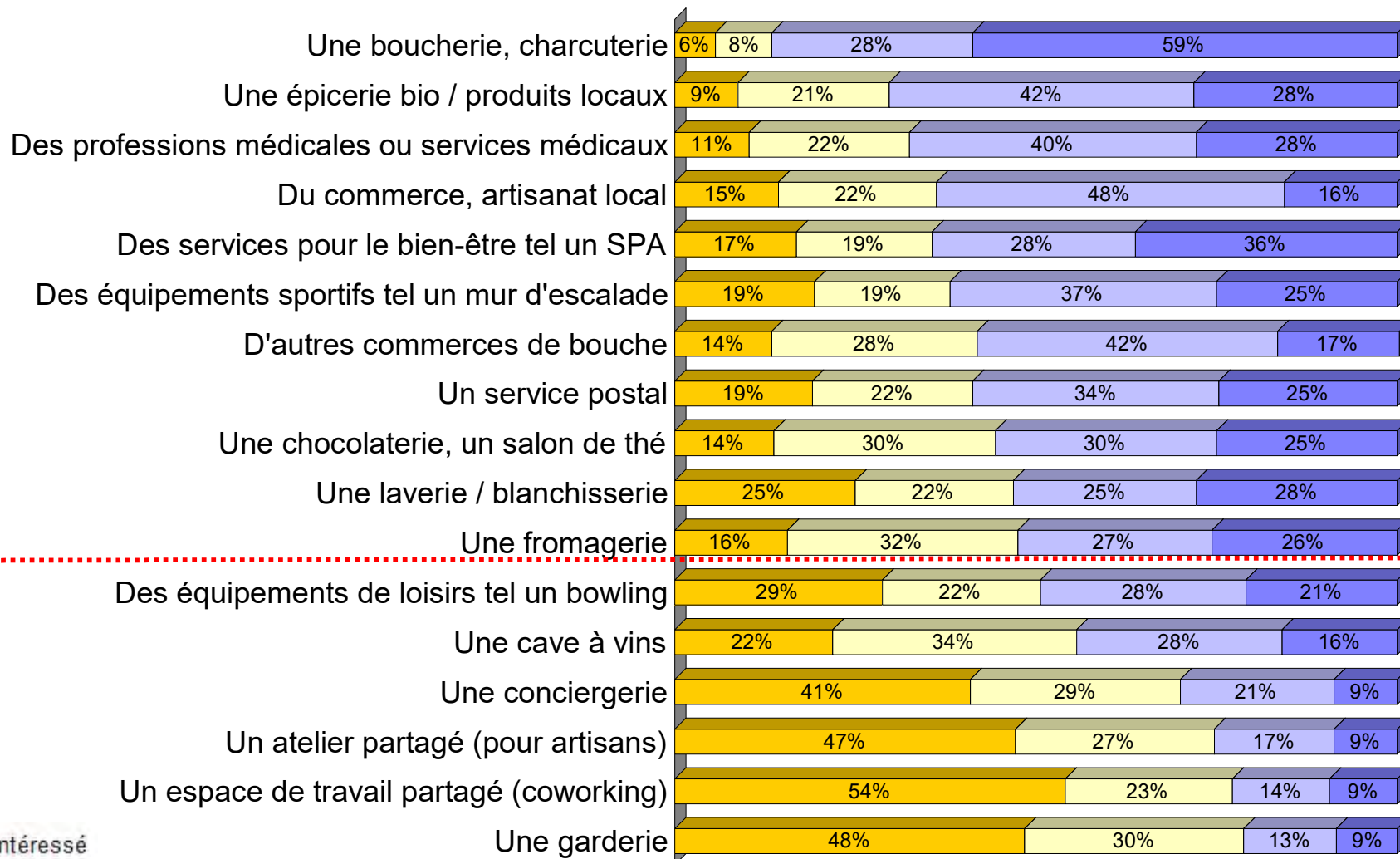
■ Pas du tout intéressé
■ Peu intéressé
■ Assez intéressé
■ Très intéressé

« Futur centre-village » : attentes des rés. sec.

Offre commerciale et de services, équipements



Seriez-vous intéressé de trouver à cet emplacement... :



50%



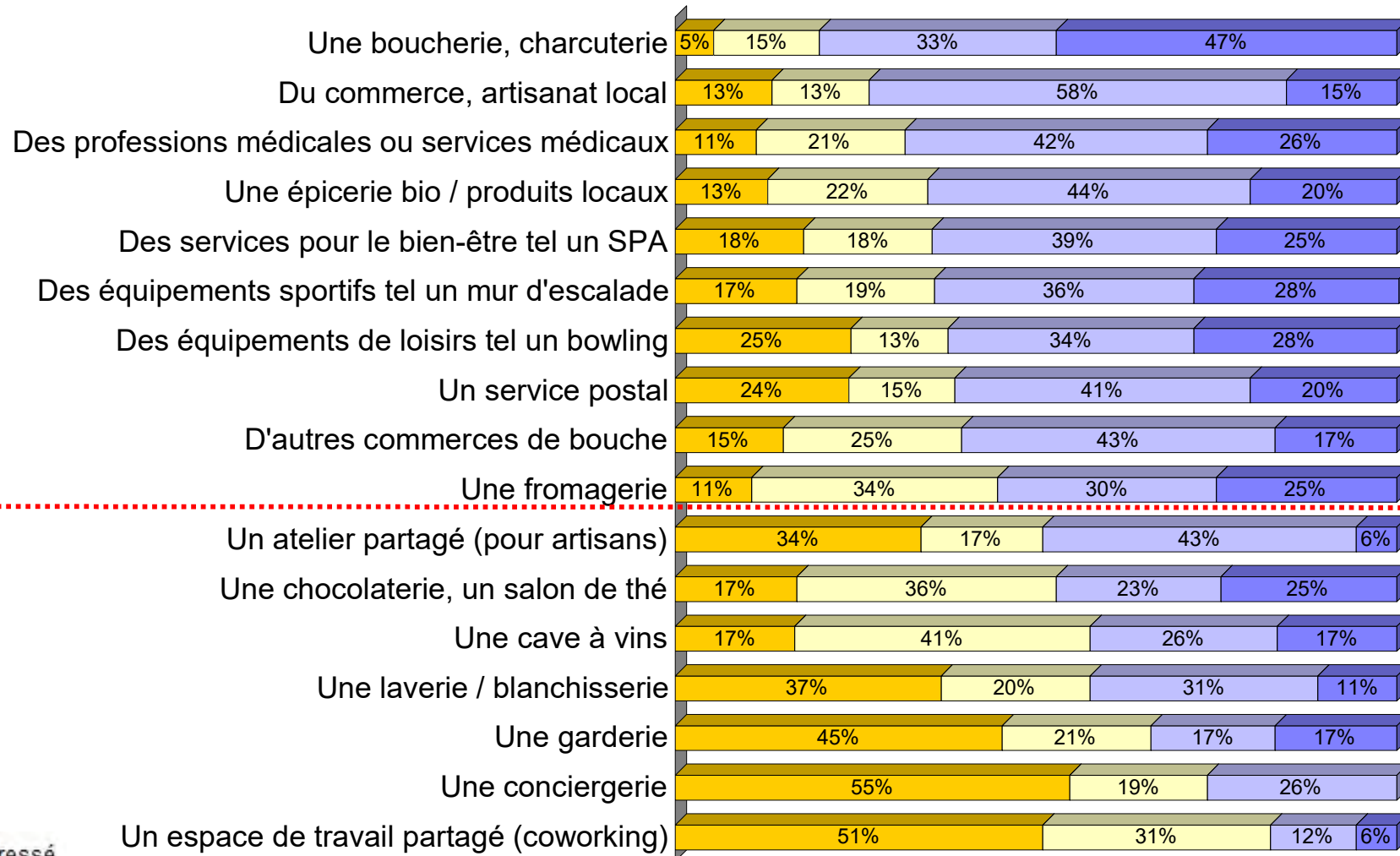
- Pas du tout intéressé
- Peu intéressé
- Assez intéressé
- Très intéressé

« Futur centre-village » : attentes des touristes



Offre commerciale et de services, équipements

Seriez-vous intéressé de trouver à cet emplacement... :



50%



- Pas du tout intéressé
- Peu intéressé
- Assez intéressé
- Très intéressé

« Futur centre-village » : attentes des usagers



Autres activités, aménagements attendus



Autres activités attendues :

Espace sportif (escalade, piscine, laser game, ...)	34
Lieu d'animations	30
Activités culturelles (musée, médiathèque, cinéma, concert)	29
Bar	28
Lieux de vie/ de rencontre	23
Restaurants	22
Autre	21
Espace bien-être (spa, esthéticienne, ...)	20
Artisanat local	16
Une place	10

Aménagements attendus :

Place (agréable, conviviale)	53
Stationnement (zone bleu, parking)	52
Piétonisation (déplacement, trottoir, sécurisation, espace)	45
Aménagement urbain (banc, fontaine), végétalisation	28
Circulation (fluidification, sécurisation)	22
Autre	21
Animations	15
Terrasses	10
Lieux de vie	10

Question ouverte (non dirigée)

Attentes 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 : roulement entre commerçants pour maintenir une offre de 1^{ère} nécessité (boulangerie, tabac-presse, bar, pharmacie, poste), roulement entre restaurateurs (ou développement d'un service de vente à emporter), création d'un magasin associatif tenu par les habitants (type coopérative), ouverture entre 12h et 16h. Nécessité d'impliquer et de fédérer les acteurs.



Mobilité - déplacements :

Développer une mobilité alternative à la voiture : cheminements piétons (trottoirs), itinéraires vélos, location de vélos électriques (jusqu'à ND de la Gorge), liaisons en transports en commun vers Saint-Gervais plus fréquentes.

Apaiser la circulation dans le centre-village : piétonisation, interdiction des véhicules à moteurs en saison.

Tissu socio-économique :

Favoriser l'installation de nouveaux habitants permanents : logements à prix accessibles, garderie à l'année proche de l'école, MJC, internet haut-débit, espace de coworking, offre médicale, tarifs préférentiels pour les habitants, résidences de services pour les familles et retraités, pôle d'activités toutes générations. Renforcement des associations avec de nouveaux arrivants.

Favoriser l'installation d'entreprises (emplois) : création d'une zone artisanale.



Activités & Animations à l'année :

Diversifier les activités alternatives au ski : sentiers balisés, luges d'été, vtt, golf, sports indoor (salle de musculation), squash, spa, bar à jeux pour les jeunes, activités culturelles et de loisirs pour les enfants, adolescents, adultes et seniors, élargir l'activité du télécabine (Etape / Signal) en été et sur les week-end, vacances scolaires.

Développer les animations (sur l'année) : culturelles, sportives, musicales.

Positionner le territoire et l'offre touristique sur la nature, le sport, le bien-être : réserve naturelle, calme, label.



Enquête auprès des professionnels

Enquête et
échanges



Méthodologie et répondants



Enquête auto-administrée par voie postale à l'ensemble des entreprises artisanales, commerciales et de services immatriculées au Répertoire de Métiers et au Registre du Commerce et des Sociétés (CMA et CCI) :

- 177 professionnels ciblés
- Mars 2021
- Relance par mail
- **19 retours, soit 11 % de taux de retours**
- Insuffisant pour une exploitation statistique (min. 30), mais relance par téléphone de certains professionnels pour une approche plus qualitative.

Questionnaire : « Enquête sur vos besoins et vision du centre-village » - 5 parties

- Votre activité et son développement
- Votre implantation actuelle (et satisfaction)
- Vos besoins fonciers et immobiliers
- Votre vision des Contamines
- Votre entreprise

Profil des entreprises répondantes :

- **1/3 de professionnels de l'hôtellerie, restauration dont la restauration rapide**
- **1/3 d'artisans** : du BTP (menuisier, scieur, carreleur, paysagiste, plombier) et 1 artisan d'art (tisserande)
- **1/3 de commerces et services** : commerces de sport et de meubles, boulangerie, conciergerie, bureau d'étude, consultant
- **Des entreprises investies sur le territoire : près d'une entreprise sur 2 a plus de 10 ans d'ancienneté** (de 17 à 53 ans d'ancienneté, dont de nombreuses reprises d'anciennes entreprises).
- 4 entreprises de moins de 3 ans (très jeunes)

Profil des répondants :

- 1 tiers des répondants à plus de 55 ans



■ 35 à 50 ans ■ 50 à 55 ans ■ Plus de 55 ans

Partie 1 : Activité et développement



Les activités de restauration gardent une activité stable malgré les fermetures grâce à la mise en place de vente à emporter et aux aides ? Les artisans du BTP sont moins impactés par la crise et stabilisent leur situation.

La crise a impacté les deux tiers des répondants, à divers degrés. Parmi les plus impactés : CHR, conciergerie, artisan d'art, commerces. Les artisans du BTP n'ont pas eu d'impact (voire n'ont jamais aussi bien travaillé, exemple du carreleur).

- La situation économique est jugée
 - ✓ **Satisfaisante** : 2 répondants (1 hôtel restaurant et 1 paysagiste)
 - ✓ **Stable** : 13 répondants (CHR, artisans)
 - ✓ **Préoccupante** : 3 répondants (commerces, artisanat d'art)

- Impact de la crise sanitaire sur l'activité
 - Négatif fort : 5 entreprises
 - Négatif mesuré : 8 entreprises
 - Pas d'impact : 5 entreprises



Impact négatif pour 70 % des professionnels

- A court ou moyen terme : les professionnels veulent principalement développer ou stabiliser leur activité (13 répondants). 3 veulent « réduire la voilure » (1 restaurant et 2 artisans) et 1 souhaite transmettre (1 hôtelier).

Partie 1 : Services développés



Les professionnels, notamment ceux de la restauration, se sont adaptés pour développer leurs ventes via d'autres réseaux : livraison et retrait sur place.

Le numérique pourrait davantage être utilisé :

seulement 1 sur 2 est présent sur les réseaux sociaux. Suite aux entretiens, certaines entreprises sont même réfractaires au numérique :

- Souhait de privilégier le contact humain
- Manque de temps (notamment lorsque manque de compétences = plus long de faire une mise à jour par exemple)
- Manque de budget pour déléguer (agence de communication par exemple)
- Profil d'entrepreneurs qui ne sont pas de la génération « Internet » (la moitié des répondants a plus de 50 ans)

Principalement 2 types de services :

- Livraison à domicile : 4 entreprises (restauration et commerce de sport)
- Retrait de commandes (click and collect) : 4 entreprises (boulangerie, restauration)

Sur le volet numérique (plusieurs vecteurs, le plus souvent) :

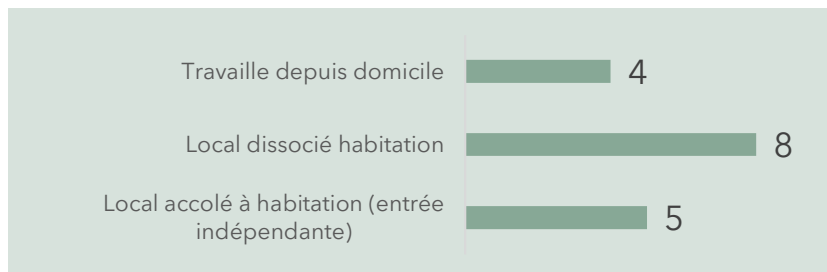
- La présence sur les réseaux sociaux : 8 entreprises
- Création de site Internet : 7 entreprises
- Référencement de l'entreprise sur Internet : 5 entreprises

6 entreprises n'ont cité aucune démarche sur le numérique.

Partie 2 : implantation actuelle



Local d'activité des répondants : la majorité a un local dédié, 6 sur 10 en sont propriétaires.



+1 itinérant, 1 local partagé par une entreprise hôtelière

Niveau de satisfaction :

- **Parmi ceux qui ont un local d'activité (hors travail à domicile), les ¾ se disent satisfaits**
- **Parmi ceux qui ne sont pas satisfaits, la visibilité et le dimensionnement du local sont en causes :**
 - ✓ Boulangerie : surface inadaptée (trop petit), difficultés de stationnement
 - ✓ Menuisier et paysagiste : surface inadaptée, accès compliqué (dangereux pour le menuisier)
 - ✓ Commerce de sport : hors du village, « oublié par la municipalité »
 - ✓ Artisan d'art qui travaille à domicile : manque de visibilité
 - ✓ Commerce de meubles LA PIA : manque de visibilité, accès difficile, co-propriété délaissée (pas de travaux)

Priorités pour améliorer l'environnement du point de vente, outre le stationnement, l'amélioration du réseau viaire entre les différents pôles paraît nécessaire :

- **Circulation et stationnement au centre-village (cité 2 fois)**
- Signalétiques des commerces
- Routes d'accès vraiment détériorée actuellement, « pas de cheminement joli et pratique entre les hameaux du Lay et le reste du village »
- Une liaison rive droite / rive gauche
- Mettre en valeur le chemin des loyers » et son accès
- Création d'un miroir dans le virage pour sortir du local : sortie route des Moranches

Peu de projets qui laissent envisager des locaux à occuper à court ou moyen terme :

- 2 projets de transmission / succession pour hôtels restaurants

10 professionnels ont des besoins fonciers ou immobilier dont la plupart peut être intéressée par l'emplacement « place du village », principalement en achat

Partie 3 : besoins immobiliers



Professionnels intéressés pour un local d'activité sur la place du village ou à proximité

Enseigne	Dirigeant	Mail	Activité prévue	Surface	Précisions achat ou location, budget estimatif	Local nouveau / remplacement
Les délices de Montjoie	MAILARD Yannis JOSSE Jérémie	auxdelicesdemontjoie@orange.fr	Salon de thé	Difficile à dire	Pas d'estimation, en location ou achat (via leur holding immobilière)	Nouveau, en complément de la boulangerie actuelle située en face du projet
Au fil de Flo	BIBOLLET- RICHARD Florence	florence.bibollet1@gmail.com	Atelier tissage + formations	30 m ²	Location partagée	En remplacement de son atelier à domicile
LA PIA	GARREAU PEAN Agnès	Lapia.garreau@gmail.com	Magasin de meubles, décoration sur mesure à domicile	NP	Projet à réfléchir	Pas précisé
Mermoud sport	Strappazzon Marie Jane	mermoudsports@wanadoo.fr	Magasin de vêtements de sport	50 m ² environ	Projet à réfléchir. Garderaient le magasin actuel. Ont 55 ans. Commerce plutôt textile au centre-village qui fait vitrine pour le commerce actuel hors CV.	En complément de son local actuel
Yann Hirlimann	Yann Hirlimann	yhirlimann@yahoo.com	Production de glace et de gaufres (hiver) vente sur place	15 m ²	Préférence en location. Besoin : rue principale ou autre lieu avec du passage, avec vitrine, commerce+ mini atelier	En complément de son local actuel (ambulant)
La table d'Hôtes Savoie	MONNIN Elodie et Ludovic	contact@tabledhotessavoie.fr	Restauration traditionnelle et vente de farcement	15 m ² vente + 15 m ² (si laboratoire)	Achat ou partage de l'espace de vente. Petit local pour vendre de farcement et des produits fait maison + un laboratoire 15 m ² de transformation avec évacuation de fumées et évacuation au sol	En complément de son local actuel
La clef des champs	MATTEL Agnès	hotelclefdeschamps@free.fr	Bureau des ventes (pour de l'hôtel-restauration) « Corner de vente »	10 m ²	Espace mutualisé avec d'autres partenaires pour	En complément
SERVICES HOME MONTAGNE	TOBO Corinne	contact@sh-montagne.com	Conciergerie	30 m ²	Bureau, espace de réception clientèle, espace de stockage pour du linge, atelier pour de la réparation. Budget 150 k€	En remplacement de son atelier à domicile
VE2SMART	TOBO François- Xavier	Fx.tobo@ve2smart.com	Espace de co-working (prêt à s'impliquer dans un projet de coworking)	10m ²	Un bureau avec des équipements partagés, salle commune, salles de réunions, ...	En remplacement de son bureau à domicile

Partie 3 : besoins immobiliers (suite)



Professionnels intéressés pour un local d'activité sur la place du village ou à proximité

Enseigne	Dirigeant	Mail	Activité prévue	Surface	Capacité financière	Précisions achat ou location, budget estimatif	Local nouveau / remplacement
DECHAUMES ROMAIN	DECHAUMES ROMAIN	romainmenuiserie@gmail.com	Menuiserie	???	+	Achat : 360 k€	A trouvé un terrain !
SERVICES HOME MONTAGNE	TOBO Corinne	contact@sh-montagne.com	Conciergerie	NP	?	Intéressés pour reprendre ou créer un services de pressing, c'est un manque aux Contamines	Création ou reprise d'une activité

Partie 3 : autres demandes



Demande en locaux partagés à défaut d'avoir un local individuel.



Pôle Box Megève : location de box de rangement, de salles de réunion et d'espace de co-working, des services divers (hébergement de statut / restauration possible sur place, à venir salle de fitness...).

Partage d'ateliers de production

- Au fil de Flo : artisanat d'art
- Yann hirlimann : artisan alimentaire

Partage d'Espace de vente

- La table d'Hôtes Savoie : vente de farcement (alimentaire)
- Au fil de Flo
- Boulangerie
- Services de conciergerie TOBO

Autre proposition pour des ateliers de fabrication / vente :

- utiliser le presbytère pour accueillir des artisans d'art et un lieu culturel, en lien avec le jardin Samivel (parcours culture / savoir-faire).
- utiliser le local « edf » à la gorge pour des artisans, artisans d'art.

Espace de coworking (échanges avec TOBO François-Xavier) : avoir un espace comme celui créé à Megève (Quartier du Moulin Neuf). Les attentes : des bureaux cloisonnés à espaces variables, de grands espaces communs, des micro-espaces de réunions (avec cloisons pour étouffer le bruit), pourquoi pas des ateliers pour les artisans (dont stockage), des services mutualisés (secrétariat, etc.).

Cet espace pourrait aussi accueillir des stat-up autour des thématiques de l'environnement, en lien avec la réserve naturelle, la mobilité durable, etc.

Budget maxi 500-700 € mensuel (à la location)

Partie 4 : vision des Contamines

Priorités d'actions pour une vie à l'année



Commerces, services, équipements, activités :

- Des commerces ouverts à l'année, aux habitants (4 citations), à minima un bar/brasserie ouvert à l'année, élargir les dates d'ouverture des activités sur le printemps et l'automne, parc de loisirs ouvert plus tôt, extension de l'ouverture des remontées mécaniques sur le week-end en juin et septembre. Commerces plus accessibles (prix). Couvrir la patinoire.
- Revalorisation du pastoralisme (2).
- Installer un centre d'enseignement de l'hôtellerie, de l'art, de la culture par exemple, ou du vivre à la Montagne, maison du tour du Mont Blanc. Un centre historique sur l'histoire de la montagne, développement du village et de ses métiers.
- Proposition touristique sur les périodes creuses. Développer des activités autres que touristiques
- Développement économique annuel au travers du tourisme, et surtout l'accompagnement des entreprises, artisanat, commerce, PMI et PME ».
- Un incubateur de projets écologiques et durables répliquables en zone de montagne: cf. le projet de jardins potagers déjà en cours, des start up dans la construction écologique, un centre de formation pour les gardes forestiers de réserves naturelles (modèle de la montagne du futur proche, qui vivra de moins en moins de ski...).
- Accueil de séminaires d'entreprises, des espaces de coworking sponsorisés par des industriels locaux.
- Des lieux de rencontres et d'informations ainsi que de partages. Un espace de jeux pour les enfants proche de la place du village.

Animation : évènements pour les locaux hors saison, animations, festivals et autres rencontres aux périodes creuses (3 citations), ne pas oublier le hameau du Lay.

Aménagement :

- Aménagement du centre village et stationnements (3) - **Déviatio citée 1 fois.**
- Une place ou esplanade. Planter des arbres, juste pour flâner sans consommer. Un espace public du centre village plus attrayant, moderne, chaleureux.
- Parking souterrain avec stationnements à l'année (2) + 1 place pour les évènements et animations.
- Regroupement des services publics : mairie OT, école de ski, bureau des guides, maison des associations, pole médical.
- Centre semi-piéton - Route à sens unique - Interdire les 4X4.
- Une politique immobilière qui permet aux jeunes de s'installer avec un coût raisonnable (citée 6 fois).
- Relier les polarités : centre-village - hameau du Lay Centre village jusqu'à skiset.

Mobilité

- Ouvrir une piste cyclable jusqu'au col de Joly - VTT jusqu'aux vacances de la Toussaint - Développer le réseau de transport en commun.

Diversifier l'économie : sortir du tout ski, tout tourisme

Développer la montagne de demain, moins dépendante au ski

Vie à l'année = activités, commerces à l'année pour les locaux

Un tourisme plus étalé sur l'année = élargir l'amplitude d'ouverture des commerces et équipements

Conserver le côté authentique : développer des projets écoresponsables et l'histoire des lieux

Apaiser le village, moins de circulation via une déviation / stationnement / sens unique

Développer la mobilité douce

Avoir une vraie place de village

Partie 4 : vision des Contamines

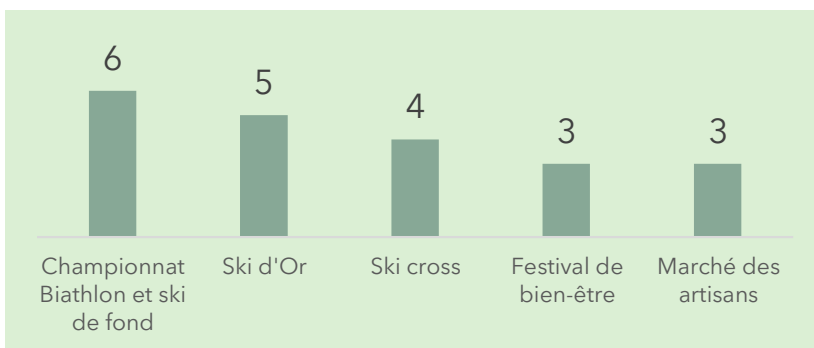
Les activités et commerces manquants



Commerces, services, équipements, activités :

- Hôtel haut de gamme, 4 *
- Bar / brasserie ouvert à l'année
- Un bar restaurant accueillant pour tous les âges avec des produits locaux, frais, bio et des prix non touristiques, des coussins, tables confortables, comme à Saint Gervais
- Un emplacement street food
- Commerce de bouche : boucherie, primeur, poissonnerie et produits de la mer
- Halle ouverte pour le marché hebdomadaire
- Piscine publique
- Hamman, spa, centre de soins
- Activités indoor ouvertes à l'année : mur d'escalade, salle de jeux, etc.
- Services à la personne

Les évènements qui drainent le plus de flux et boostent l'activité



Des attentes en commerces de bouche, hôtellerie plus haut-gamme, des activités indoor et de soins à la personne.

Autres évènements cités 1 seule fois :

Combat des Reines, marché de Noël, Ultra Trail du Mont Blanc, Rhino Championship de l'Armée britannique, la Ruée des Fadas, Tournoi international de curling, Fête au village.

Partie 4 : vision des Contamines

Autres remarques libres



- Prendre en compte les artisans d'art.
- Manque de stationnement et parking à l'année au centre-village.
- L'entretien des chemins, des forêts, des espaces naturels.
- Aux abords du village, manque d'entretien et d'esthétisme.
- Du logement pour les grosses compétitions internationales (manque du logement 3-4 étoiles).
- Faire évoluer les transports en commun avec des solutions 100% électriques.
- Proposer Les Contamines-Montjoie comme terrain grandeur nature pour des écoles ou startup qui évoluent dans un univers compatible avec le village : faune, flore, climat, environnement, sport, tourisme, etc.
- Que le village reste un village authentique, avec une vie et une typicité mais surtout pas un club de vacances avec un tourisme de masse.
- Lier le hameau du Lay au centre, rien n'est fait pour ce hameau à fort potentiel, tout est concentré au village (familles encrées depuis des générations). Les clients du Lay pensent que c'est le centre-village ! Aménager le sentier le long de la rivière.
- Considérer une harmonie du village et pas seulement du centre.
- Mieux communiquer auprès des commerçants, artisans.
- Dynamiser l'été autant que l'hiver autour du sport : étape championnat VTT, salle escalade, etc.

Demande sur l'aménagement, l'entretien, la liaison entre les polarités (équilibre et harmonie) et la préservation de l'authenticité du village

Entretiens avec les acteurs clés



Les acteurs clés



Echanges avec des acteurs incontournables des Contamines, représentant des acteurs de la Montagne, du ski, du tourisme, des résidents secondaires, des vacanciers et habitants.



Office de tourisme



Les remontées mécaniques

ASSOCIATION DES MEUBLÉS
DES CONTAMINES-MONTJOIE

**L'association des propriétaires
de meublés**



Les amis des Contamines

**AACS Association Culturelle et
Sociale**

L'office de tourisme



Projet urbain : avoir un même lieu qui permettrait de regrouper toutes les structures de l'offre touristique : OT, Ski club, Esf, Guides, et Mairie. L'objectif étant **un lieu qui offre une visibilité et une accessibilité tous publics** (PMR), avec une logique de circulation pour gérer les flux piétons et voitures. A ce jour, la visibilité de l'école de ski est mauvaise. Autour de cet emplacement, penser à la « ceinture » de livraison. Au sein du bâtiment, l'idéal serait un aménagement qui facilite la circulation des personnes et l'optimisation des espaces : logique de circulation à plat, sans corridor, sans espaces perdus (données remontées au CAUE par l'OT).

Les commerces alimentaires sont bien positionnés, à proximité de ce cœur urbain. Idem pour la pharmacie, autre activité importante. Le cabinet médical ne devrait pas être déplacé en sein de ce nouveau projet urbain. Il est bien visible et son emplacement limite le flux dans le centre-ville. A améliorer côté commerces : la plage horaires. L'emplacement du marché actuel (le mardi matin) enserre les bâtiments publics et masque la visibilité des acteurs.

Espaces de co-working : sans crise sanitaire, ce serait une très bonne idée. Mais avec la crise, les espaces ne pourraient pas être proposés. L'OT propose des boîtes de location pour avoir accès à Internet. Les personnes (généralement des propriétaires ou leur famille) s'installent à domicile pour télétravailler.

Projet de SPA : l'emplacement ne serait pas idéal pour cette activité. D'autres lieux pourraient convenir, plutôt vers l'espace nordique (exemple, un SPA avec toit à ciel ouvert).

Stationnement : il est suffisant, nécessité de bien déneiger le parking situé à proximité qui offre de nombreuses places (environ 80).

Circulation : la vitesse a été réduite dans le centre grâce à la mise en place de chicanes. Les visiteurs peuvent rejoindre les remontées directement par Le Plan du Moulin en évitant le centre (exemple de la « clientèle suisse opportuniste jour »).

Mobilités : bonnes prestations pour le « tout vélo ». Ce qui manque sur la commune et plus largement sur le territoire c'est un maillage de bornes électriques notamment des grosses bornes de type Tesla (stations Superchargeurs). Ces stations doivent être visibles, bien positionnées, faciles d'accès, bien entretenues. Pour développer l'itinérance à vélo : bornes solaires. Bonne desserte autobus en hiver et été. Manque des lignes ferroviaires depuis les métropoles. Exemple, compliqué de faire Grenoble-Les Contamines.

Les activités vs la clientèle des Contamines : la clientèle des Contamines recherche du ski dans de bonnes conditions (pas d'usine à ski). Plutôt des CSP +, clientèle familiale, recherche des activités de village. Hiver : cascade de glace, ski de fond, biathlon, marche nordique, chien de traîneaux, patinoire (notamment cette année sans possibilité de faire du ski alpin). En été : trail, rando, escalade. Atout du parc de loisirs pseudo naturel. Clientèle britannique et Belge (sauf cette année).

Bonne adaptation des activités de restauration et hôtelière : click and collect, aménagement des chambres pour restaurant sur place, etc.

Pour le projet urbain :

Regrouper et donner de la visibilité à toutes les structures à destination des touristes : OT, ski club, Esf, guides, et une mairie plus accessible tous publics.

Pour le territoire :

Mailler le territoire de superchargeurs électriques pour voitures hybrides/électriques et de bornes solaires pour favoriser l'itinérance vélo.

A noter : bonne diversité des activités : ce qui a permis de maintenir un dynamisme touristique malgré la crise sanitaire.

Les Amis des Contamines



Projet de centre-village : transformer le cœur du village qui est aujourd'hui un lieu de passage et d'achats du quotidien en un lieu de vie et de rencontre, créer une vraie place de village, un lieu de rassemblement, d'échanges et de fête pour tous publics et toutes générations.

Les activités et services plébiscités au centre :

- Une nouvelle **blanchisserie** (sachant que la dernière est en vente depuis 2 ans) et que le service est très demandé par les loueurs et résidents secondaires.
- Un **bistro-terrasse animé** moyen de gamme (avec de la musique voire une piste de dance pour attirer les jeunes).
- Une autre **conciergerie** (avec prix abordables, envisagé une DSP).
- Un **hôtel 4 ou 5 étoiles** (avec un service de conciergerie ouvert à l'ensemble de la population) : les avis sont partagés car cela répondrait aux besoins d'une clientèle à fort pouvoir d'achat mais il ne faut pas que le luxe se développe (comme à Megève). Les Contamines, par sa simplicité, attire des familles plus « populaires ». Cet hôtel pourrait être construit en dehors du projet centre (vers Le Loyer par exemple).
- Une **médiathèque** (bibliothèque actuelle trop excentrée) qui répondrait à une vraie demande des familles, avec des animations pour les enfants, des ateliers, des expositions culturelles, une salle de projection cinématographique, etc. Ce lieu permettrait également de créer du lien entre les différentes catégories de populations.
- Un espace de coworking (associée à la médiathèque) afin de créer une continuité entre loisirs et travail (avec toutes facilités en équipements bureautiques).

Circulation et stationnement : créer un parking de délestage avant l'entrée du Village (incitation à laisser sa voiture à l'extérieur avec réduction sur le prix des forfaits par exemple), envisager le contournement du centre par le Plan du Moulin, dévier la circulation de la future place de village pour permettre aux piétons de se l'approprier et de pouvoir flâner. Créer un parking à étage dans le projet centre.

Les chicanes de ralentissement mises en place depuis 1 an ont été bien perçues mais mériteraient un vrai aménagement. Nécessité de faire place à la mobilité douce en élargissant les trottoirs. Faire en sorte que les terrasses de café puissent s'étendre. Augmenter la fréquence des navettes sur l'année et faire plus de gratuité. Poursuivre l'aménagement d'une mobilité douce jusqu'à ND de La Gorge (centre de biathlon).

Environnement : baisser la pollution lumineuse nocturne (diminuer le nombre de lampadaires, leur durée d'éclairage et favoriser les éclairages vers le bas). Cela permettrait aux touristes de profiter des nuits étoilées et limiterait l'impact sur la faune (station classée site Natura 2000).

Autres remarques :

Améliorer la descente à la patinoire (gelée en hiver).
Mieux relier les hameaux du Lay et des Loyers au Centre.
Ranimer les commerces de l'immeuble « Le Savoy », en perte de vitesse.

Pour le projet urbain : créer un lieu de vie populaire en apportant des activités clés (bistrot-terrasse, espace de coworking et médiathèque, conciergerie notamment).

Pour le village : apaiser la circulation et réduire l'espace motorisé au profit de la mobilité douce dans la traversée du village.

Créer une continuité entre les hameaux en développant la mobilité douce.
Préserver les points de vue, les espaces ouverts, l'environnement.

L'association des propriétaires de meublés



L'association représente les intérêts de 170 adhérents, 200 meublés. Les locataires de meublés ont perdu entre 50 et 60 % du volume de location annuel. Les familles avec adolescents ont déserté Les Contamines (pas de ski). Les familles avec des enfants plus jeunes continuent de fréquenter la station en se reportant vers d'autres activités. Le ski reste le moteur de la station.

Les activités / commerces manquants sur la commune :

- **Une blanchisserie / laverie** : actuellement, la laverie automatique n'est pas suffisante.
- **Manque une 2^{ème} conciergerie**. La conciergerie du Lay est saturée. Ils proposent des multi-services (ont un contrat avec la blanchisserie de Megève). Fait de la location de linge, grand nettoyage inter-saison, remise de clés, représentation aux assemblées générales, etc.). Ceux qui reprendrait la blanchisserie pourraient étendre leurs services.
- Manque **un bar-bistrot ouvert à l'année**
- Manque d'une esthéticienne mais projet MGM avec un espace bien-être ouvert à tous (les travaux ont débuté).
- L'ancienne boucherie a été arrêtée environ il y a 6 ans. Les clients se sont reportés vers le SPAR qui propose un rayon boucherie de bonne qualité. Ne savent pas exactement d'où vient la viande (pas locale). Idem pour le rayon du fromage à la coupe. Lorsque le SPAR est fermé, SHERPA prend le relai avec une offre de viande sous vide. A défaut, les clients achètent dans la vallée et congèlent. Pour les légumes frais, il est préférable d'aller chez Carrefour. Cela nécessite de faire plusieurs magasins.
- **Il manque un hôtel**, mais l'emplacement n'est pas au centre-village

Aménagement de la place :

- Avoir une vraie place pour accueillir des groupes de musiques, acrobates, etc.
- Ne pas faire de hauts immeubles, ne pas gêner la vue sur le Mont Joly.
- La salle de réserve naturelle pourrait déménager dans un espace plus grand, afin de développer plus d'activités. La Mairie pourrait s'installer dans leurs locaux. Offrir plus de place et de visibilité aux ski et guides.
- Pas d'activité type hôtel ou résidence de tourisme sur cette place (lieux fermés une grande partie de l'année).
- Avoir un salon de thé sur cette place, avec une terrasse. Eventuellement un restaurant (manque pour les jeunes). Il faut que ce soit vivant.

Autres points d'aménagements, circulation, stationnement :

- Faciliter une meilleure déambulation des piétons. Manque de trottoirs. Attention à la restauration qui empiète sur les trottoirs. La déviation peut être pertinente en saison.

Pour le projet urbain :

Projeter une vraie place de village, vivante, avec des activités ouvertes à l'année.

Pour le village :

Comblent les activités qui manquent, notamment blanchisserie/conciergerie et offrir une meilleure circulation des piétons.

SECMH (remontées mécaniques)



Les remontées mécaniques emploient 150 personnes (190 avec les restaurants d'altitude) en pleine saison, dont 90% sont des locaux. Elles sont ouvertes en général du 1^{er} jour des vacances de Noël jusqu'au 20 avril environ + quelques WE en décembre selon l'enneigement.

Activités sur la place à aménager :

- Avoir une « maison de la Montagne », qui pourrait regrouper la réserve naturelle, les acteurs du ski, l'OT, l'ESF, etc. Ce lieu pourrait aller jusqu'à proposer la vente de forfaits (bien que cela soit de plus en plus réalisé par Internet).
- Un bar-restaurant qui fasse de l'auto-animation, ouvert à l'année.
- Pour les autres activités commerciales : difficiles à dire
- Espace de coworking : cela peut être intéressant, à condition d'avoir un espace modulable et évolutif, par exemple, proposer une salle multi-fonction.
- Nécessité de réhabiliter la Mairie
- Hôtel : peut-être intéressant au village, contrairement à une résidence touristique, car ce sont des clients qui profitent de l'activité du village. Mais l'hôtel au pied des remontées est également bien approprié.
- Déplacement de la bibliothèque au centre-village : cela peut-être plus facile pour les vacanciers qu'elle soit située au centre-village mais sa proximité actuelle avec l'école est également un atout (évite le déplacement des élèves).

Aménagement de la place et du village :

- Ne pas supprimer des places de stationnement. L'idéal serait un parking souterrain
- Déviation, à réfléchir (partie de l'année ?) : aller vers une plus grande piétonnisation, d'autant plus que les Contamines n'est pas un village traversé. Développer la mobilité douce.
- Attention à ne pas aller sur des bâtiments trop hauts sur la place du village.
- Travailler sur des projets capables d'évoluer.

Pour le projet urbain :

Concevoir une « Maison de la Montagne » qui regrouperait différents acteurs

Pour le village :

Maintenir le stationnement, réfléchir à plus de mobilité douce.

Le Ski Club des Contamines



Le Ski Club s'adresse aux enfants du village avec 4 sections d'activités : ski alpin, ski nordique, biathlon, saut à ski. 100 enfants au club (dont 60% en alpin et 40% en nordique), 2 membres en équipe de France. 1 salarié administratif, 6,5 moniteurs détachés (2 en alpin, 2 en nordique, 1 en biathlon, 1,5 en saut à ski). Budget annuel de 200 000 €.

Projet de centre-village : souhait que soit regroupé dans un même espace l'ensemble des acteurs touristiques de la commune (OT, ESF, Ski Club, bureau des guides). Ce regroupement pourrait permettre de mutualiser le personnel. Une vitrine commune pour la vente des produits dérivés serait également un plus.

➤ Le Ski Club a besoin d'un **bureau administratif** (environ 20 m²) avec une banque d'accueil et un bureau de travail.

+ 1 **local technique de 50 m²** minimum si possible au pied des pistes (TC de la Gorge évoqué) ou sous l'Ecole mais dans un espace plus grand. Le centre-village n'est pas idéal. Ce nouveau local technique permettrait d'avoir un espace de stockage pour le matériel, des WC, un vestiaire et un espace vidéo pour visionner les entraînements. Hotte indispensable. 2 accès idéalement et 2 places de stationnement.

Une **salle de musculation** (+ SPA) pourrait être envisagée et partagée avec les autres associations sportives de la commune (avec des créneaux de pratique). Elle pourrait être ouverte au public pour financer une partie du coût de fonctionnement.

Les autres activités et services plébiscitées au centre :

- Un vrai **salon de thé**.
- Un **bistro-terrasse animé** moyen de gamme.
- Un **hôtel 4 ou 5 étoiles** n'est pas souhaité car cela ne correspond pas à la clientèle familiale de la station. Il faudrait plutôt envisager une structure d'hébergement mixant résidence hôtelière, chambres d'hôtels, dortoir pour répondre à tous types de clientèles (cf le PlanB à Chamonix - mix d'hébergements avec spa, salle de jeux).
- La bibliothèque est pratique vers l'Ecole et de taille suffisante pour la commune.
- Une salle de jeux pour les adolescents avec babyfoot etc. Ne pas trop l'isoler du centre..

Circulation et stationnement : créer un parking en souterrain à côté de la Mairie avec un toit terrasse (comme à Saint-Gervais), des arbres, une place vide.

Pour le projet urbain : créer un lieu de vie dédié avant tout aux Contaminards.

Regrouper les acteurs du tourisme et du ski au sein d'un même espace.

Association d'Actions Culturelles et Sociales



L'AACS était à la base une association religieuse qui a évolué vers la gestion de patrimoine. L'AACS gère la SARL qui détient quelques appartements et surtout 2 maisons familiales : La Cité Montjoie (au CV) avec 95 lits et 30 chambres et L'Avenière (vers ND de La Gorge) avec 160 lits et 90 chambres. Les 2 maisons familiales ont fait l'objet de travaux de mise aux normes pour continuer à accueillir les classes de neige et les classes vertes (agrément Education Nationale). La clientèle est nationale. La SARL emploie 1 salarié à l'année et des saisonniers. Aujourd'hui, la structure ne satisfait plus la demande dont les besoins ont évolué et une réflexion est en cours pour la faire évoluer vers plus de flexibilité (repas, pension complète plus obligatoires, nuitées pour les randonneurs etc.). Une promotion des 2 hébergements est également envisagée avec l'OT.

Projet de centre-village : **créer un lieu de vie, d'échanges, de rassemblements pour tous publics** (l'Espace d'Animations est trop excentré vers l'Ecole).

Les activités et services plébiscités au centre :

- Un **lieu unique d'accueil touristique**.
- Une **brasserie**.
- Des **activités indoor** pour les enfants et adolescents (difficile de les occuper en cas de mauvais temps). Espace ludique, balnéo ?
- Avis partagé pour la résidence de tourisme : certains touristes recherchent le calme et d'autres la proximité des commerces et l'animation du village. Ne pas la mettre au Lay. L'emplacement idéal serait au-dessus du cimetière.
- Pas favorable à un hôtel 4 ou 5 étoiles dont la clientèle a besoin de commerces et d'équipements haut de gamme qu'elle ne trouvera pas aux Contamines. Tout doit suivre quand on attire une clientèle haut de gamme. La clientèle de la station est familiale, si les prix dans les commerces augmentent, les gens ne pourront plus y vivre.
- Un **espace de coworking (ou d'animations)** modulable pour la clientèle touristique, les résidents secondaires et les habitants. Il permettrait de faire du lien entre générations et entre les types de populations.

Circulation et stationnement : Les chicanes de ralentissement fonctionnent bien. Mais il faut donner plus de place aux piétons en saison pour leur donner envie de flâner dans le centre > passer la voie en sens unique, élargir les trottoirs et reprendre la déviation mise en place l'été. Construire un parking souterrain sur la place car il manque des stationnements en saison et les jours de marché. Inciter les salariés à laisser leur voiture plus loin pour laisser la place aux touristes. Un parking extérieur est illusoire, les touristes sont toujours chargés de courses, d'équipements, avec des enfants et ont besoin d'accéder au CV en voiture, surtout quand il y a beaucoup de neige.

Autres remarques :

Doubler le parking vers l'Ecole avec un parking souterrain + aérien.

Pour le projet urbain : créer un lieu unique d'accueil touristique.

+ un lieu de vie, de rassemblement inter-génération et mixant les populations (espace d'animation / coworking).

Donner plus de place aux flux piétons et augmenter le stationnement.

Synthèse des principaux points à retenir



Aménagement de la Place du village



- **Regrouper les structures et activités destinées à la clientèle touristique** (OT, ESF, Ecole de Ski, bureau des guides, Réserve naturelle) au sein d'un même espace pour leur donner de la visibilité. Les regrouper éventuellement avec la mairie + service postal. Faire une « Maison de la Montagne ».
Décloisonner / mutualiser : avoir des espaces ouverts entre les activités type comptoirs (OT, pas de « couloirs / bureaux »). Mutualiser les locaux, du personnel, voire une « vitrine » communes des produits publicitaires.
- **Créer un lieu de vie agréable, populaire, un lieu de rencontres avec des activités clés pour animer cette place** : bar/restaurant, bistro-terrasse animé, salon de thé, ouvert à l'année, animations musicales, mobilier urbain, végétation
- Créer un **espace culturel** type médiathèque pour tout type d'usagers / de générations (projections ciné, expositions, animations pour les familles etc.).
- Créer un **espace de coworking** modulable, flexible, multi-usages.
- **Pas de hauts immeubles** : garder la vue, l'espace ouvert.
- Pas de résidence de tourisme. Débat sur l'hôtel.
- Créer un **parking souterrain**.

Activités plébiscitées sur la commune



- **Une laverie / blanchisserie.**
- **Une 2^{ème} conciergerie.**
- **Un hôtel haut de gamme fait débat** tant sur le type d'hôtel (nombre d'étoiles) que sur sa localisation, Si haut de gamme, nécessité d'offrir des prestations répondant aux attentes de cette clientèle (alors que la commune attire plutôt une clientèle familiale - classes moyennes) + répercussion sur la hausse des prix dans les commerces.
- **Une Boucherie ?** : compensée par le SPAR
- **Un espace « jeunesse »** : consensus pour des activités indoor pour les jeunes et enfants mais débat sur le fait de délocaliser la bibliothèque. Aller vers une médiathèque ? Débat sur l'emplacement (lien avec l'espace jeux « patinoire » ou lien avec la Réserve naturelle sur la place ?)
- Une **salle de musculation** (+ spa) partagée entre les associations sportives, ouvertes également au public sur certains créneaux payants.
- Un espace de manifestations culturelles au jardin Samivel.

Environnement, Aménagements



- **Baisser la pollution lumineuse** (admirer le ciel étoilé), économie d'énergies
- Préserver les points de vue, les espaces ouverts, l'environnement.
- Améliorer la descente à la patinoire (gelée en hiver).
- **Mieux relier les hameaux** du Lay et des Loyers au Centre.
- Aménager une passerelle entre la rive gauche et la rive droite (pour relier le hameau du Nivorin).
- Créer une continuité entre les hameaux en travaillant sur la mobilité douce.
- Créer une piste de luge d'été (au dessus du Novorin), une tyrolienne.

Circulation, mobilité, stationnement

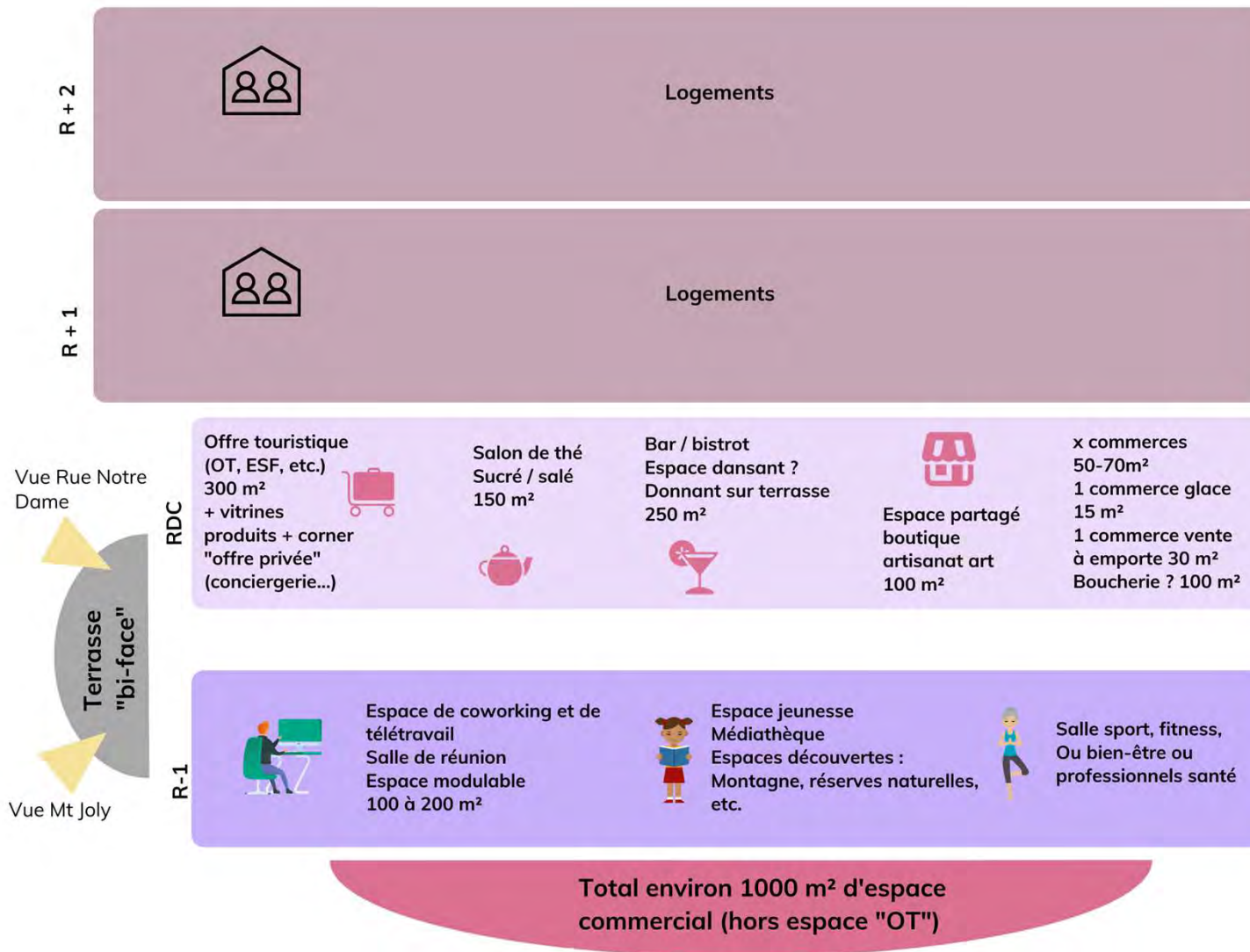


- **Apaiser la circulation, donner plus de place aux piétons, élargir les trottoirs** (propice à la flânerie, la détente).
- **Une déviation au centre fait débat.** Mais consensus sur le fait d'alléger la circulation.
- Idée d'un **délestage des véhicules en amont** (parking relais en entrée de village). Pas convainquant pour tous car pas pratique pour les touristes (enfants, valises, ski etc.).
- **Maillage en bornes électriques** ultra-rapides pour véhicules (avec une implantation pratique et sécurisée).
- Travailler la **mobilité douce**, mise en place de bornes solaires pour vélos électriques.
- **Maintenir la limitation de vitesse** (chicane) mais avec un aménagement plus qualitatif.
- Ne pas condamner du stationnement, si possible en rajouter.
- Développer les lignes ferroviaires depuis les métropoles.

Synthèse, préconisations



Opportunités d'activités commerciales, artisanales et de services dans le futur projet centre



Autres activités à potentiel à l'échelle de la commune :

Hôtel plus haut de gamme

Oui, mais attention à rester dans un concept services ++ et esprit village. La place du village est-elle la plus adaptée ? Débat
Avis des consulaires : l'hôtel peut être situé hors de la place, dans le village, afin de privilégier sur la place des activités qui apportent de l'animation à l'année.

Spa, espace bien-être

Oui mais pas forcément sur la place sauf s'il s'agit d'une activité artisanale d'esthétique. Le SPA et ou un espace bien-être plus conséquent, s'adressant à une clientèle touristique, devrait se situer dans un cadre plus adapté favorisant la détente, etc.

Boite de nuit

Concept vieillissant, réfléchir au concept et à la cible (jeunes, personnes + âgées). Attention aux nuisances sonores. Pas adaptée près des habitations.

Boucherie

A étudier, selon porteur de projet. Intégrer un élargissement de la gamme : produits traiteurs, vente à emporter, plats préparés à base de viande voire de poissons.
Attention à la mise en place de nouvelles habitudes de consommation (rayon SPAR, Maison des producteurs de Fabrice Boidard ?, etc.).

Blanchisserie

Oui, très attendue, pas forcément adaptée sur la place (logistique, animation).