



Résultats d'enquêtes clientèle CCVT

Fiche – Le Grand-Bornand



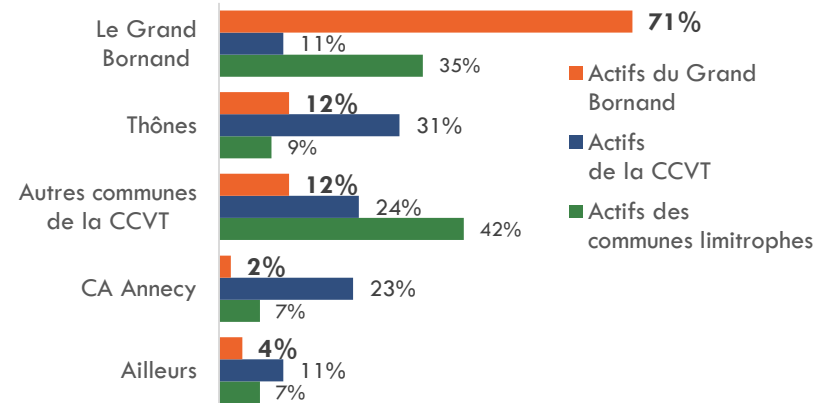
3 avenue Condorcet, 69100 Villeurbanne
24 rue Louis Blanc, 75010 Paris
59 allée Jean Jaurès, 31000 Toulouse
2 rue Crucy, 44000 Nantes

Enquête représentative : 8% de la population



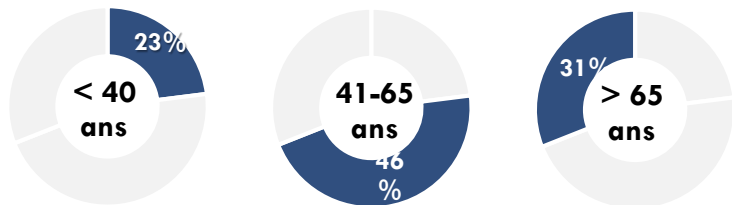
Communes	Nb de réponses
Le Grand Bornand	166
Secteur de comparaison : Le Grand Bornand, La Clusaz, Saint Jean de Sixt	376
Communauté de communes des Vallées de Thônes (CCVT)	1 859

Lieu de travail des répondants



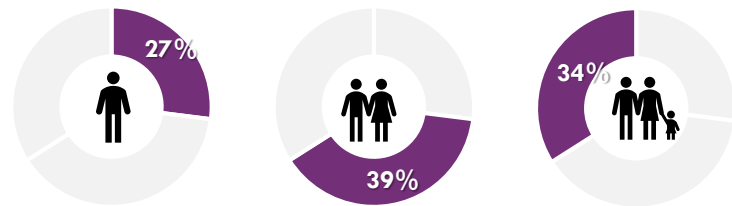
71% des actifs du Grand Bornand travaillent sur leur commune
94% d'entre eux travaillent sur la CCVT

Âge



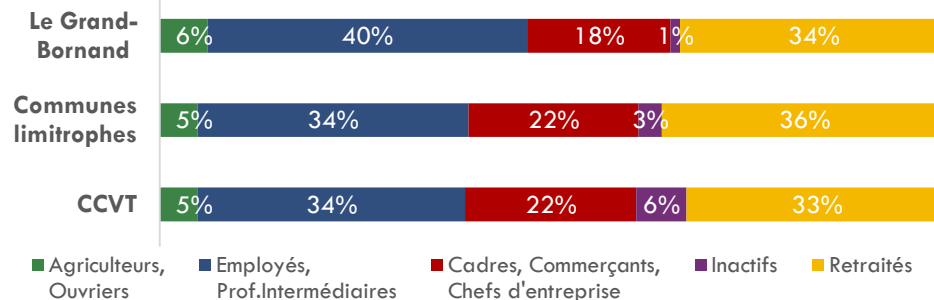
Zone	< 40 ans	41-65 ans	> 65 ans
Le Grand-Bornand	23%	46%	31%
Communes limitrophes	22%	45%	32%
CCVT	23%	48%	27%

Taille des ménages

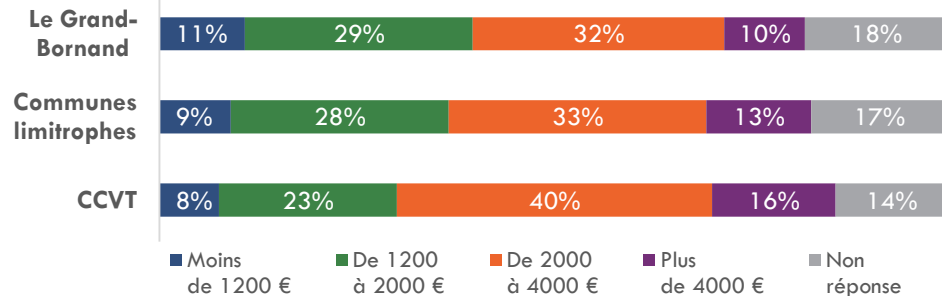


Zone	1 personne	2 personnes	3 personnes
Le Grand-Bornand	27%	39%	34%
Communes limitrophes	28%	43%	30%
CCVT	21%	43%	36%











Catégorie Socioprofessionnelle



Revenus



Profil des résidents : Légèrement plus de personnes seules, des revenus de ce fait moins élevés que sur l'ensemble de la CCVT

		Petits commerces	Grandes surfaces	Marchés de plein air	Internet	Autres
	Alimentaire Frais (Fruits, légumes...)	30%	44%	18%		8%
	Alimentaire du quotidien (Pain, Viande...)	74%	22%	2%		2%
	Alimentaire d'approvisionnement (Epicerie, Boissons...)	17%	79%	1%	2%	1%
	Habillement, Chaussures	44%	37%	1%	17%	1%
	Mobilier, Electroménager	41%	42%		17%	1%
	Articles de décoration	33%	50%	3%	12%	3%
	Bricolage, Jardinage	57%	39%	3%	1%	
	Livres, Papeterie	65%	25%		9%	
	Articles de sport d'hiver	65%	24%	1%	9%	2%
	Autres Articles de sport	40%	50%		9%	

Une **répartition conforme** à ce qui est observée sur l'ensemble de la CCVT ou les communes limitrophes.







Une **légère propension à consommer plus en commerces traditionnels** qu'en grande surface pour les articles de sport d'hiver.



Une **consommation sur Internet qui touche toute la population et tous les produits**

- une fréquence d'achats plus élevée chez les moins de 40 ans pour l'équipement de la personne








Lieux d'achats des résidents – Produits de proximité

	Commune	Thônes	Autre commune de la CCVT	Achats dans la CCVT	Agglo Annecy	Reste Haute-Savoie / Ailleurs	Internet	Achats hors de la CCVT	Achats hors de la CCVT – par toute la CCVT
 Alimentaire Frais (Fruits, légumes...)	30%	22%	39%	91%	8%	1%		9%	12%
 Alimentaire du quotidien (Pain, Viande...)	52%	13%	30%	95%	3%	1%		5%	9%
 Alimentaire d'approvisionnement (Epicerie, Boissons...)		23%	66%	89%	9%	1%	2%	11%	19%
 Tabac-Presses	74%	3%	21%	98%	2%			2%	9%
 Salon de coiffure, institut de beauté	68%	12%	9%	89%	8%	3%		11%	9%
 Retrait d'argent	86%	4%	7%	97%	2%	1%		3%	13%

Pour les produits de proximité et les services, les résidents du Grand Bornand **consomment majoritairement sur leur commune**,
 À l'exception de l'épicerie et d'un complément alimentaire, qu'ils vont chercher sur les Villards-sur-Thônes.
 L'évasion hors de la CCVT est minime et incompressible, lié aux opportunités ou aux liaisons domicile travail.

Lieux d'achats des résidents – Produits occasionnels et exceptionnels

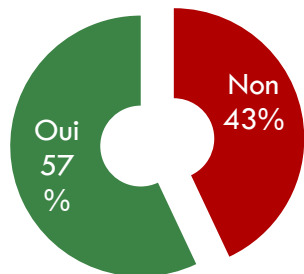
Achats hors de la CCVT – par toute la CCVT

	Commune	Thônes	Autre commune de la CCVT	Achats dans la CCVT	Agglo Annecy	Reste Haute-Savoie / Ailleurs	Internet	Achats hors de la CCVT	Achats hors de la CCVT – par toute la CCVT
 Habillement, Chaussures	15%	6%	3%	24%	56%	2%	18%	76%	72%
 Mobilier, Electroménager	26%	3%	10%	39%	40%	3%	18%	61%	73%
 Articles de décoration	9%	13%	6%	28%	54%	5%	13%	72%	71%
 Bricolage, Jardinage	18%	56%	2%	76%	20%	3%	1%	24%	32%
 Livres, Papeterie	23%	36%	5%	64%	25%	1%	10%	36%	28%
 Articles de sport d'hiver	54%	5%	6%	64%	24%	2%	9%	36%	58%
 Autres Articles de sport	25%	3%	3%	31%	56%	3%	10%	69%	81%

Pour les produits non-alimentaires, les résidents du Grand Bornand ont des comportements différents selon les produits et l'offre disponible.
 Une **consommation locale plus forte** pour les articles de sports d'hiver ou autres, et également le mobilier, électroménager.
 Une **consommation sur Thônes** pour le bricolage et les livres, papeterie.

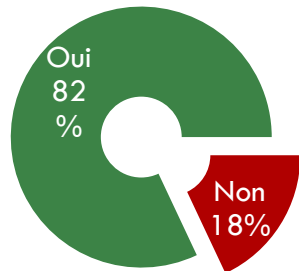
Des **évasions ciblées** sur les produits de prêt à porter et d'équipement de la maison, en direction du bassin annécien.
 Une **évasion significative sur les autres articles de sport** sur le bassin annécien, même si elle reste inférieure à l'ensemble de la CCVT.

 **43% non satisfait de l'offre commerciale suffisante à proximité de leur domicile**



CCVT	Communes limitrophes
Oui 62%	Oui 69%

 **Offre en produits locaux satisfaisante sur la CCVT**



CCVT	Communes limitrophes
Oui 82%	Oui 87%

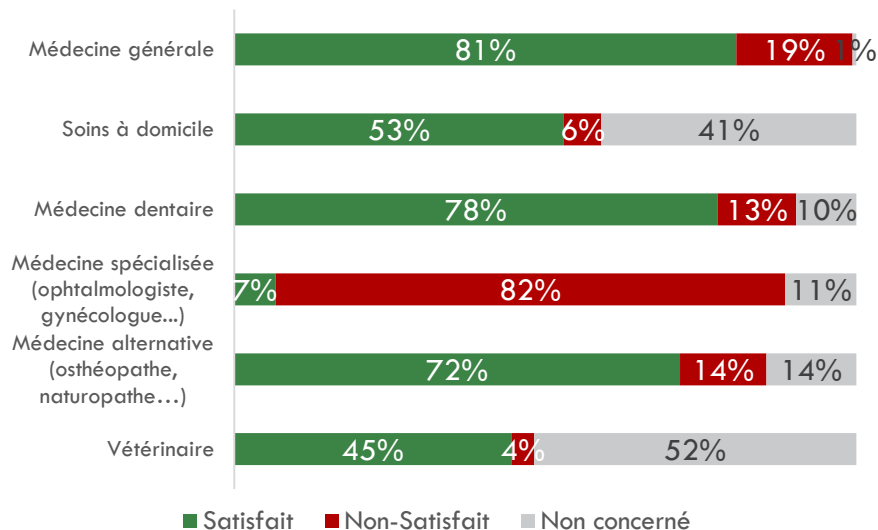
Commerces manquants



Une offre en produits de proximité et services insuffisante pour 40% des résidents, notamment en hors saison.

Des besoins divers : Commerces de proximité alimentaire, mais également habillement, bricolage ...

Une satisfaction mitigée selon les spécialités sur l'offre disponible dans la CCVT



Des manques sur la commune, exprimés par les résidents :

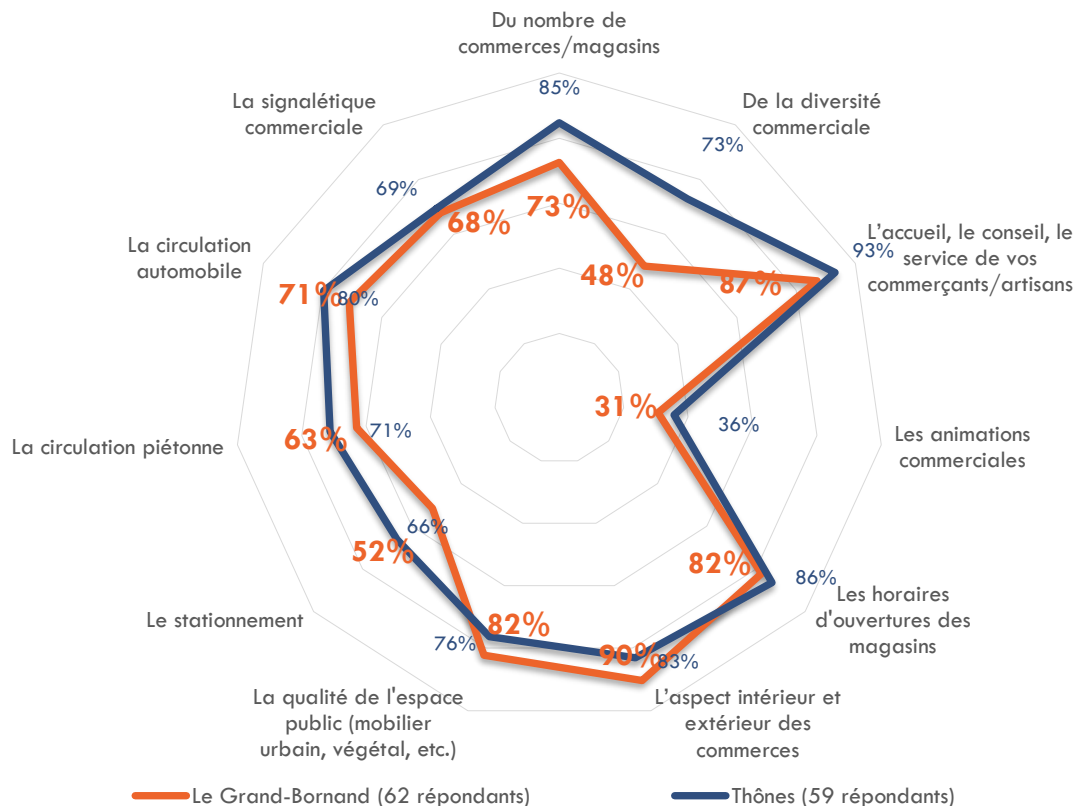
Dentiste - Orthodontie
Gynécologie (7%) Kinésithérapeute
Médecine spécialisée (10%) Laboratoire d'analyses
Ophthalmologie (22%)
Radiologie - Radiographie (16%)
Médecine générale (8%)
Urgences-Permanence
Médecine douce

Un fort potentiel sur la CCVT en médecine spécialisée,
Et un renforcement en médecine dentaire et alternative.

Des demandes sur des médecins spécialisés, et
notamment **l'ophtalmologie sur leur commune.**



Pas de différence significative selon la typologie des ménages (âge, csp, revenus)



Le Grand Bornand et Thônes : principaux pôles de la CCVT fréquenté par les résidents

Les résidents du Grand Bornand sont moins satisfait de la diversité commerciale de leur commune que de celle de Thônes : la moitié sont insatisfait de la diversité, et 1/3 du nombre de commerces sur le Grand Bornand.

Ils sont plus satisfait en revanche de la qualité urbaine et de l'aspect des commerces.

Comme le reste de la CCVT, pour eux il manque du stationnement et des animations commerciales sur leurs lieux de consommation.