OBJECTIF

Mieux comprendre comment les usagers perçoivent et vivent le territoire

(Dans l'optique d'alimenter la candidature au patrimoine culturel de l'UNESCO)

Méthodes utilisées

- Recherche documentaire → Diagnostic
- Entretiens « récits de vie » → Terrain
- Analyse des entretiens

Sources

En ligne:

→ Sites internet :

- "Espace Mont-Blanc"
- Communauté de Commune Pays du Mont-Blanc
- Communauté de Commune Vallée de Chamonix Mont-Blanc
- Mairies
- Offices de tourisme

→ INSEE

→ Réseaux sociaux propres au communes

→ BASECO

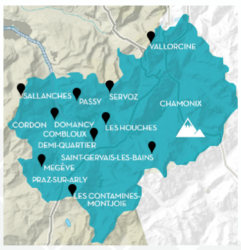
→ Ministère CGEDD

Papiers:

→ Rapports d'activités des Communautés de Communes / "Espace Mont-Blanc"

→ Documentation Espace Mont-Blanc

Entretiens



→ 101 Entretiens
→ Par une vingtaine d'étudiants de l'IAE Savoie Mont-Blanc
→ 1h d'entretien = 4h de dépouillement

→ Panel multiple de profils rencontrés

- Maires et élus
- Habitants
- Commerçants & Restaurateurs
- Professionnels du milieu touristique
- Associations
- Visiteurs de passage

Les thèmes abordés ?
→ Le tourisme
→ Transport
→ Le territoire et son évolution
→ Logement
→ Travail

I. Le territoire

I. Le territoire

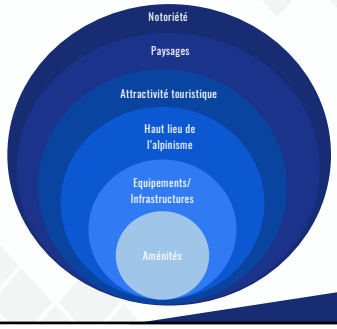
Stations de sports d'hiver

Deux Communautés de Communes…

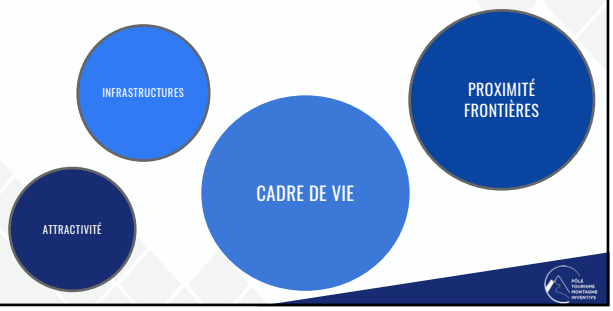
- **Communauté de Communes Pays du Mont-Blanc**
- 10 Communes
- 436km²
- 43 907 habitants (INSEE 2016)

- **Communauté de Communes Vallée de Chamonix Mont-Blanc**
- 4 Communes
- 351km²
- 13 038 habitants (INSEE 2016)

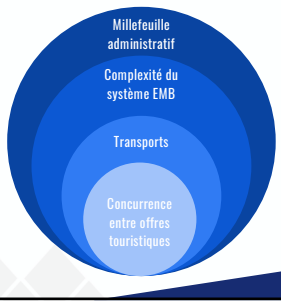
Atouts issus de la recherche documentaire



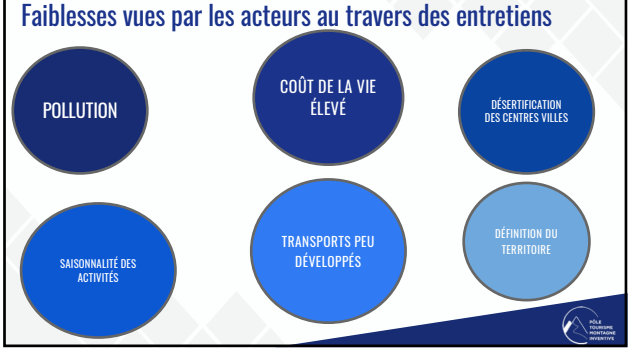
Atouts vus par les acteurs au travers des entretiens



Faiblesses issues de la recherche documentaire



Faiblesses vues par les acteurs au travers des entretiens

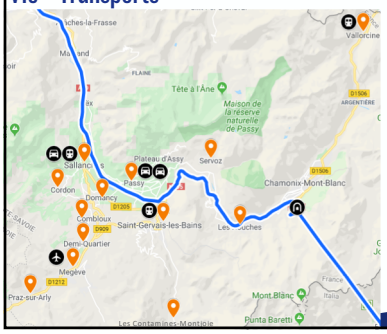


Évolutions du territoire - issues des entretiens

Tourisme	Environnement	La vie
Plus de visiteurs, autant en été qu'en hiver, grâce à de nouveaux aménagements	"Encore de très beaux jours pour la haute montagne"	Évolution dans les mentalités (Moins d'hostilité envers habitants non natifs)
Développement des infrastructures, moins axé sur le "tout ski"	Population qui fait des efforts au niveau de l'écologie	Economie : Essoufflement des boutiques à cause d'internet et des centres commerciaux.
Forte évolution avec l'arrivée de touristes étrangers (anglais, italiens)	Population qui est plus concernée qu'avant	Difficulté à gérer les ressources en période touristique notamment l'eau
Moins en moins de paysans / agriculture Moins d'entretien en montagne	Historiquement, il y a toujours eu des changements climatiques	« L'enjeu est de prendre soin des habitants pour ne pas qu'ils soient dégoûtés des touristes qui viennent. »
« De plus en plus de monde partout. »	Constat : Modifications climatiques, Sentiment d'une montagne abîmée Importance de la pollution	
	« Il y a beaucoup moins de neige que quand j'étais petite. »	

II. Usages du territoire

Vie - Transports



- Communes
- Autoroute A40
- Gares
- Aires de covoiturage
- Altiport / Aéroport
- Tunnel du Mont Blanc

Vie - Transports

USAGE DE LA VOITURE

« Mettre en place un système de transports en commun, c'est une usine à gaz »

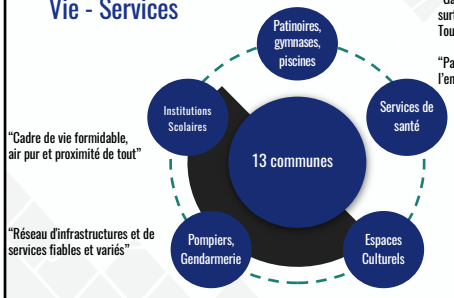
COVOITURAGE EN DEVELOPPEMENT

« Utiliser ma voiture, c'est même pas une obligation, c'est que je me pose pas la question. »

PROBLÈME DES TRANSPORTS EN COMMUN

MONTENBUS MOBIL'BUS

Vie - Services

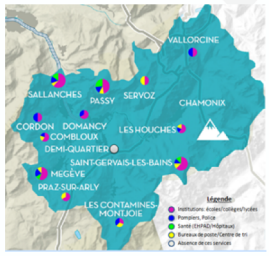


"Garde d'enfants compliquée, surtout quand on travaille dans le Tourisme (weekends/vacances)"

"Pas de politique globale pour l'enfance"

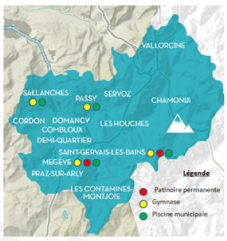
"Cadre de vie formidable, air pur et proximité de tout"

"Réseau d'infrastructures et de services fiables et variés"

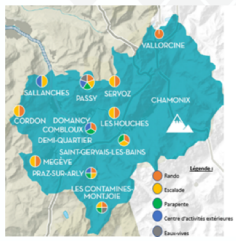


Répartition des services sur le territoire

Vie - Services



Répartition des équipements sportifs sur le territoire



Répartition des activités en plein air sur le territoire

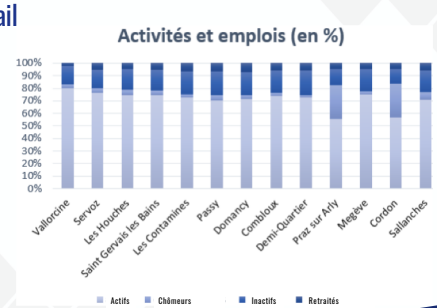
Vie - Immobilier vu par les acteurs

Prix élevé de l'immobilier + Beaucoup de résidences secondaires = Difficulté de logement

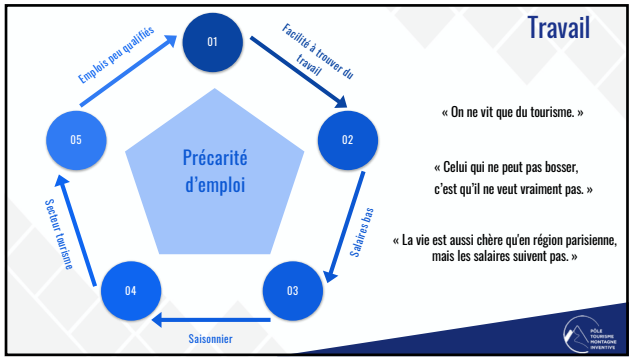
« Il y a des tensions, tout le monde veut racheter des chalets à droite à gauche, et souvent pour en faire une résidence secondaire, et ça ne participe pas au développement du territoire. »

« La vie ici est extrêmement chère, l'immobilier est extrêmement cher et du coup les habitants revendent les maisons aux Suisses. »

Travail



Travail

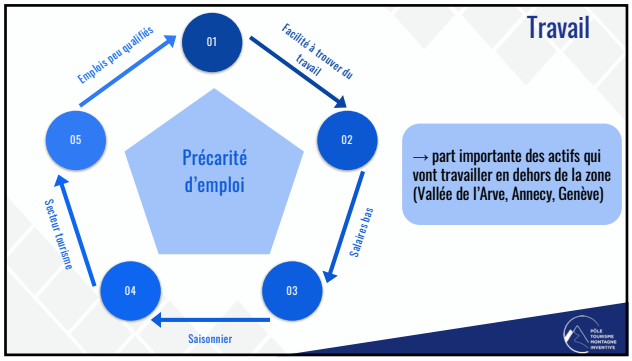


« On ne vit que du tourisme. »

« Celui qui ne peut pas bosser, c'est qu'il ne veut vraiment pas. »

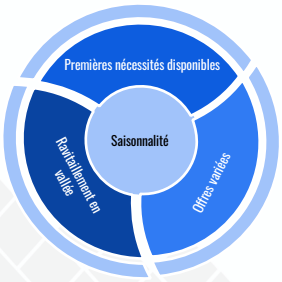
« La vie est aussi chère qu'en région parisienne, mais les salaires suivent pas. »

Travail



→ part importante des actifs qui vont travailler en dehors de la zone (Vallée de l'Arve, Annecy, Genève)

Les commerces



« Sacrée qualité de vie, on fait tout à proximité »

« Magasins qui ferment tôt et le dimanche, pas comme en ville »

Activités touristiques et Animations

« Activités pas forcément adaptées aux habitants, plus aux touristes »

Activités sportives

« Beaucoup d'activités et d'animations proposées, une variété d'activités sportives été comme hiver »

« Trop d'activités de trail, qui entraînent beaucoup de fréquentation »

Diversité des activités

« De plus en plus d'attentes de la part des touristes qui sont en demande d'activités sur le territoire »

Manque d'activités culturelles

« À part le sport en montagne il manque des choses culturelles, musées et animations différentes »

Saisonnalité des activités

« On créera pas la même dynamique d'activité s'il n'y a pas le ski l'hiver »

Hébergements touristiques - vu à travers le diagnostic

189 328 LITS

CCVCMB

20 700 lits chauds
15 700 lits tièdes
45 000 lits froids

81 400 lits

CCPMB

63 388 lits chauds
26 338 lits tièdes
18 202 lits froids

107 928 lits

Le tourisme -Vu par les acteurs

Au coeur de l'activité de la région

« c'est vital »

« On peut pas dénigrer, on vit tous du tourisme »

Une surcharge ?

Conflits entre sportifs VTT, Trail et promeneurs

Excursionnistes : saturation de la vallée

Beaucoup d'activités sportives

« Beaucoup d'activités proposées, des loisirs en montagne »

Évolutions

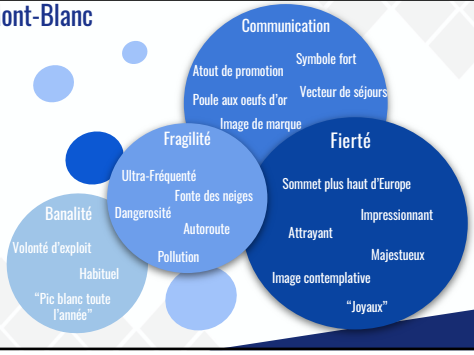
Excursionnistes

Internationalisation de la clientèle

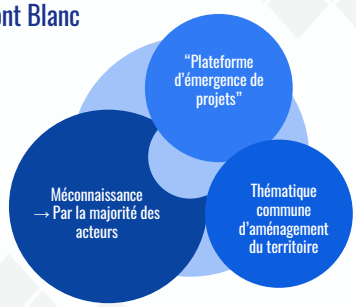
La saisonnalité s'estompe

III. Représentations du territoire

Le Mont-Blanc



Espace Mont Blanc



Une plateforme de marque...

Valeurs	
Paysages d'exceptions Développement durable ((Valorisation des 3 piliers du DD, (Environnement/Société/Économie) Patrimoniale – Notoriété	Territoire de loisir Paysages d'exceptions Renommé du Mont-Blanc Patrimoniale - Notoriété
Personnalité commune	
Espace de grandeurs, attrayant pour tous types de touristes – Sportif & Familial	
Personnalité	
Culturel & dynamique Environnemental Attrayant Impressionnant Indépendant	Sportif Familial Attrayant Indépendant
Atouts	
Paysages Mont-Blanc Enneigement Tourisme Patrimoine Terroir	Paysages Mont-Blanc Multi-activités à pratiquer sur site Zone attractive Patrimoine Terroir
Espace Mont-Blanc	**Les communes membres**

Une marque ombrelle ?

Promesse	
2 Promesses principales : Gestion de l'EMB comme une entité indépendante / Développement durable 1 secondaire : Classement futur à l'UNESCO	1 promesse principale : Séjour inoubliable
Positionnement	
« Fort de sa renommée internationale, l'Espace Mont-Blanc offre une vue imprenable sur le plus haut sommet d'Europe, le Mont-Blanc. Cette destination aux paysages d'exception, berceau de l'alpinisme, mélange traditions, terroir et culture, ce qui lui forge une identité régionale prononcée. Destination dans l'air du temps, elle s'adapte volontiers aux évolutions extérieures et s'attache donc à construire un tourisme durable, afin de préserver ses espaces naturels uniques. »	
Espace Mont-Blanc	**Les communes membres**

Synthèse

- Un Territoire dynamique très centré tourisme
- Une attractivité territoriale contrastée
- Des espaces individualistes
- Un sentiment d'appartenance fort
- Une nouvelle centralité transfrontalière