



# Aménagement du centre-village

8 Juillet 2021



LES **CONTAMINES**  
MONTJOIE

# Sommaire

Données de cadrage	Page 5
Enquête Usagers	Page 12
Enquête Professionnels	Page 26
Avis des acteurs clés	Page 34
Synthèse, préconisations	Page 40

# 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 le CAUE

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

- Quelles activités économiques pour le site à aménager ?
- Plus largement, quelles activités sont à développer aux Contamines, en fonction des attentes des usagers de la communes pour maintenir un dynamisme économique et une vie à l'année ?

# Méthodologie

Lancement de l'étude  
en janvier 2021

Echanges avec les  
professionnels mars  
et avril



## 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

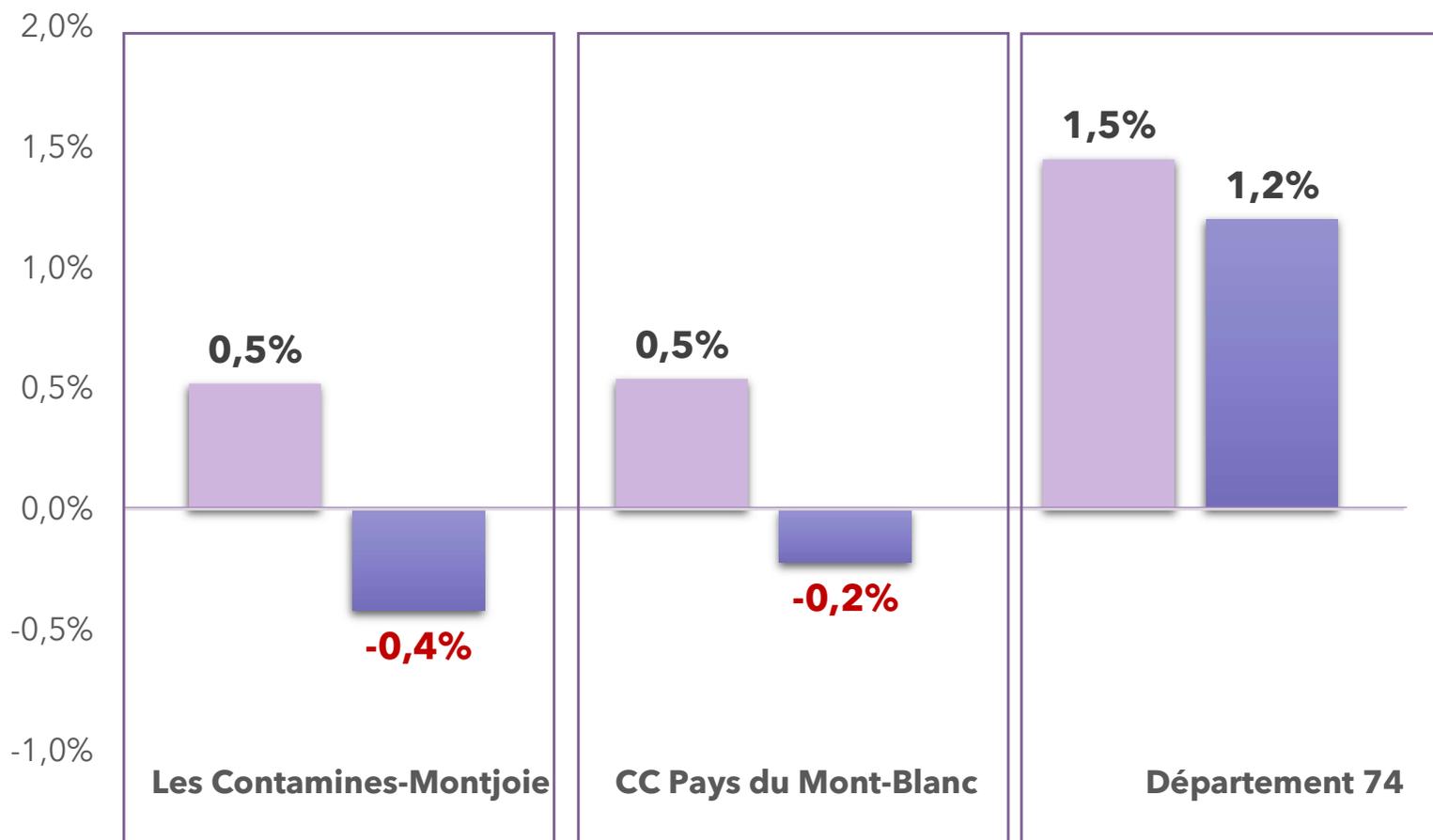
# Données de cadrage

Socio-  
démographiques





## Taux de croissance annuel moyen



■ 2000-2010 ■ 2010-2019

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

En 2017, la population des Contamines est de 1167 habitants (Insee).

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

→ 32 % pour les Contamines contre 22 % pour la Haute-Savoie

# Solde migratoire



Sur les Contamines, 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

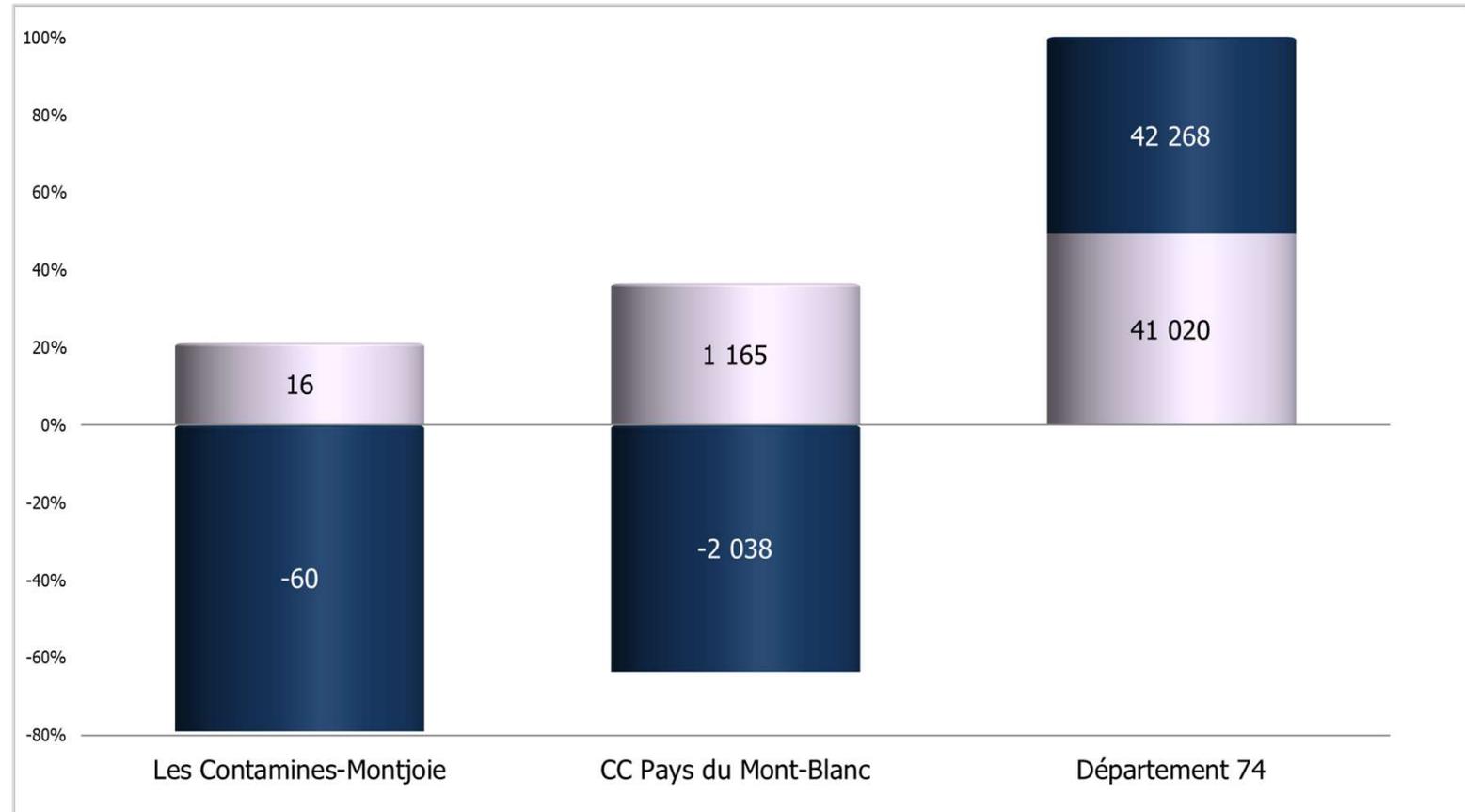


Solde naturel



Solde migratoire

Entre 2010 - 2018



# Actifs et emplois



**Le taux de chômage est bas : 3 %**

**Revenu médian plus bas que la moyenne du département :**

→ **23 520 €** (26 600 € pour le département)

**600**

Actifs

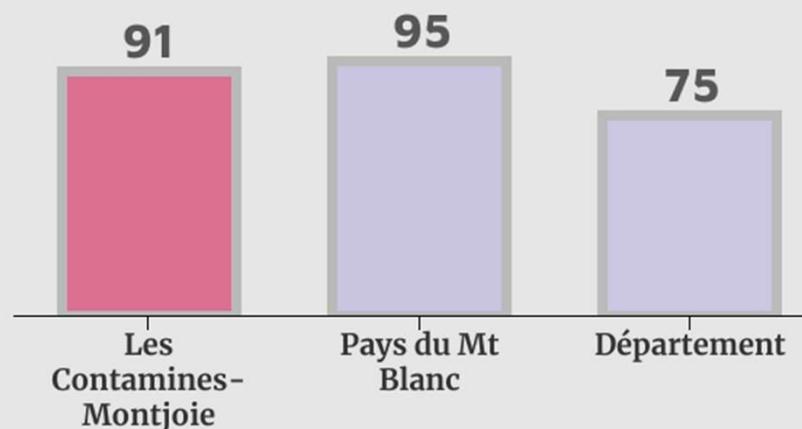


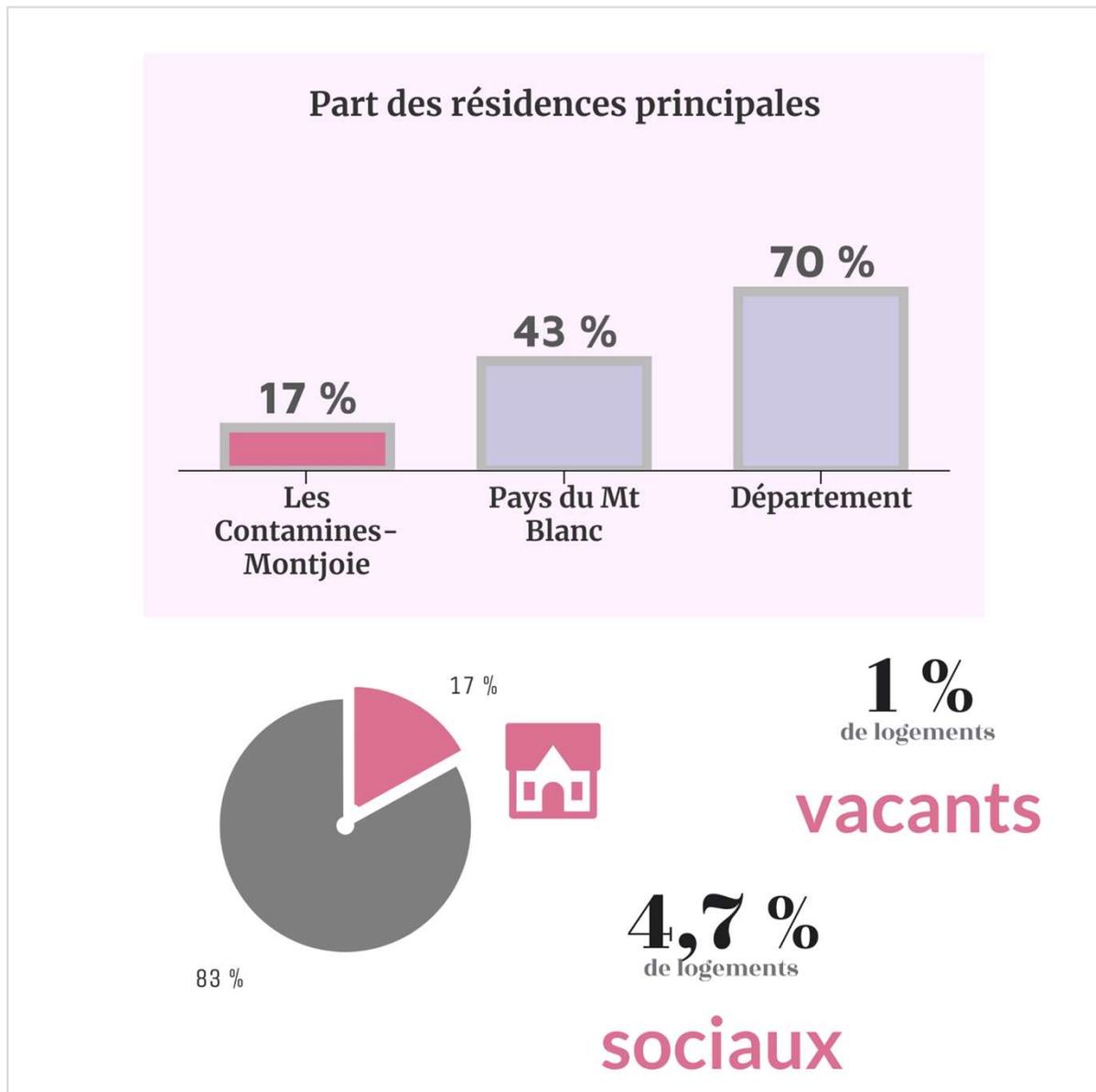
**6 sur 10**  
travaillent  
sur la  
commune

**1 sur 3**

est  
indépendant

Indicateur de concentration d'emplois





**Les prix des appartements** autres territoires de comparaison

**Le prix des Maisons aux Contamines** 10% plus élevés que sur la Haute-Savoie mais en dessous des prix constatés sur le Pays du Mont-blanc

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

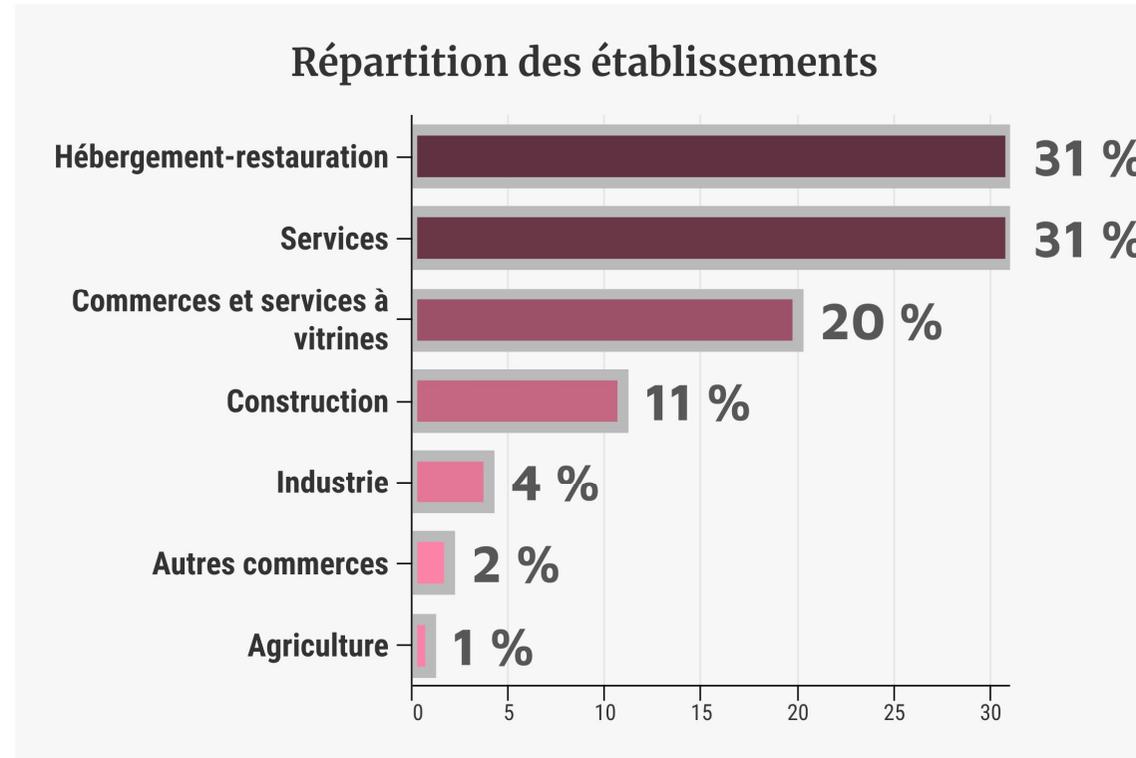
# Tissu économique



**177 établissements,  
+17% en 10 ans**

Recul du poids des secteurs des commerces et de la Construction au profit du secteur des services :

**est passé de 29 à 55 établissements en 10 ans**



Tissu d'entreprises avec des dirigeants en phase de transmission

**40 %**  
des dirigeants  
**+ 55 ans**





## Focus secteur Hébergement et restauration

- hausse de la restauration rapide
- maintien de la restauration traditionnelle
- recul de l'activité hôtelière (stagnation des autres formes d'hébergements)

## Focus secteur Services

- hausse des activités liées à l'immobilier locatif
- hausse des activités de services de nettoyage
- hausse des activités de services aux entreprises (conseil, ingénierie, informatique)

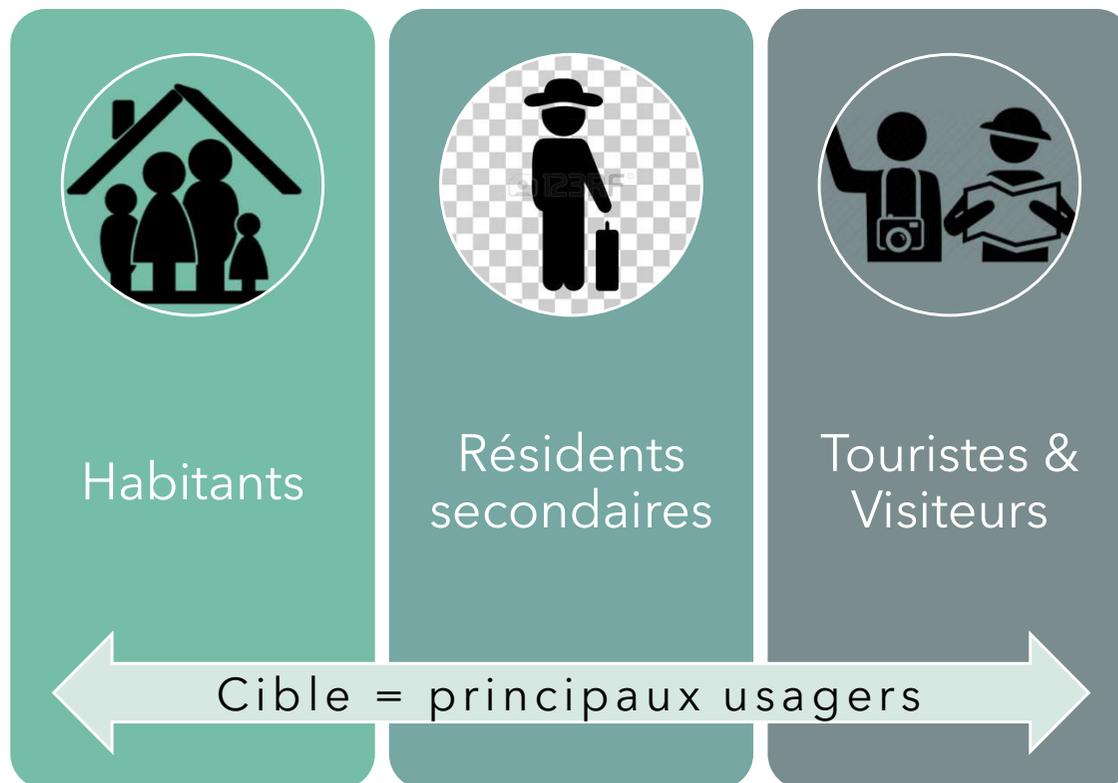
## Focus secteur Construction

Perte de 4 établissements, des métiers en voie de disparition comme les menuisiers, scieurs

# Enquête 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.

# Profil des répondants



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%)	/

## 602 questionnaires analysés

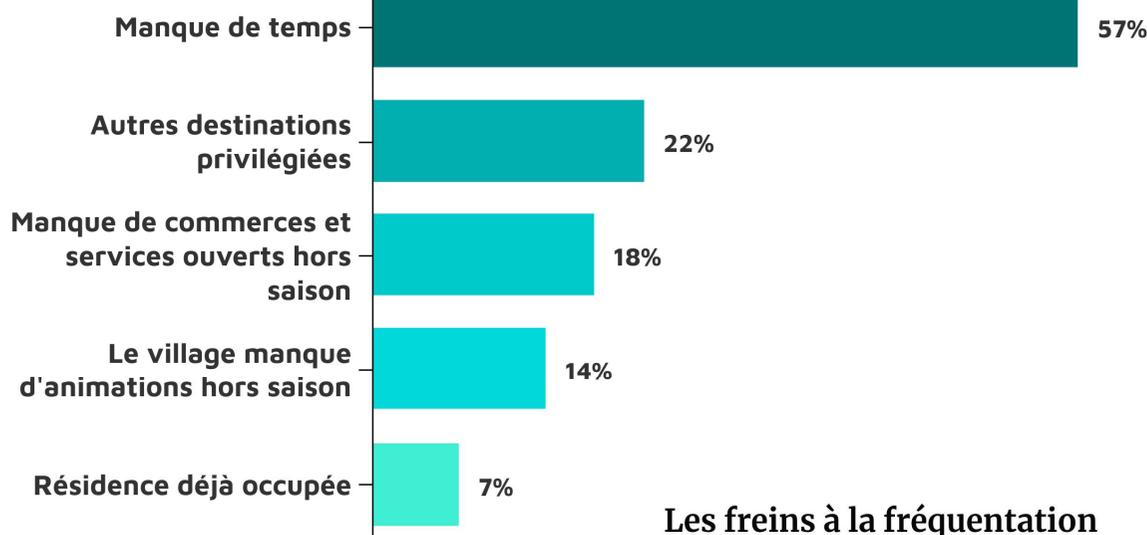
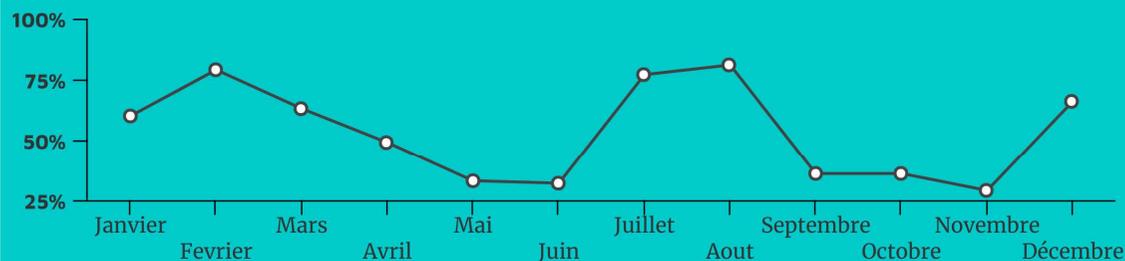
- **60% des répondants sont des résidents secondaires.**
- Peu de touristes du fait de la crise sanitaire.
- 11% des résidents secondaires sont étrangers (Suisse et Belges notamment).
- 2/3 des habitants et résidents secondaires sont installés de longue date aux Contamines.

# Fréquentation par les résidents secondaires



**72%** des résidents secondaires viennent quelques fois dans l'année

## Périodes de l'année fréquentées



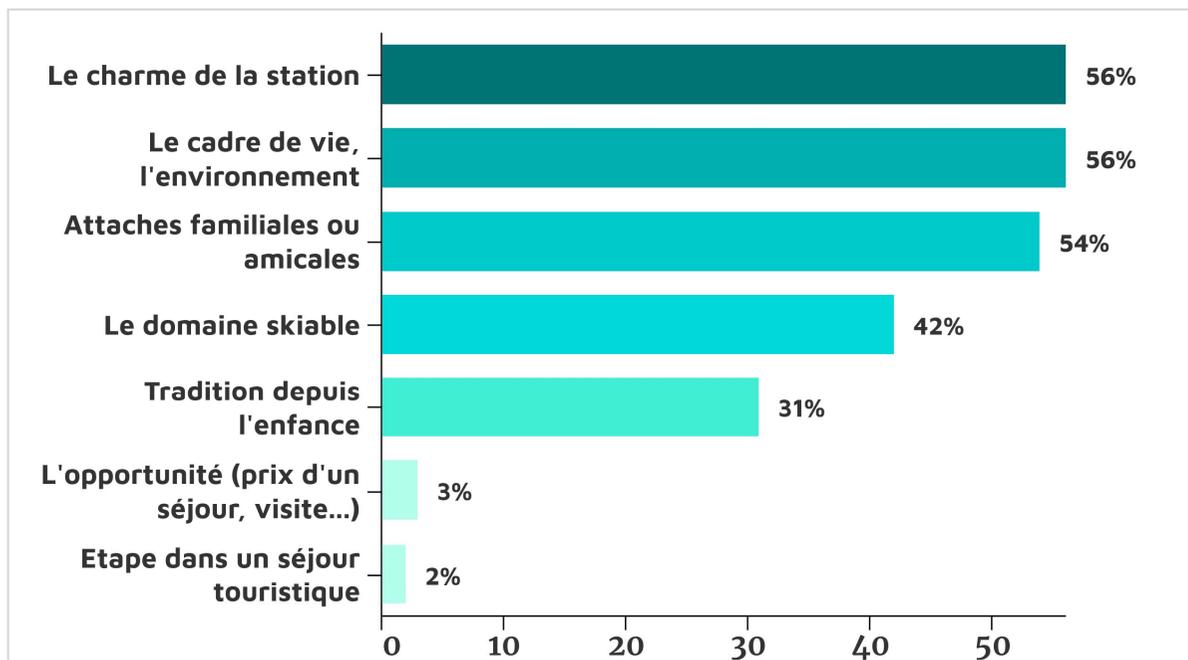
## Une saisonnalité marquée

- Au global, **73% des résidences sont occupées moins de 4 mois par an**. 10% le sont plus de 7 mois par an.
- 1 résident secondaire sur 4 dit venir plus régulièrement = entre 1 et 3 fois par mois.

# Fréquentation par les touristes et perception

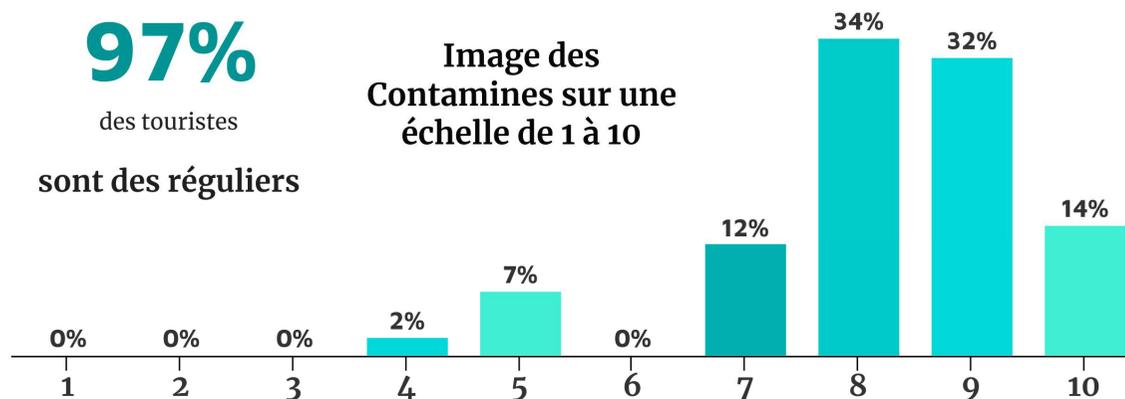


## Ce qu'ils aiment le plus aux Contamines



**97%**  
des touristes  
sont des réguliers

## Image des Contamines sur une échelle de 1 à 10



## Une clientèle d'habitues

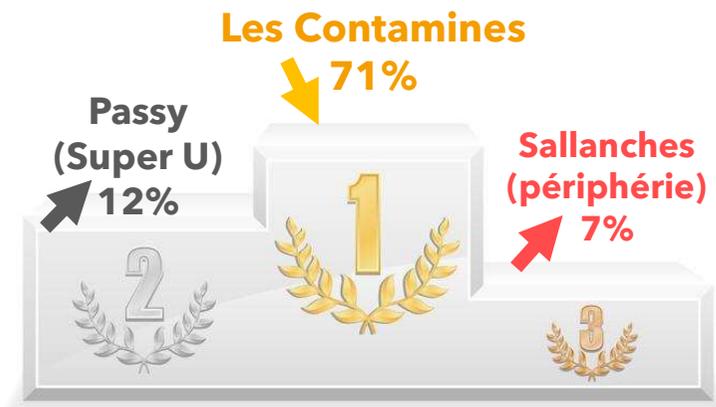
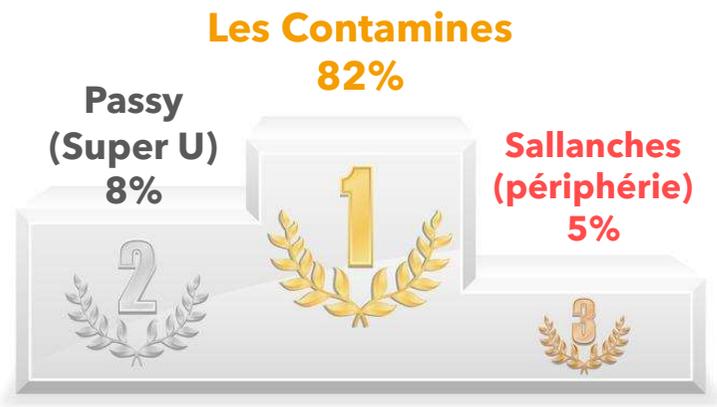
- L'image des Contamines est très bonne pour 80% des répondants (note  $\geq$  à 8 sur 10).
- Principaux points négatifs mentionnés : la circulation (vitesse, flux), l'urbanisation galopante, le manque de vie hors saison et en soirée.

# 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%).

**En saison, 96%** des répondants **fréquentent les commerces des Contamines** (choix 1, 2 ou 3) 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



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

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

**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.

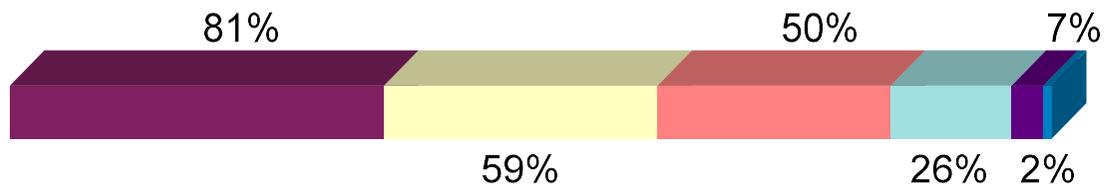
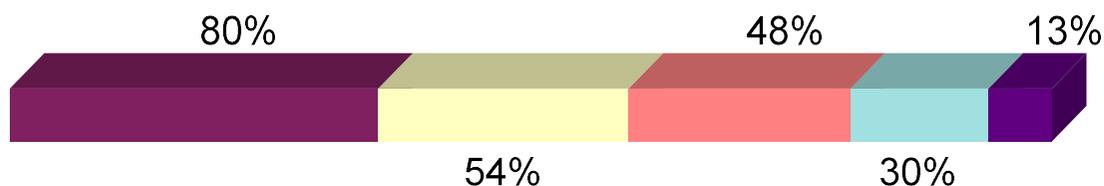
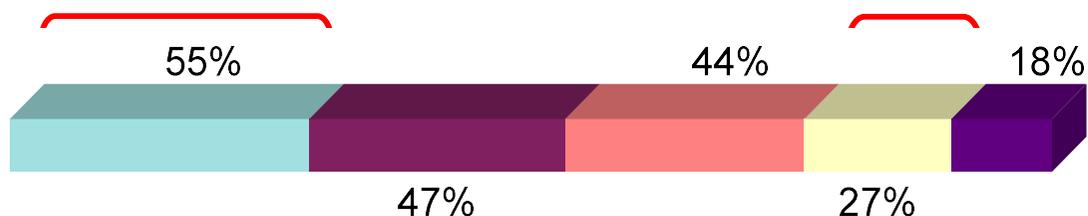
Hors saison, les flux s'intensifient vers les grandes surfaces de la vallée pour les habitants et résidents secondaires.

# Comportements d'achats

## Achats alimentaires - Lieux privilégiés



Question à choix multiples



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

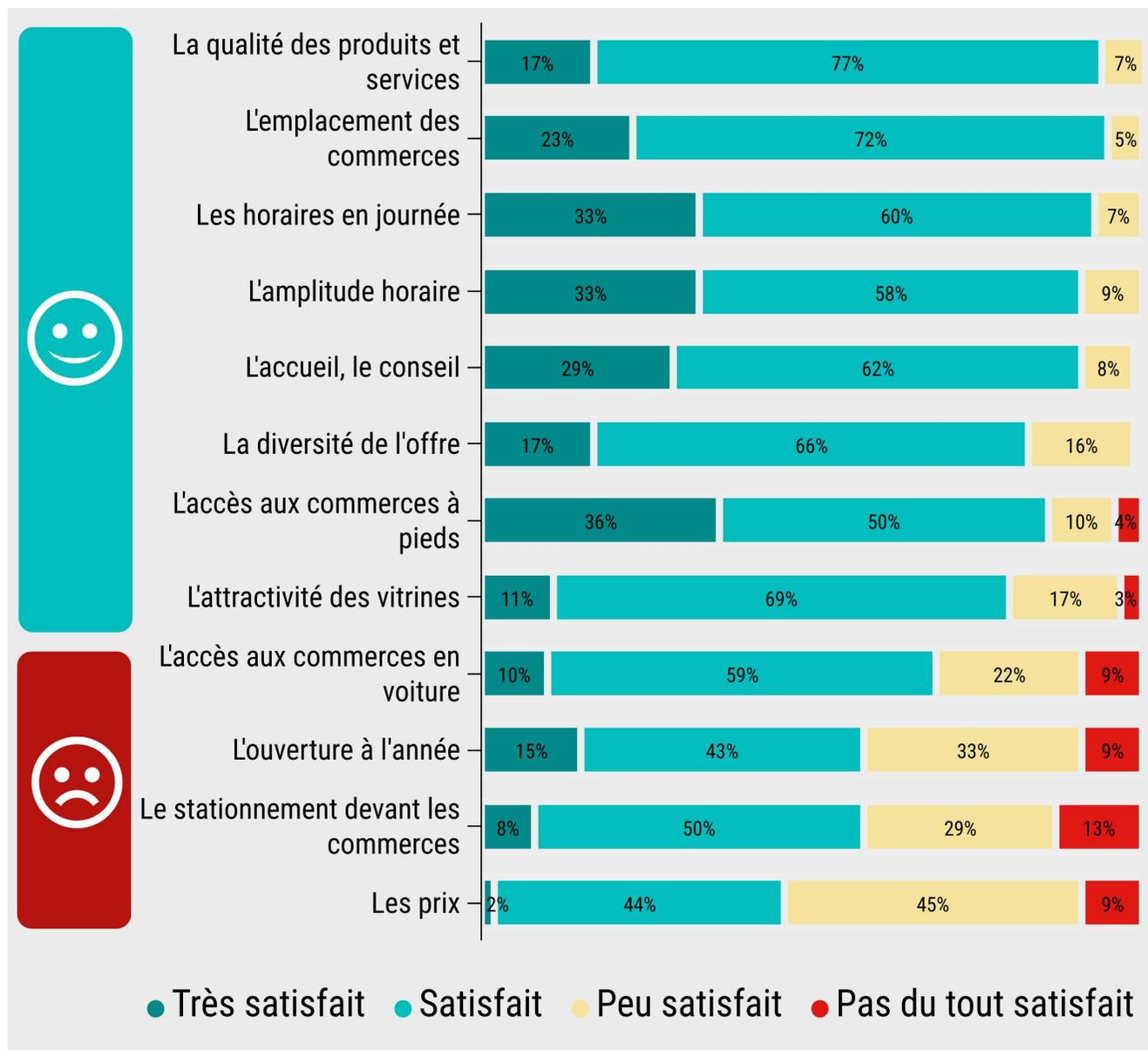
Résidents secondaires et touristes privilégient les commerçants et artisans locaux.

- 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.
- La **proximité** est **favorisée** durant le séjour.

**Attractivité des circuits courts** pour tous les répondants.

# Niveau de satisfaction des usagers

## Offre commerciale et facteurs locaux de commercialité



### Bon niveau de satisfaction globale.

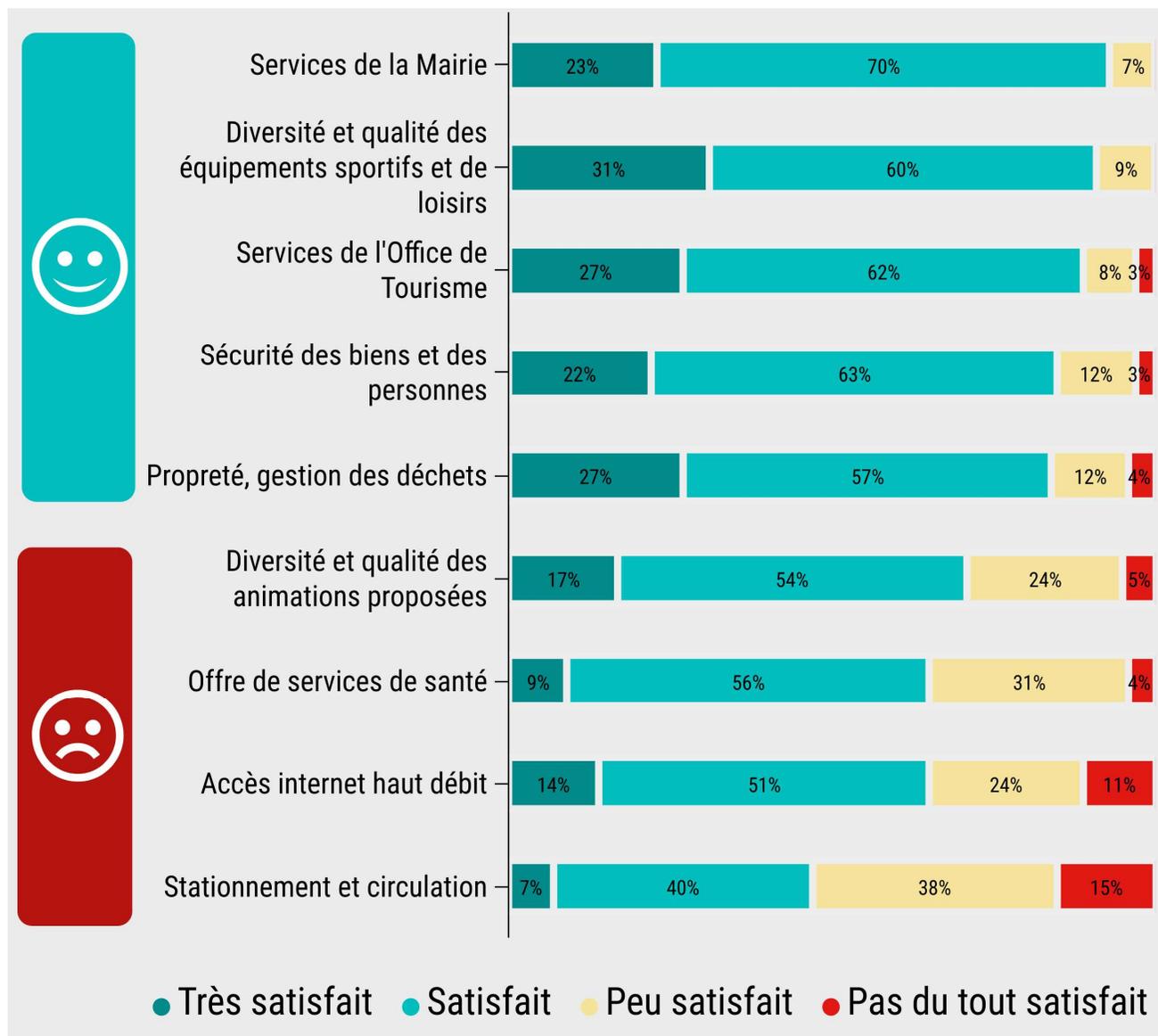
Les insatisfactions :

- **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.

# Niveau de satisfaction des usagers

## Environnement urbain et services publics



**L'offre de services publics globalement satisfaisante pour tous.**

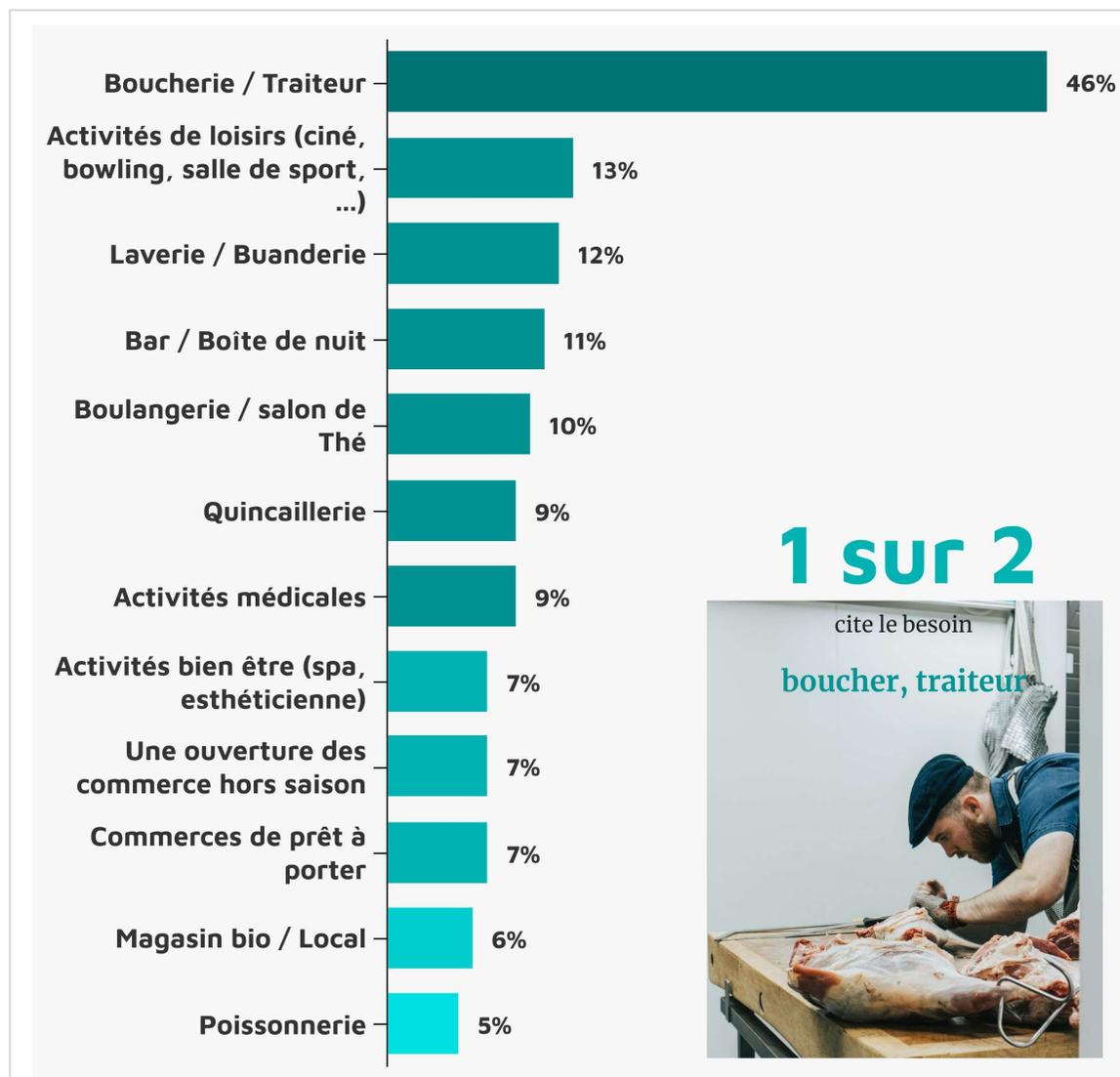
Les insatisfactions:

- **Stationnement et circulation**, avec un mécontentement plus fort pour les habitants (soit 77%).
- **Internet haut débit** (habitants et résidents secondaires insatisfaits à 35%).
- **Animations insatisfaisantes pour 30% des répondants**, (mécontentement plus important pour les habitants soit 37%).

# Attentes des usagers en commerces et services



## → Sur les Contamines



### Par catégorie de répondants



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



1. Boucherie-traiteur
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.

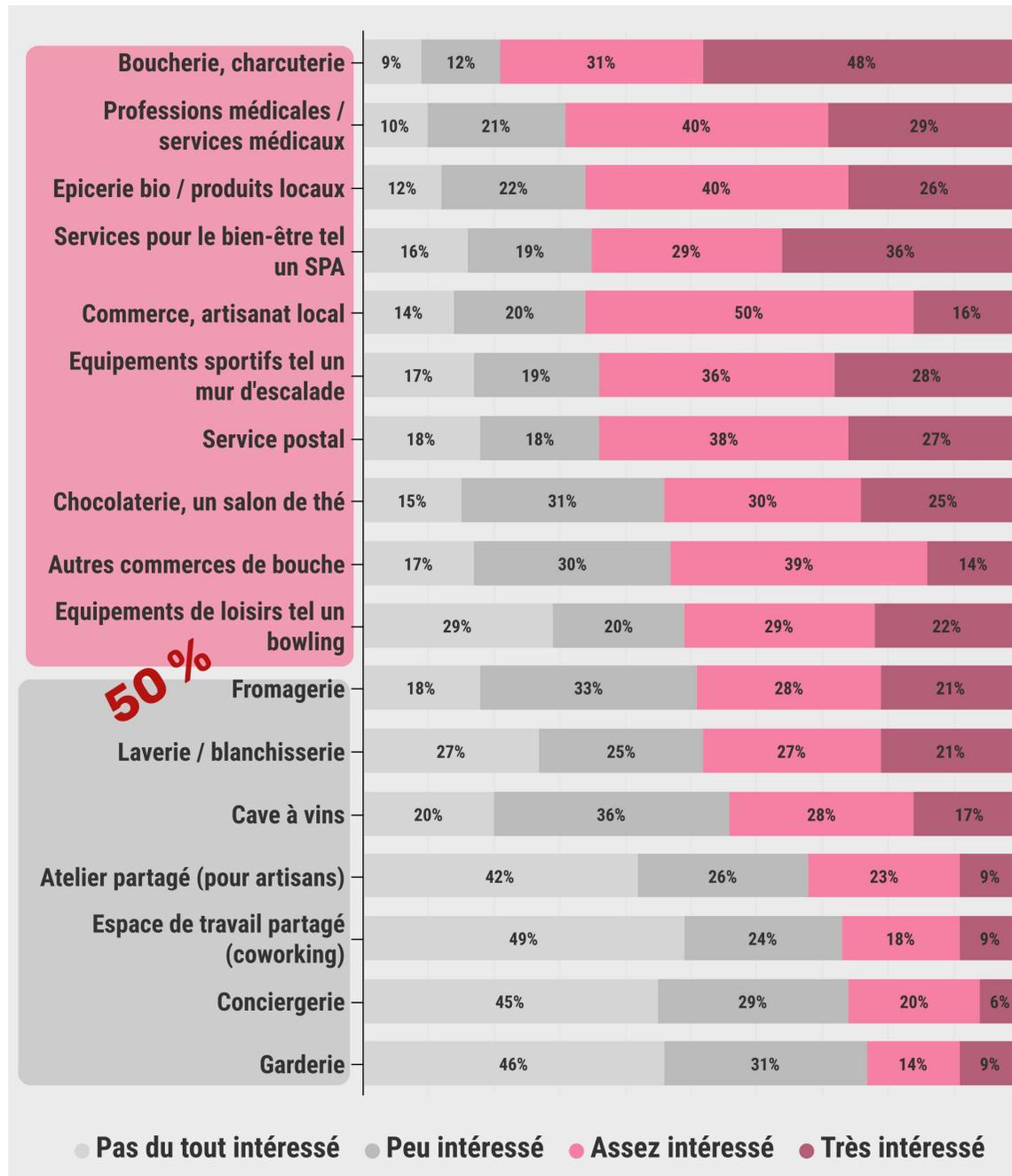


1. Boucherie, traiteur.



Question ouverte (non dirigée) - Taux de réponse 29 %

# « Futur centre-village » : attentes des usagers



50%

## 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



## 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)

## 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<sup>ère</sup> nécessité (boulangerie, tabac-presse, bar, pharmacie, poste, restaurants), création d'un magasin associatif tenus 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, 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 4 saisons :**

**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



# Profil des répondants



183 professionnels ciblés

Les activités de restauration gardent une activité stable

Les artisans du BTP sont moins impactés par la crise

La crise a impacté les deux tiers des répondants, à divers degrés.



1/3 hôteliers



1/3 commerçants



1/3 artisans

1  
dirigeant  
sur 10  
a répondu

Près d'une entreprise sur  
2 a plus de 10 ans  
d'ancienneté



70 %  
des professionnels

impact  
négatif

# Services développés



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

Le numérique pourrait davantage être utilisé : seulement 1 sur 2 est sur les réseaux sociaux.

## Principalement 2 types de services :

- 1 entreprise sur 5
- Livraison à domicile
- Retrait de commandes (click and collect) :

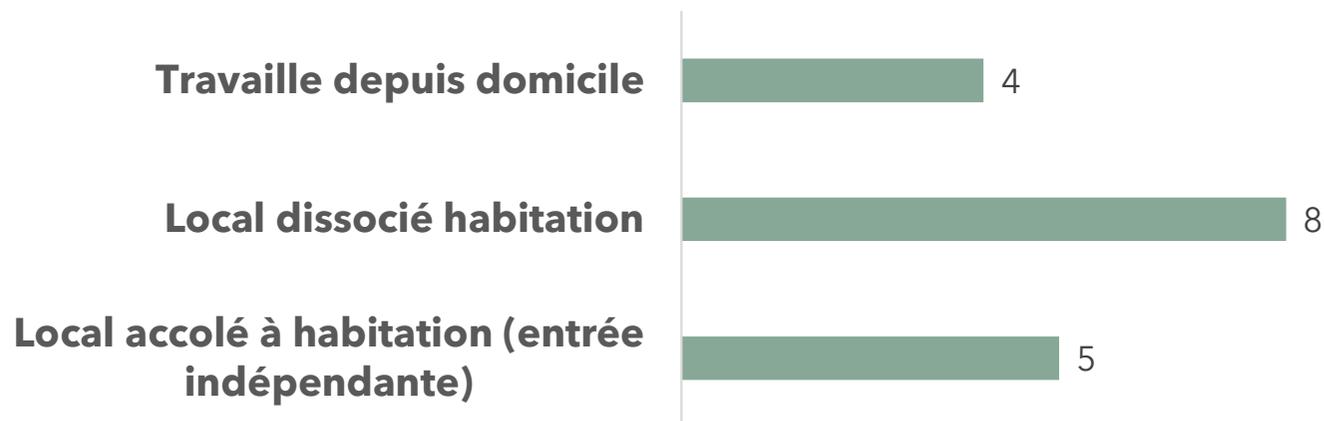


## Sur le volet numérique (plusieurs vecteurs le plus souvent) :

- La présence sur les réseaux sociaux : 4 entreprises sur 10
- Création de site Internet : 4 sur 10
- Référencement de l'entreprise sur Internet : 3 sur 10



## 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

# Besoins sur l'implantation actuelle



**Priorités pour améliorer le local actuel (autres que travaux intérieurs)**

**Projets pour le local d'activité (hors travaux intérieur) : peu de projets qui laissent envisager des locaux à occuper à court ou moyen terme**

- **Stationnement au centre-village**
- Signalétiques des commerces
- Amélioration des routes d'accès « 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

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



## **Demande en locaux partagés :**

- Partage d'ateliers de production
- Mutualisation d'espace de vente
- Espace de coworking

## **Autre proposition pour des ateliers de fabrication / vente :**

- utiliser le presbytère pour proposer des artisans d'art et un lieu culturel, en lien avec le jardin Samivel
- utiliser le local « edf » à la gorge pour des artisans, artisans d'art

# Leur vision des Contamines



## Commerces, services, équipements, activités :

- Revalorisation du pastoralisme
- Centre d'enseignement de l'hôtellerie, de l'art, de la culture
- Centre sur l'histoire de la montagne
- Un incubateur de projets écologiques et durables
- Accueil de séminaires d'entreprises, des espaces de coworking
- Des lieux de rencontres et d'informations ainsi que de partages

## Aménagement :

- Aménagement du centre village- Une place ou esplanade, + attrayant, moderne, chaleureux
- Parking souterrain avec stationnement à l'année
- **Déviation citée 1 fois**
- Regroupement des services publics mairie OT
- Centre semi-piéton - Route à sens unique - Interdire les 4X4
- **Une politique immobilière qui permet aux jeunes de s'installer**
- Relier les polarités

## Mobilité

- Ouvrir une piste cyclable jusqu'au col de Joly - VTT jusqu'aux vacances de la Toussain - Développer le réseau de transport

## Diversifier l'économie

**Vie à l'année = activités, commerces à l'année**

**Un tourisme plus étalé sur l'année**

**Conserver le côté authentique**

**Apaiser le village, moins de circulation**

**Développer la mobilité douce**

**Avoir une vraie place de village**

# Attentes en termes de nouveaux services et commerces

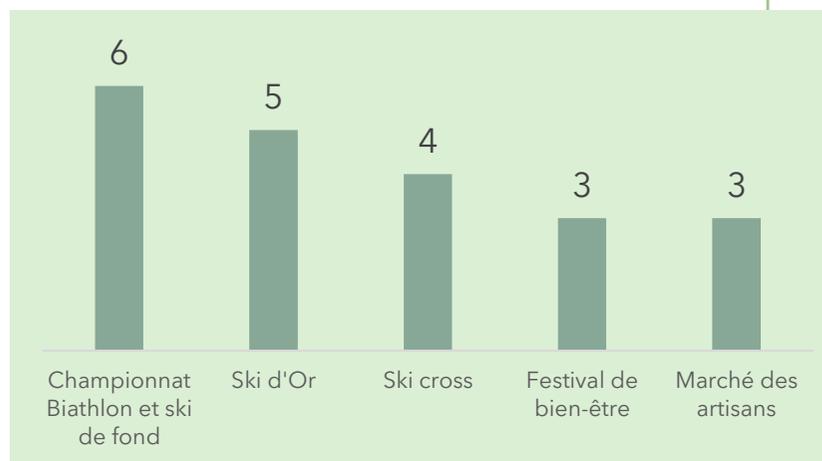


- **Hôtel** haut de gamme, 4 \*
- **Bar / brasserie** ouvert à l'année
- **Un bar restaurant** accueillant pour tous les âges avec des produits locaux, frais, bio et des prix non touristiques,
- Un emplacement **street food**
- **Des commerce de bouche** : boucherie, primeur, poissonnerie et produits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

**Des attentes en commerces de bouche, hôtellerie plus haut-gamme, des activités indoor et de soin**

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

**Les évènements qui drainent le plus de flux**



# Entretiens avec les acteurs clés



# Les acteurs clés



Echanges avec les **acteurs incontournables des Contamines**, représentent les acteurs de la Montagne, du ski, du tourisme, les résidents secondaires, vacanciers et locaux.



Les remontées mécaniques



L'association des propriétaires de meublés



Les amis des Contamines

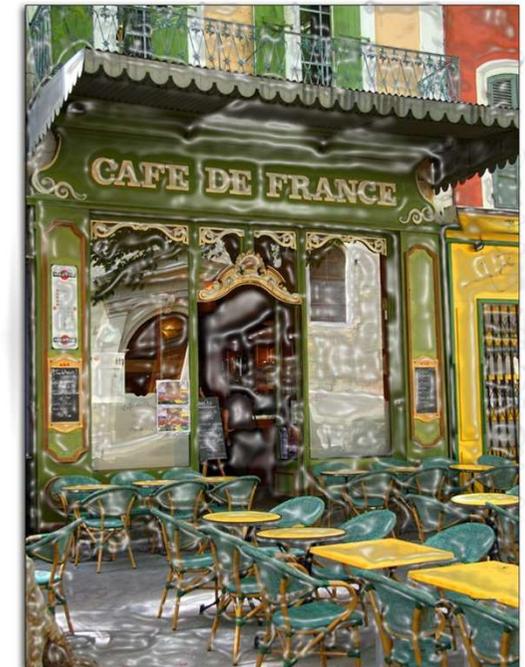
AACS Association Culturelle et Sociale

# Aménagement de la Place du village



- **Regrouper les structures et activités destinées à la clientèle** au sein d'un même espace pour leur donner de la visibilité  
**Décloisonner / mutualiser** : avoir des espaces ouverts
- **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 pour tout type d'usagers / de générations
- 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**.

## LIEU DE VIE ET DE RENCONTRE

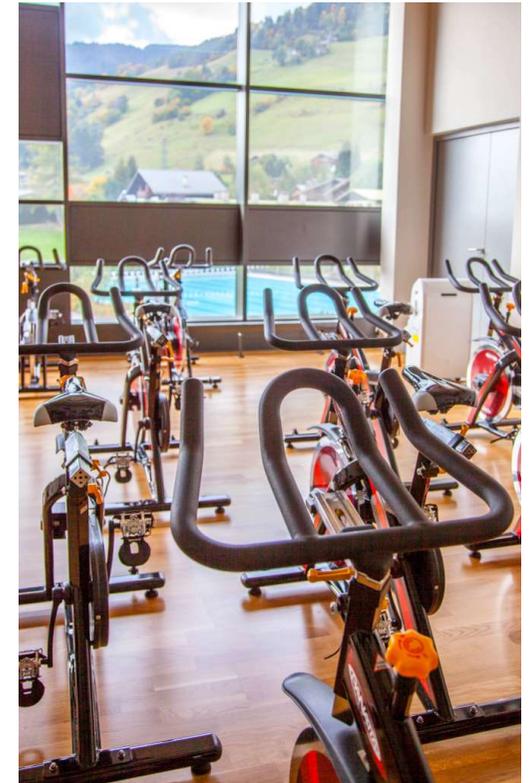


# Activités plébiscitées sur la commune



- **Une laverie / blanchisserie**
- **Une 2<sup>ème</sup> conciergerie**
- **Un hôtel haut de gamme fait débat** tant sur le type d'hôtel que sur sa localisation
- **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
- 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

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

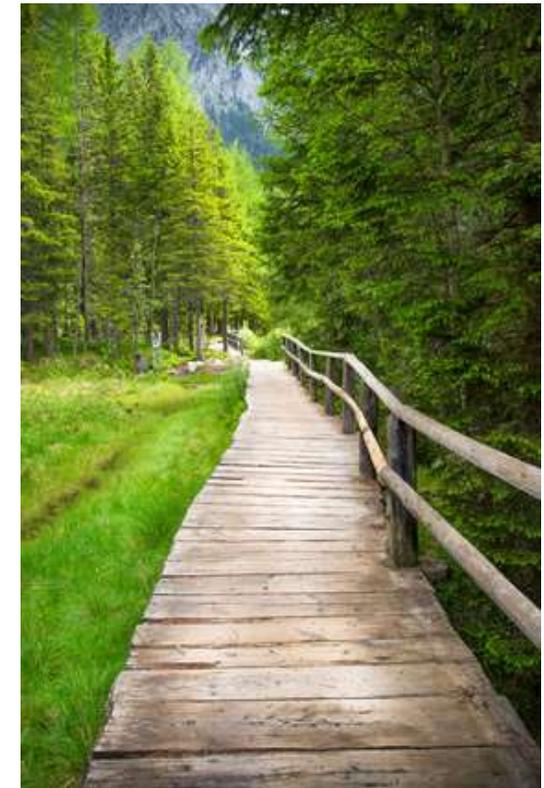


# Environnement, Aménagements



- **Baisser la pollution lumineuse** (admirer le ciel étoilé), économie d'énergie
- **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

**RELIER, UNIFIER LE VILLAGE,  
PRÉSERVER**



# Circulation, mobilité, stationnement



- **Apaiser la circulation, donner plus de place aux piétons, élargir les trottoirs**
- **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.

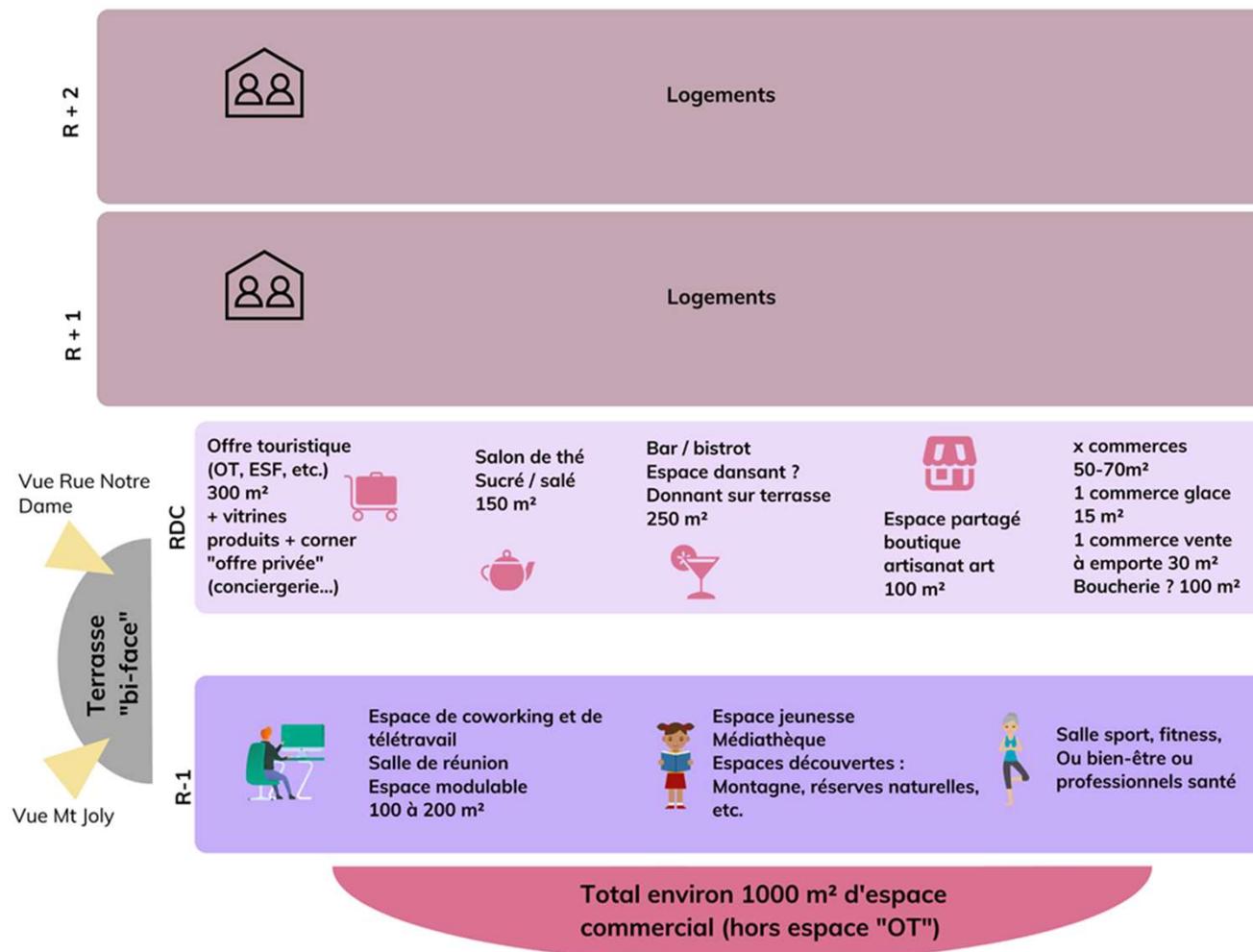
## APAISER LE VILLAGE, LIMITER L'IMPACT VOITURES



# Synthèse, préconisations

# Les activités commerciales et artisanales sur les Contamines

Les activités recommandées sur **la place du village**



**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 ?

## Spa, espace bien-être

Oui mais pas forcément sur la place sauf s'il s'agit d'une activité artisanale d'esthétique.

## 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.

## Blanchisserie

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