

Analyse de positionnement commercial

Noyau Villageois de Mont-Tremblant




Altus Géocom

DAA
Daniel Arbour & Associés

Préparé pour:



Ville de
MONT-TREMBLANT

Janvier 2010

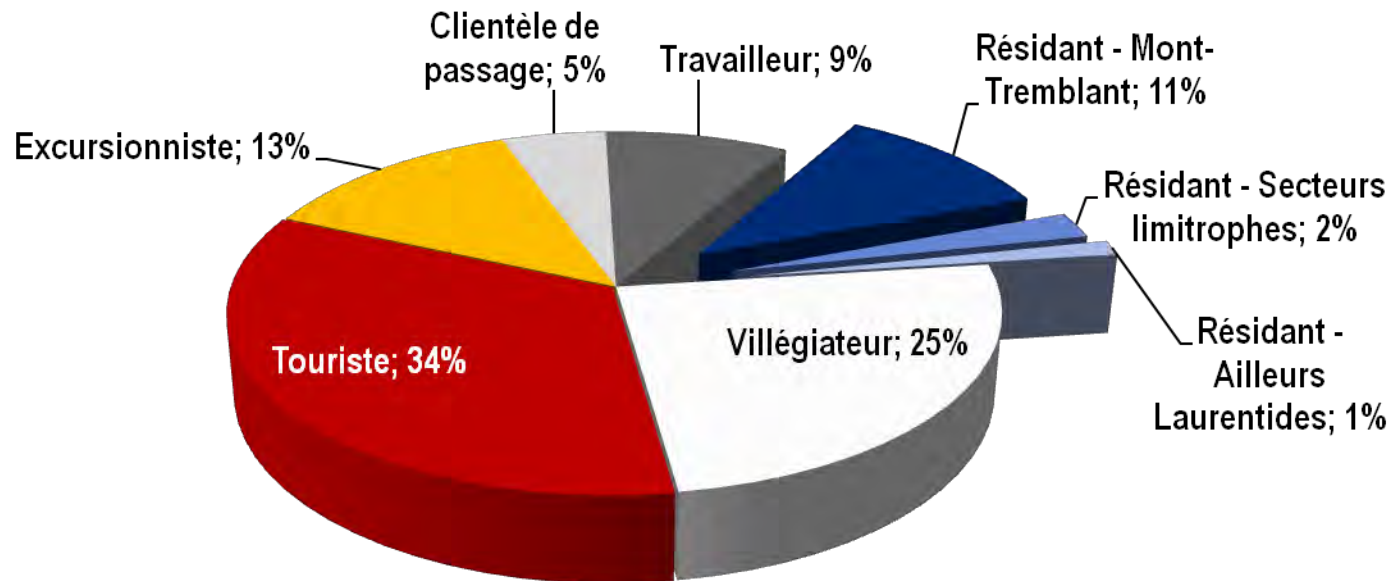
Objectifs de l'étude

- Dresser le bilan des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces associées à l'évolution de la structure commerciale du Noyau Villageois.
- Établir une vision du développement récréo-touristique, culturel et commercial en complémentarité avec les autres pôles de la ville.
- Identifier les mesures pour favoriser l'accroissement de l'achalandage.
- Statuer sur les usages à autoriser ou à bannir.

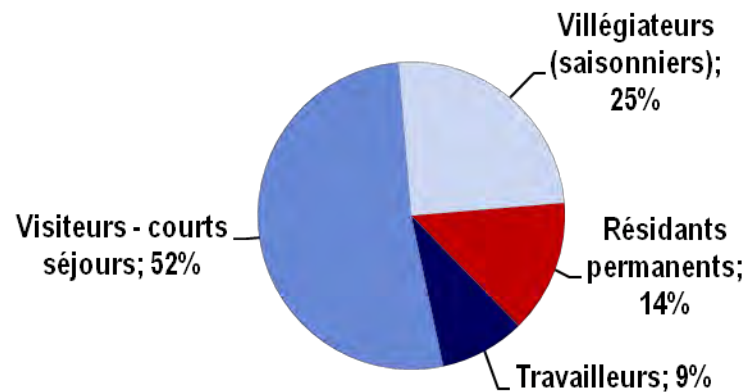
Méthodologie

- Deux enquêtes
 - Enquête de provenance sur le chemin du Village (n=2 010)
 - Enquête de notoriété au Centre-Ville et à la Station Touristique (n=482)
- Évaluation de la demande pour 4 segments
 - Population permanente
 - Villégiateurs et usagers des résidences de tourisme
 - Touristes en hôtellerie et campeurs
 - Travailleurs non résidents
- Analyse de l'offre
 - Noyau Villageois
 - Station Touristique
 - Centre-Ville

Enquête de provenance



La moitié de l'achalandage est attribuable à des personnes qui effectuent de courts séjours à Mont-Tremblant: touristes, excursionnistes et clientèle de passage



Enquête de provenance

Provenance de la clientèle d'été du Noyau Villageois

	Résidants	Villégia-teurs	Touristes	Passage	Excursion-nistes	Travail-leurs	TOTAL	
Ville de Mont-Tremblant								
Noyau Villageois	70	32	355	0	0	12	469	24%
Station Touristique	18	32	161	0	0	6	217	11%
Centre-ville	44	25	28	0	0	11	108	5%
Ailleurs à Mont-Tremblant	56	11	27	0	0	0	94	5%
Non spécifié - Mt-Tremblant	43	314	67	0	0	121	545	28%
<i>Total</i>	231	414	638	0	0	150	1 433	72%
<i>% en colonne</i>	76%	84%	95%	0%	0%	86%		
Ailleurs								
Secteurs limitrophes ¹	47	53	25	2	2	13	142	7%
Ailleurs Laurentides ²	27	28	10	7	10	12	94	5%
Ailleurs	0	0	0	87	223	0	310	16%
<i>Total</i>	74	81	35	96	235	25	546	28%
<i>% en colonne</i>	24%	16%	5%	100%	100%	14%		
TOTAL	305	495	673	96	235	175	1 979	100%
Données manquantes	0	2	5	0	23	1	31	
Échantillon total	305	497	678	96	258	176	2010	

Diminue la précision des résultats

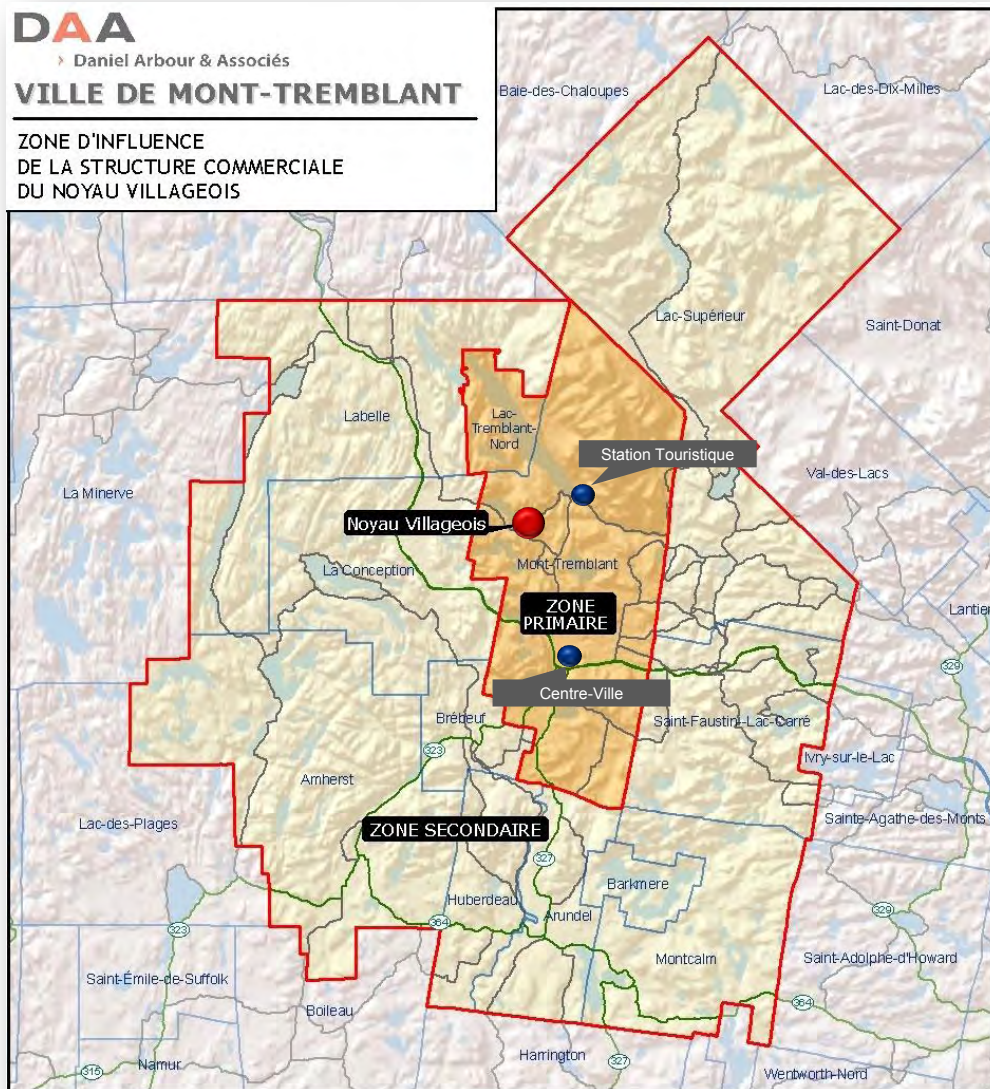
Les trois quarts de l'achalandage proviennent de Mont-Tremblant (incluant les touristes hébergés à Mont-Tremblant)

Source: Altus Géocom

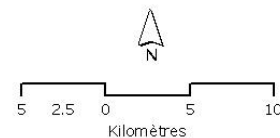
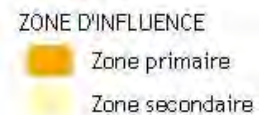
1) Labelle, La Conception, Brébeuf, Amherst, Huberdeau, Arundel, Barkmere, Montcalm, St-Faustin-Lac-Carré, Lac-Supérieur

2) Secteurs St-Sauveur / Ste-Adèle, Ste-Agathe-des-Monts, Val-David, L'Annonciation, Mont-Laurier et St-Donat.

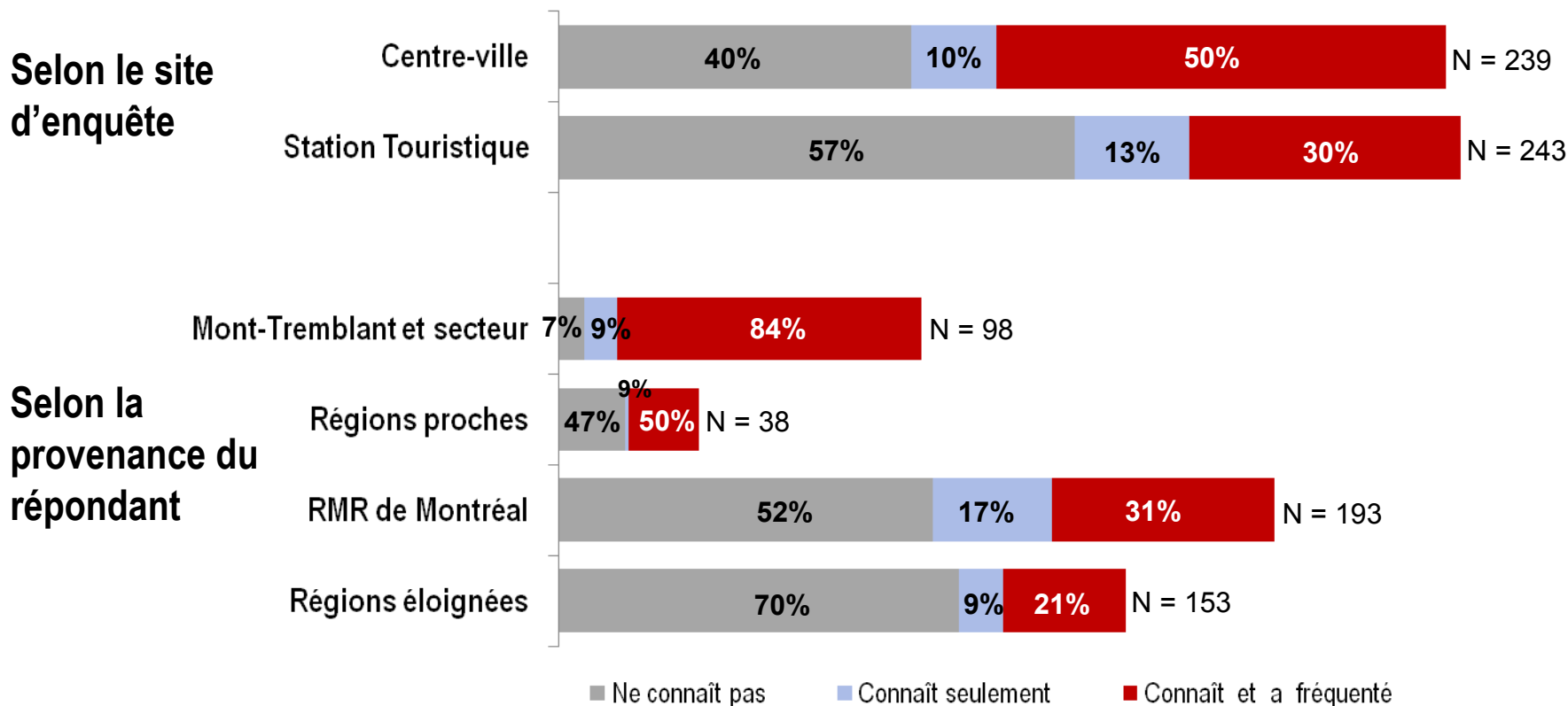
ZONE D'INFLUENCE
DE LA STRUCTURE COMMERCIALE
DU NOYAU VILLAGEOIS



Zone d'influence



Enquête de notoriété



Le Vieux Village est peu connu et très peu fréquenté par les gens de l'extérieur de Mont-Tremblant

Évaluation de la demande

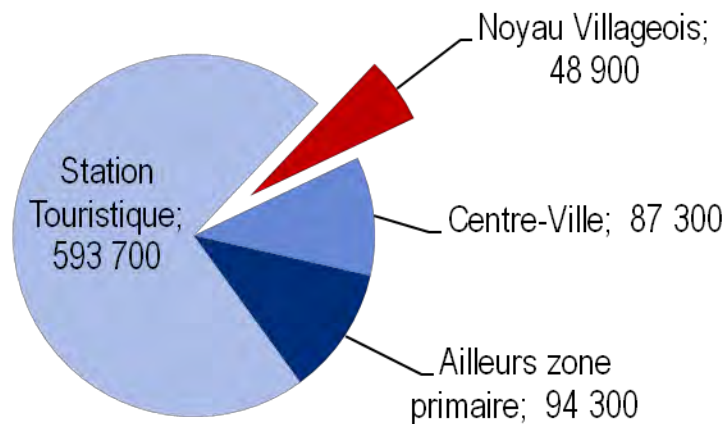
Populations de la zone d'influence

Les populations

Segments	Unités de mesure	Primaire	Secondaire	TOTAL
Population permanente	Personnes	9 084 ¹	13 325	22 409
Résidences secondaires et résidences de tourisme	Logements	5 728	5 552	11 280
Fréquentation touristique - hôtellerie	Touristes-jours annuels	824 200	59 500	883 700
Fréquentation touristique - camping	Emplacements-jours annuels	22 300	83 900	106 200
Travailleurs non résidents	Personnes	1 500	--	1 500

1) Population de Mont-Tremblant et de Lac-Tremblant-Nord

Le Noyau Villageois héberge seulement 6% des touristes



Évaluation de la demande

Potentiel global de la zone d'influence selon le type de clientèle et le groupe d'établissements, 2009

Groupe d'établissement	Résidents permanents	Villégiateurs et clients des résidences de tourisme	Touristes d'hôtellerie et campeurs	Travailleurs non résidents	TOTAL
Biens durables et semi durables	94 205 000 \$	25 033 000 \$	15 907 000 \$	0 \$	135 145 000 \$
Biens courants	89 686 000 \$	39 375 000 \$	1 221 400 \$	420 000 \$	130 702 400 \$
Services personnels	6 457 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 457 000 \$
Restaurants	22 202 000 \$	16 027 000 \$	31 408 000 \$	1 477 500 \$	71 114 500 \$
TOTAL	212 550 000 \$	80 435 000 \$	48 536 400 \$	1 897 500 \$	343 418 900 \$
%	62%	23%	14%	1%	100%

Source: Altus Géocom

Analyse de l'offre

- L'offre du **Noyau Villageois** : 44 locaux totalisant 12 241 m²
 - Plus dense à l'ouest du lac Moore (échelle humaine, pédestre)
 - Maison converties; image « petit air d'antan »
 - Structure typologique largement dominée par la restauration (43 %)



Structure commerciale du Noyau Villageois

Analyse de l'offre Noyau Villageois



	Locaux	Superficie locative brute		%
		Pieds carrés	Mètres carrés	
Magasins de biens durables et semi durables				
Meubles et accessoires de décoration ¹	3	5 509	512	5%
Quincailleries	1	2 905	270	3%
Magasins de vêtements	0	0	0	0%
Bijouteries	1	366	34	0%
Articles de sport ²	5	18 958	1 762	18%
Autres magasins au détail divers ³	2	3 766	350	4%
Sous-total	12	31 504	2 928	31%
Magasins de biens courants				
Supermarchés ou épiceries	1	10 545	980	10%
Dépanneurs	1	1 905	177	2%
Sous-total	2	12 450	1 157	12%
Services				
Services financiers (guichet Desjardins)	1	108	10	0%
Autres services ⁴	6	10 830	1 007	11%
Sous-total	7	10 938	1 017	11%
Restaurants ⁵	13	43 731	4 064	43%
Commerces associés à l'automobile	1	3 981	370	4%
Total, superficie occupée	35	102 604	9 536	100%
Locaux vacants ⁶	9	29 106	2 705	
TOTAL	44	131 710	12 241	

Source: Altus Géocom, sur la base des données fournies par la Ville de Mont-Tremblant

- 1) Accent Décor a été considéré même si, au moment de notre visite sur le terrain, il semblait fermé. Les deux autres magasins de cette catégorie sont: Jardin d'Hiver et Luminaire Aurora.
- 2) Une partie des activités de ces établissements est la location d'équipements.
- 3) Equator (vente d'appareils d'exercice) et Ateliers du Village (artisanat)
- 4) Quatre agences immobilières, un ébéniste / rembourreur et un service de location de vélos.
- 5) Incluant les terrasses. Dans le cas de l'Auberge Sauvignon, 25% de la SLB totale a été considérée pour le restaurant.
- 6) Excluant les terrains vacants

Analyse de l'offre

- L'inoccupation est un problème sur le **chemin du Village** : 9 locaux totalisant 2 705 m² soit un taux de **22 %**
 - Plusieurs fermetures ou relocalisations récentes: Meubles Toquade, Sol Chic, Boutique Aventure, Décor Mont-Tremblant.
 - Relocalisation dans des sites à plus haute visibilité et offrant de meilleures conditions d'accessibilité (montée Ryan et Promenades Tremblant (Route 117)).

