

BUTGENBACH



*Enquêtes réalisées à la sortie du parking, de la cafétéria et de la
Piscine de Worriken*

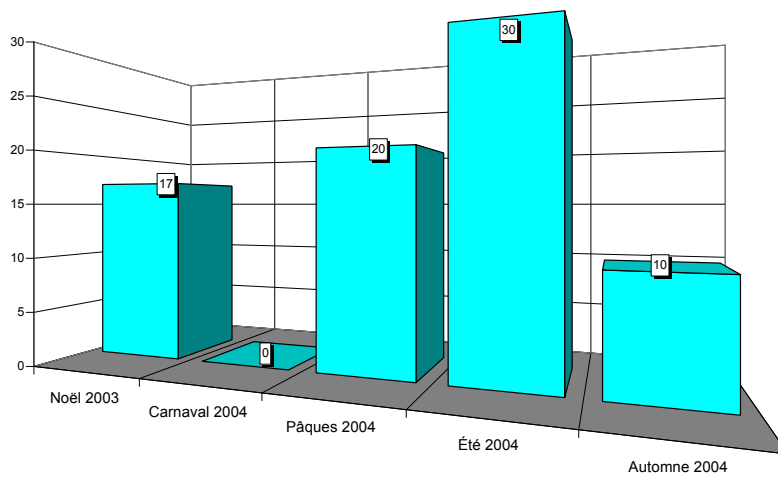


Situation en province de Liège

BUTGENBACH

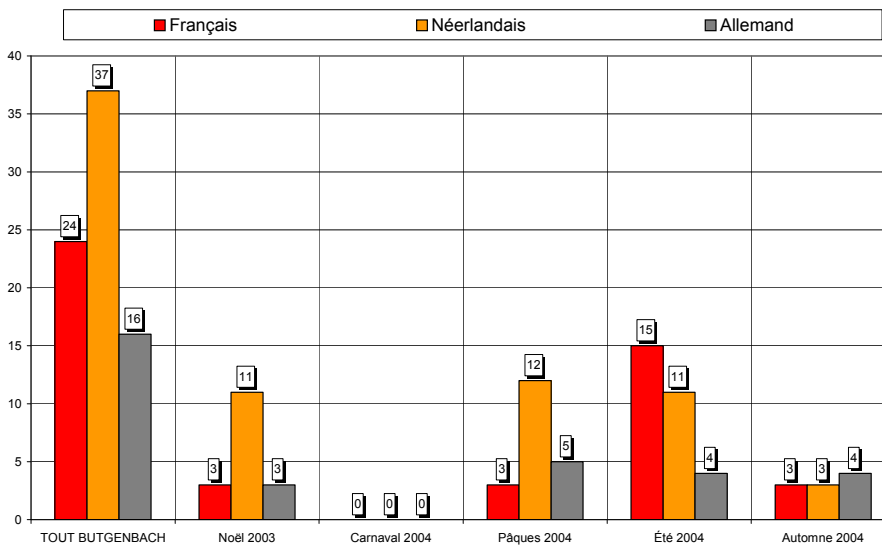


Nombre de questionnaires, saison par saison



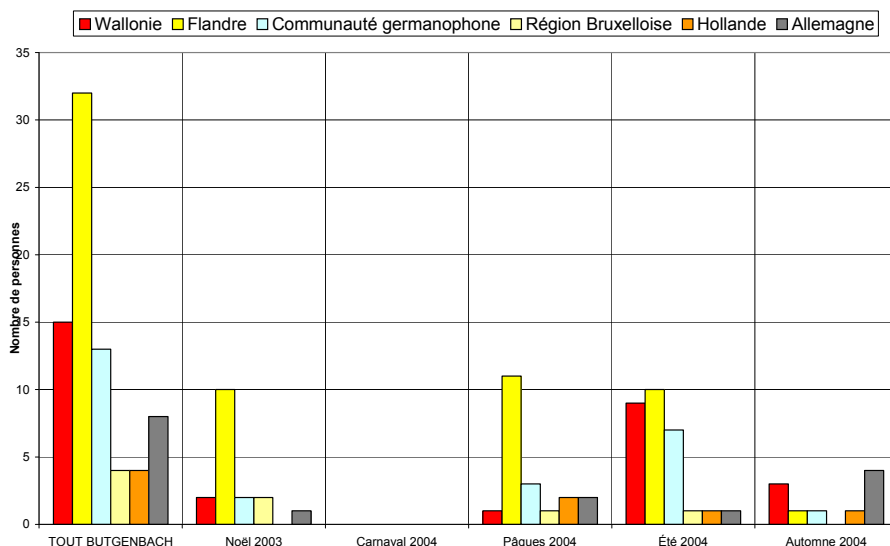
Au total, 77 questionnaires ont été recueillis en 4 vagues d'enquêtes (5 jours d'entretiens). Cet échantillon est globalement représentatif.

Langue des questionnaires



48% des questionnaires sont complétés en néerlandais, 31% en français et 21% en allemand.

Région d'origine des personnes interrogées



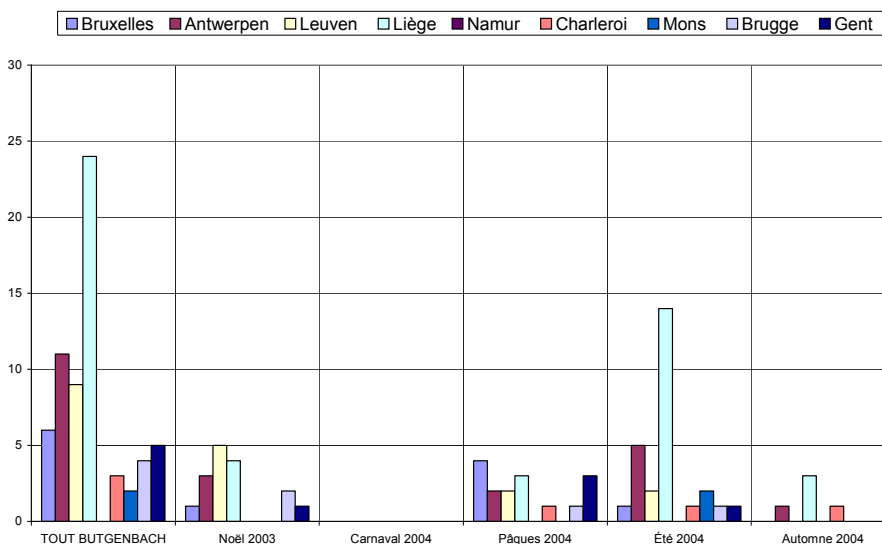
42% des personnes interrogées sont domiciliées en Flandre, 20% en Wallonie et 17% en Communauté germanophone.

Région d'origine pour les visiteurs provenant de Belgique

Dans les graphiques et les commentaires qui suivent, les « régions » sont définies par le premier chiffre du code postal :

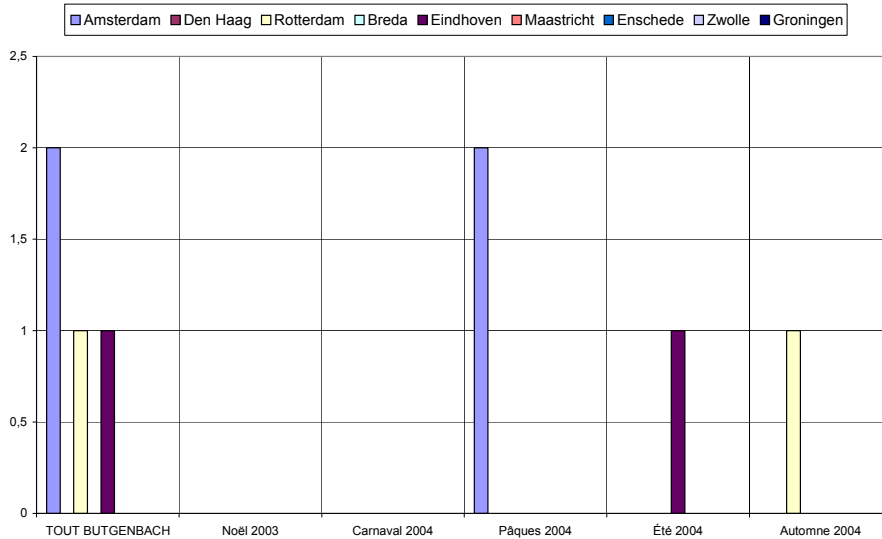
- ✓ la « région de Bruxelles » comprend les communes dont le numéro commence par le chiffre 1,
- ✓ la « région d'Anvers » comprend les communes dont le numéro commence par 2,
- ✓ la « région de Louvain », les communes dont le numéro commence par 3 et comprend donc le Limbourg,
- ✓ la « région de Liège », les communes dont le numéro commence par 4, y compris donc les Cantons de l'Est,
- ✓ la « région de Namur », les communes dont le numéro commence par 5,
- ✓ la « région de Charleroi », les communes dont le numéro commence par 6, donc également des communes du Luxembourg,
- ✓ la « région de Mons », les communes dont le numéro commence par 7,
- ✓ la « région de Bruges », les communes dont le numéro commence par 8,
- ✓ la « région de Gand », les communes dont le numéro commence par 9.

De même, les « régions » de Hollande sont également définies par le premier chiffre du code postal : Amsterdam, 1 ; La Haye, 2 ; Maastricht, 6 etc.



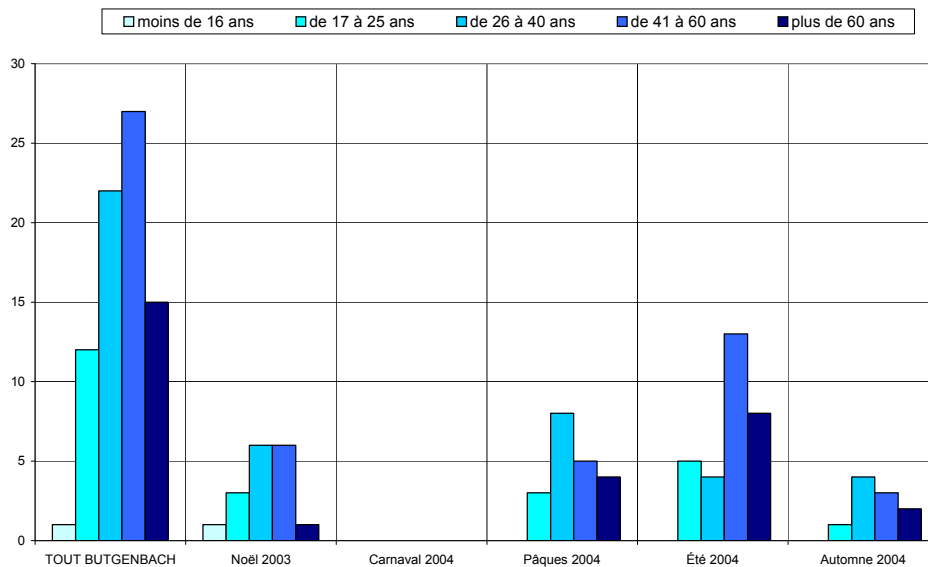
Les visiteurs belges proviennent essentiellement de la région liégeoise (38%).

Région d'origine pour les visiteurs provenant de Hollande

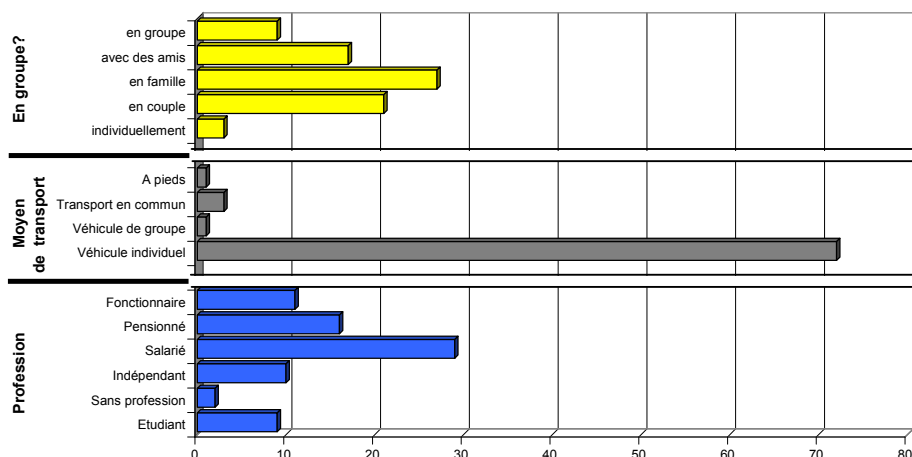


Critère peu représentatif, donné à titre purement indicatif.

Caractéristiques des visiteurs interrogés



Les tranches d'âge des 41-60 ans et des 26-40 ans prédominent.

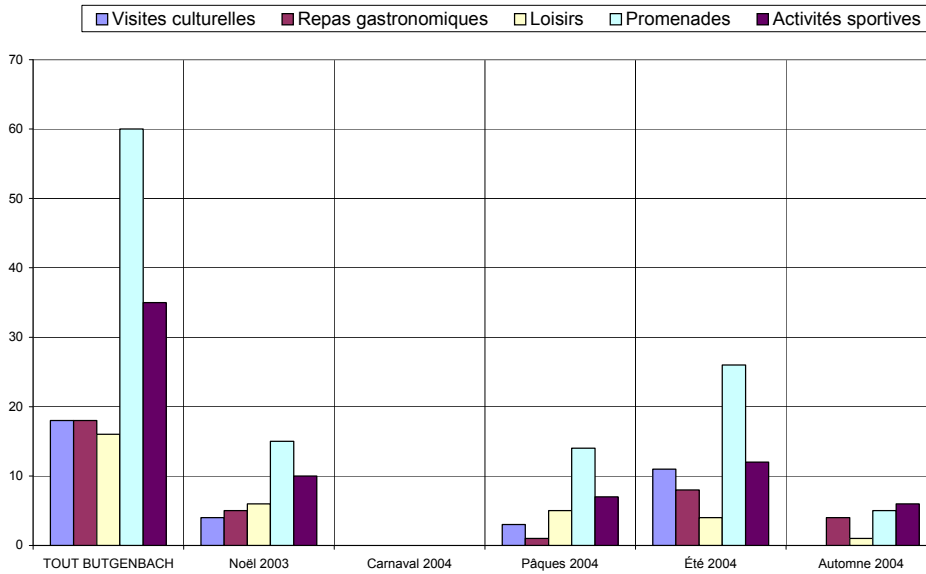


✓ 62% des personnes interrogées viennent en couple ou en famille.

✓ Le véhicule individuel est pratiquement le seul moyen de transport utilisé (94%).

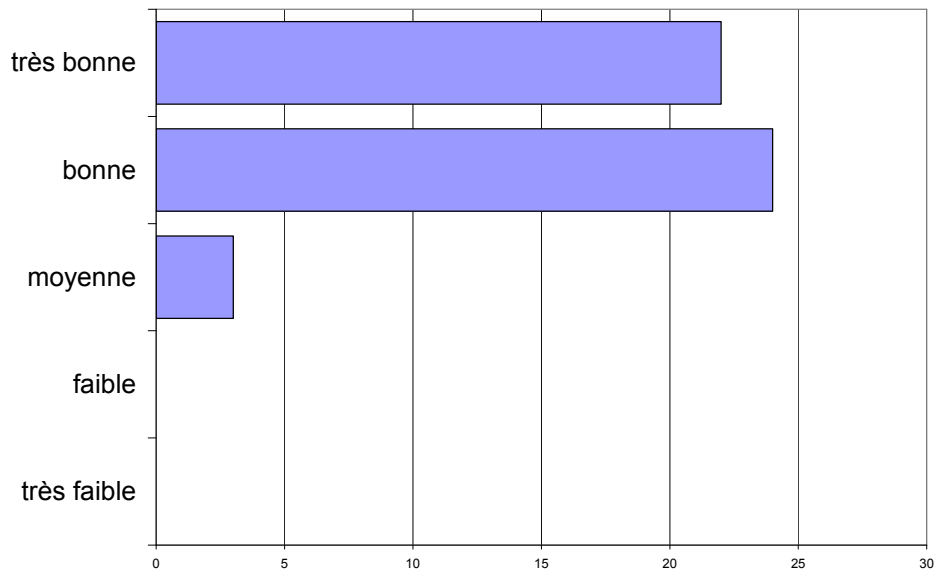
✓ Les salariés sont les plus nombreux (38%).

Activités touristiques pratiquées



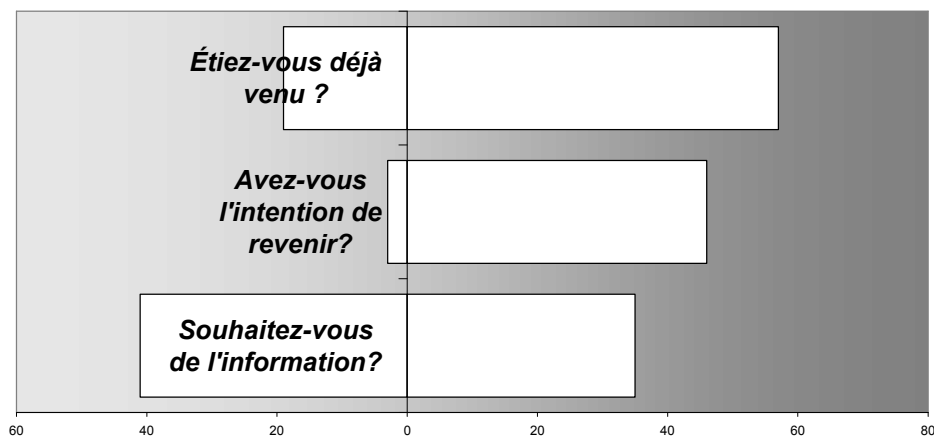
Promenades et activités sportives sont les activités les plus fréquemment citées.

Appréciation de l'endroit touristique



L'appréciation de la région est bonne à très bonne.

Fréquentation

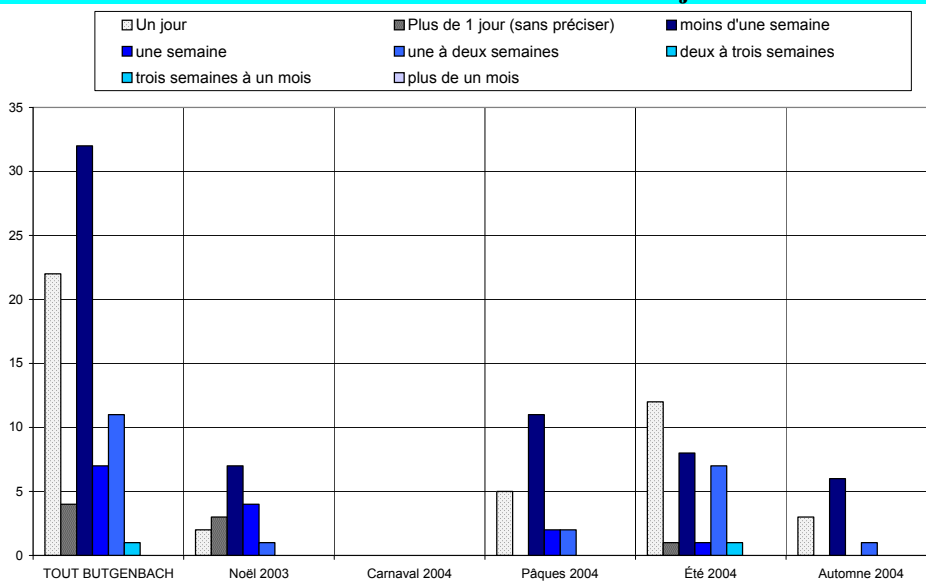


✓ 75% des personnes interrogées sont déjà venues dans la région.

✓ 94% ont l'intention d'y revenir.

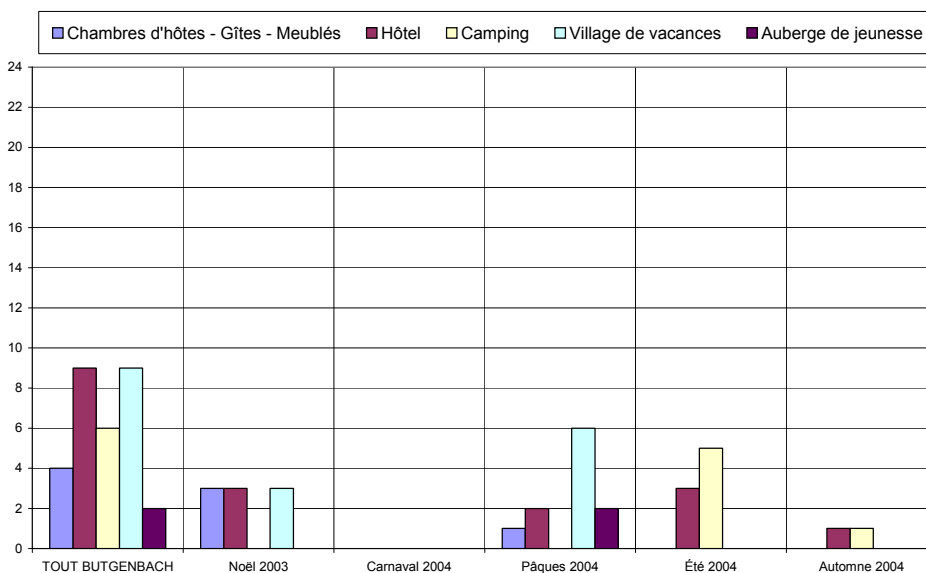
✓ 46% souhaitent être informées des activités futures.

Durée du séjour

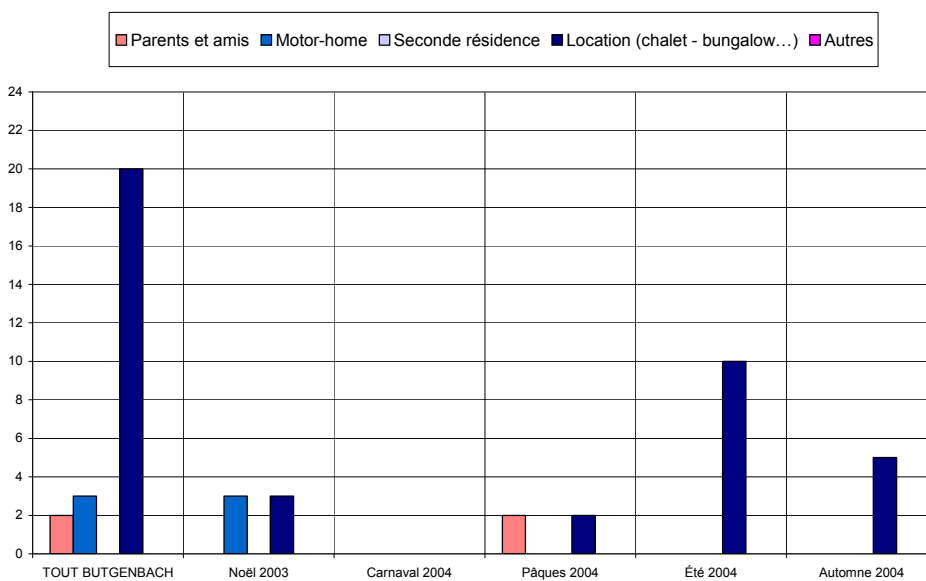


Le tourisme résidentiel représente 71%.

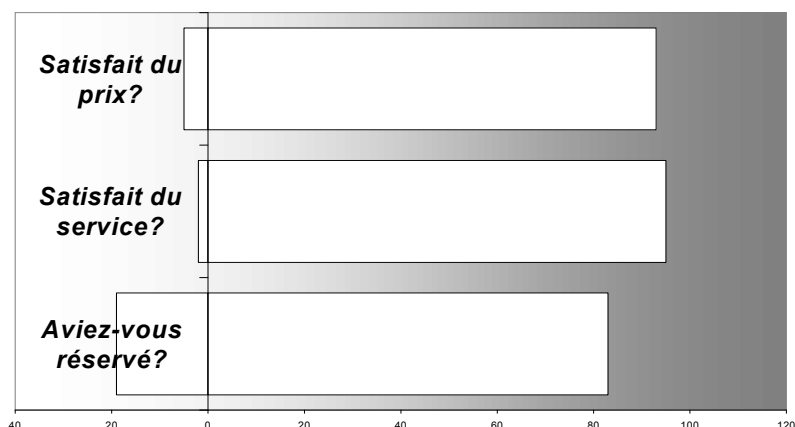
Hébergement



Les types d'hébergement les plus fréquentés sont les locations (36%), les hôtels (16%) et les villages de vacances (16%).

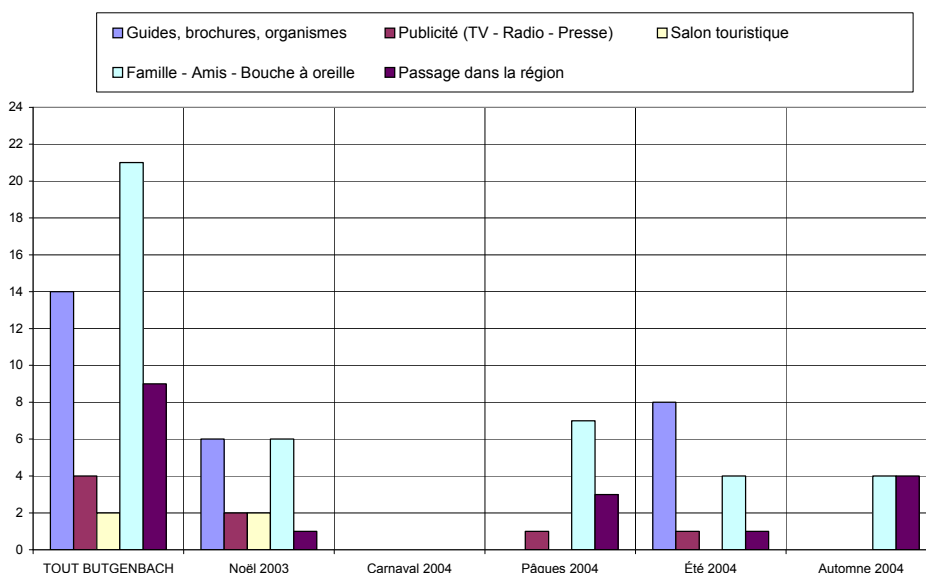


Satisfaction en matière d'hébergement

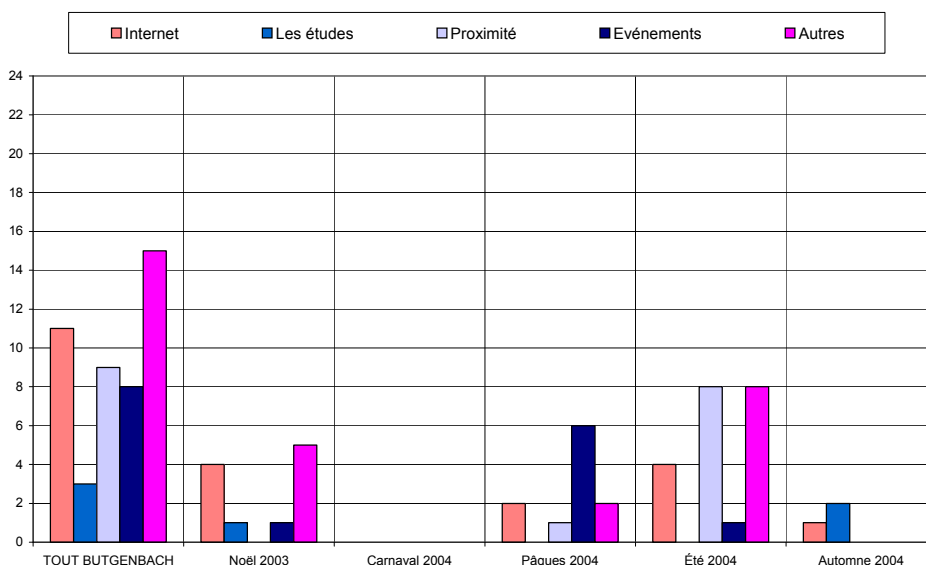


Le taux de satisfaction concernant l'hébergement est très élevé tant pour les prix que les services offerts. Remarque : il y a 87% de réservations.

Sources d'information et de documentation



Les principales sources d'information sont le bouche à oreille (22%) et les guides & brochures (15%) et l'Internet (12%).



ANALYSE VERTICALE – DIFFERENCES SIGNIFICATIVES

CRITERES	Année 2004 comparée à Année 2003	Année 2005 comparée à Année 2004
Nombre de questionnaire	Moins de questionnaires, une vague en moins	
Langue des questionnaires	Plus de questionnaires complétés en allemand	
Région d'origine des personnes interrogées	Moins de wallons, plus de visiteurs domiciliés en communauté germanophone	
Région d'origine pour les visiteurs provenant de Belgique		
Région d'origine pour les visiteurs provenant de Hollande		
Caractéristiques des visiteurs interrogés		
Activités touristiques pratiquées	Hausse des activités sportives	
Appréciation de l'endroit touristique		
Fréquentation		
Durée du séjour	Hausse de la durée du séjour	
Hébergement	Plus de locations, moins de campings	
Satisfaction en matière d'hébergement	Augmentation du nombre de réservations	
Sources d'information et de documentation	Hausse de l'Internet	

ANALYSE VERTICALE - QUESTIONS OUVERTES

	2003	2004	2005
Points positifs	Nature : 92 x	Nature : 38 x	
	Lac : 10 x		
	Propreté : 9 x		
	Accueil : 9 x	Accueil : 6 x	
		Activités sportives : 7 x	
Points négatifs	Accessibilité : 14 x	Accessibilité : 6 x	
	Toilettes : 5 x		
		Animations : 9 x	

165 Questionnaires

77 Questionnaires

TOUT BUTGENBACH	BUTGENBACH		Noël 2003		Carnaval 2004		Pâques 2004		Été 2004		Automne 2004	
	Date : du au	27-déc 16-oct	du au	27-déc 27-déc	du au		du au	9-avr 9-avr	du au	26-juil 11-août	du au	16-oct 16-oct
Langue du formulaire												
Français	24	31,2%	3	17,6%	0	-	3	15,0%	15	50,0%	3	30,0%
Néerlandais	37	48,1%	11	64,7%	0	-	12	60,0%	11	36,7%	3	30,0%
Allemand	16	20,8%	3	17,6%	0	-	5	25,0%	4	13,3%	4	40,0%
Nombres	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours
	77	5	17	1	0	0	20	1	30	2	10	1
	[15 Q. par jour]		[17 Q. par jour sur 1 site(s)]				[20 Q. par jour sur 1 site(s)]		[15 Q. par jour sur 1 site(s)]		[10 Q. par jour sur 1 site(s)]	
Domicile												
Wallonie	15	19,5%	2	11,8%	0	-	1	5,0%	9	30,0%	3	30,0%
Flandre	32	41,6%	10	58,8%	0	-	11	55,0%	10	33,3%	1	10,0%
Communauté germanophone	13	16,9%	2	11,8%	0	-	3	15,0%	7	23,3%	1	10,0%
Région Bruxelloise	4	5,2%	2	11,8%	0	-	1	5,0%	1	3,3%	0	0,0%
Hollande	4	5,2%	0	0,0%	0	-	2	10,0%	1	3,3%	1	10,0%
France	1	1,3%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%
Allemagne	8	10,4%	1	5,9%	0	-	2	10,0%	1	3,3%	4	40,0%
Luxembourg	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Angleterre	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Autre	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Zone postale belge												
Bruxelles	6	9,4%	1	6,3%	0	-	4	25,0%	1	3,7%	0	0,0%
Antwerpen	11	17,2%	3	18,8%	0	-	2	12,5%	5	18,5%	1	20,0%
Leuven	9	14,1%	5	31,3%	0	-	2	12,5%	2	7,4%	0	0,0%
Liège	24	37,5%	4	25,0%	0	-	3	18,8%	14	51,9%	3	60,0%
Namur	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Charleroi	3	4,7%	0	0,0%	0	-	1	6,3%	1	3,7%	1	20,0%
Mons	2	3,1%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	2	7,4%	0	0,0%
Brugge	4	6,3%	2	12,5%	0	-	1	6,3%	1	3,7%	0	0,0%
Gent	5	7,8%	1	6,3%	0	-	3	18,8%	1	3,7%	0	0,0%
Zone postale néerlandaise												
Amsterdam	2	50,0%	0	-	0	-	2	100,0%	0	0,0%	0	0,0%
Den Haag	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Rotterdam	1	25,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%
Breda	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Eindhoven	1	25,0%	0	-	0	-	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%
Maastricht	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Enschede	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Zwolle	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Groningen	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Zone postale allemande												
Dresde	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Berlin	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Hambourg	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Hanovre	1	12,5%	1	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Düsseldorf	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Cologne	6	75,0%	0	-	0	-	1	-	1	-	4	-
Francfort	1	12,5%	0	-	0	-	1	-	0	-	0	-
Stuttgart	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Munich	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Nuremberg	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Age												
moins de 16 ans	1	1,3%	1	5,9%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
de 17 à 25 ans	12	15,6%	3	17,6%	0	-	3	15,0%	5	16,7%	1	10,0%
de 26 à 40 ans	22	28,6%	6	35,3%	0	-	8	40,0%	4	13,3%	4	40,0%
de 41 à 60 ans	27	35,1%	6	35,3%	0	-	5	25,0%	13	43,3%	3	30,0%
plus de 60 ans	15	19,5%	1	5,9%	0	-	4	20,0%	8	26,7%	2	20,0%
Profession												
Etudiant	9	11,7%	1	5,9%	0	-	2	10,0%	5	16,7%	1	10,0%
Sans profession	2	2,6%	1	5,9%	0	-	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%
Indépendant	10	13,0%	3	17,6%	0	-	3	15,0%	3	10,0%	1	10,0%
Salaré	29	37,7%	11	64,7%	0	-	6	30,0%	7	23,3%	5	50,0%
Pensionné	16	20,8%	1	5,9%	0	-	4	20,0%	9	30,0%	2	20,0%
Fonctionnaire	11	14,3%	0	0,0%	0	-	5	25,0%	5	16,7%	1	10,0%
Moyen de Transport												
Véhicule individuel	72	93,5%	17	100,0%	0	-	19	95,0%	29	96,7%	7	70,0%
Véhicule de groupe	1	1,3%	0	0,0%	0	-	1	5,0%	0	0,0%	0	0,0%
Transport en commun	3	3,9%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	3	30,0%
A pieds	1	1,3%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%
Groupe												
individuellement	3	3,9%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	3	10,0%	0	0,0%
en couple	21	27,3%	2	11,8%	0	-	5	25,0%	12	40,0%	2	20,0%
en famille	27	35,1%	7	41,2%	0	-	7	35,0%	10	33,3%	3	30,0%
avec des amis	17	22,1%	5	29,4%	0	-	6	30,0%	3	10,0%	3	30,0%
en groupe	9	11,7%	3	17,6%	0	-	2	10,0%	2	6,7%	2	20,0%
Raison de la visite												
professionnelle	8	10,7%	1	5,9%	0	-	3	16,7%	4	13,3%	0	0,0%
touristique	67	89,3%	16	94,1%	0	-	15	83,3%	26	86,7%	10	100,0%
shopping	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
1ère visite ?												
Oui	19	25,0%	2	12,5%	0	-	6	30,0%	8	26,7%	3	30,0%
Non	57	75,0%	14	87,5%	0	-	14	70,0%	22	73,3%	7	70,0%
Activités pratiquées												
Visites culturelles	18	12,2%	4	10,0%	0	-	3	10,0%	11	18,0%	0	0,0%
Repas gastronomiques	18	12,2%	5	12,5%	0	-	1	3,3%	8	13,1%	4	25,0%
Loisirs	16	10,9%	6	15,0%	0	-	5	16,7%	4	6,6%	1	6,3%
Promenades	60	40,8%	15	37,5%	0	-	14	46,7%	26	42,6%	5	31,3%
Activités sportives	35	23,8%	10	25,0%	0	-	7	23,3%	12	19,7%	6	37,5%

Durée du séjour												
Un jour	22	28,6%	2	11,8%	0	-	5	25,0%	12	40,0%	3	30,0%
Plus de 1 jour (sans préciser)	4	5,2%	3	17,6%	0	-	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%
moins d'une semaine	32	41,6%	7	41,2%	0	-	11	55,0%	8	26,7%	6	60,0%
une semaine	7	9,1%	4	23,5%	0	-	2	10,0%	1	3,3%	0	0,0%
une à deux semaines	11	14,3%	1	5,9%	0	-	2	10,0%	7	23,3%	1	10,0%
deux à trois semaines	1	1,3%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%
trois semaines à un mois	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
plus de un mois	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Distance												
moins de 10 km	47	85,5%	14	93,3%	0	-	11	73,3%	16	88,9%	6	85,7%
de 10 à 50 km	7	12,7%	1	6,7%	0	-	4	26,7%	1	5,6%	1	14,3%
plus de 50 km	1	1,8%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	5,6%	0	0,0%
Hébergement												
Chambres d'hôtes - Gîtes - Meublés	4	7,3%	3	20,0%	0	-	1	6,7%	0	0,0%	0	0,0%
Hôtel	9	16,4%	3	20,0%	0	-	2	13,3%	3	16,7%	1	14,3%
Camping	6	10,9%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	5	27,8%	1	14,3%
Village de vacances	9	16,4%	3	20,0%	0	-	6	40,0%	0	0,0%	0	0,0%
Auberge de jeunesse	2	3,6%	0	0,0%	0	-	2	13,3%	0	0,0%	0	0,0%
Parents et amis	2	3,6%	0	0,0%	0	-	2	13,3%	0	0,0%	0	0,0%
Motor-home	3	5,5%	3	20,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Seconde résidence	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Location (chalet - bungalow...)	20	36,4%	3	20,0%	0	-	2	13,3%	10	55,6%	5	71,4%
Autres	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Services OK ?												
Oui	54	100,0%	15	100,0%	0	-	14	100,0%	18	100,0%	7	100,0%
Non	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Prix OK ?												
Oui	47	87,0%	11	73,3%	0	-	15	100,0%	17	94,4%	4	66,7%
Non	7	13,0%	4	26,7%	0	-	0	0,0%	1	5,6%	2	33,3%
Réservation												
Oui	46	86,8%	12	92,3%	0	-	13	86,7%	14	77,8%	7	100,0%
Non	7	13,2%	1	7,7%	0	-	2	13,3%	4	22,2%	0	0,0%
Déjà visité le site ?												
Oui	8	88,9%	2	66,7%	0	-	0	-	6	100,0%	0	-
Non	1	11,1%	1	33,3%	0	-	0	-	0	0,0%	0	-
Source d'info												
Guides, brochures, organismes	14	14,6%	6	21,4%	0	-	0	0,0%	8	22,9%	0	0,0%
Publicité (TV - Radio - Presse)	4	4,2%	2	7,1%	0	-	1	4,5%	1	2,9%	0	0,0%
Salon touristique	2	2,1%	2	7,1%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Famille - Amis - Bouche à oreille	21	21,9%	6	21,4%	0	-	7	31,8%	4	11,4%	4	36,4%
Passage dans la région	9	9,4%	1	3,6%	0	-	3	13,6%	1	2,9%	4	36,4%
Internet	11	11,5%	4	14,3%	0	-	2	9,1%	4	11,4%	1	9,1%
Les études	3	3,1%	1	3,6%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	2	18,2%
Proximité	9	9,4%	0	0,0%	0	-	1	4,5%	8	22,9%	0	0,0%
Evénements	8	8,3%	1	3,6%	0	-	6	27,3%	1	2,9%	0	0,0%
Autres	15	15,6%	5	17,9%	0	-	2	9,1%	8	22,9%	0	0,0%
Appréciation												
très faible	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
faible	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
moyenne	3	6,1%	1	9,1%	0	-	0	0,0%	1	3,7%	1	20,0%
bonne	24	49,0%	4	36,4%	0	-	5	83,3%	15	55,6%	0	0,0%
très bonne	22	44,9%	6	54,5%	0	-	1	16,7%	11	40,7%	4	80,0%
Intention de revenir												
Oui	46	93,9%	11	100,0%	0	-	6	100,0%	24	88,9%	5	100,0%
Non	3	6,1%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	3	11,1%	0	0,0%
Info ?												
Oui	35	46,1%	12	70,6%	0	-	10	52,6%	7	23,3%	6	60,0%
Non	41	53,9%	5	29,4%	0	-	9	47,4%	23	76,7%	4	40,0%

1	BUTGENBACH	[Site N°] 1.15 Organisme	[Site N°] 2.4.s Pt faible Site/Rég	[Site N°] 2.5.s Pt FORT Site/Rég	[Site N°] 3.1 Commentaires
2	Site N° : 14	14.5 Téléphoner Pour Réserver	14.5 trop peu pour les touristes	14.5 nature	14.5 un grand centre commercial (les allemands aiment bien)
3	Campagne : 1	14.5 Ont Téléphoné Sur Place Pour Réserver	14.5 rien pour les jeunes même si les gens sont plus âgés	14.5 nature	14.5 plus pour les jeunes,qu'ils ne soient pas toujours dans les restaurants ou cafés
4	du	14.5 Internet,Téléphoner Pour Réserver	14.5 mauvais temps	14.5 nature	14.5 plus de possibilités d'activités quand il pleut
5	27-déc-03	14.5 Internet	14.4 plus de vie dans worriken	14.5 beau,venant de la ville ils sont contents de voir la nature	14.5 hospitalité
6	au	14.5 Des Amis Ont Réserve	14.4 l'éloignement	14.4 vue,nature,dépayement	14.5 gastronomie,nature,belle région
7	16-oct-04	14.4 Via Un Club De Sport	14.4 le coût	14.4 très beau,beau temps	14.5 construire un grand centre commercial
8		14.4 Via Un Club	14.4 indicateurs pour se promener	14.4 très beau	14.4 pas bien pour les petits enfants,piscine intérieure (très bien)
9		14.4 Via Internet,Via Le Guide Du Camping	14.4 guêpes	14.4 tourisme,honnété	14.4 ne pas inonder la région de touristes
10		14.4 Via Internet,Par Téléphone	14.4 excès de touristes quand lac rempli	14.4 sport	14.4 c'est un très beau centre de sport avec beaucoup de possibilités d'activités
11		14.4 Via Internet	14.3 temps	14.4 promener	14.4 attention à la signalisation routière
12		14.4 Via Internet	14.3 temps	14.4 promenades	14.3 plus d'animation ex: cantine ouverte au soir, plus d'information sur la région
13		14.4 Via Des Amis	14.3 pas d'activités le soir, mieux indiqué le site à partir de Malmedy	14.4 paysage,jolie région	14.3 peu de pub sur Worriken
14		14.4 Syndicat D'Initiative	14.1 rues	14.4 nature,calme	14.3 informations seulement sur la saison hivernale
15		14.4 Office Du Tourisme	14.1 repas	14.4 nature,ballades dans les bois	14.1 signalisation pour promenades,discothèque trop fort
16		14.4 Maretour	14.1 moulins de vent	14.4 nature	14.1 routes à améliorer
17		14.4 Directement	14.1 mauvais balisage	14.4 nature	14.1 pas de banque ouverte
18		14.4 Direct À L'Hôtel	14.1 aucun	14.4 nature	14.1 mauvaise info sur attraction
19		14.4 Direct		14.4 nature	14.1 belle nature,région
20		14.3 Tournoi D'Échec		14.4 nature	
21		14.3 Tournoi D'Échec		14.4 nature	
22		14.3 Tournoi D'Échec		14.4 l'organisation,l'entourage	
23		14.3 Téléphone		14.4 calme	
24		14.3 Organisation Du Championnat		14.4 calme	
25		14.3 Jet Air		14.4 belle région	
26		14.3 Jet Air		14.4 beauté	
27		14.3 Internet		14.4 beau	
28		14.3 Fédération Sportive		14.4 accueil,beauté de la région	
29		14.3 Direct		14.3 proximité, bon accueil, bonne nourriture	
30		14.3 Direct		14.3 nature	
31		14.3 Club Des Jeunes		14.3 nature	
32		14.1 Vkt		14.3 heureux	
33		14.1 Tourist Info		14.3 beaucoup de nature, peu d'industries	
34		14.1 Sur Place À La Pension		14.1 sports	
35		14.1 Sur Place (6Mois		14.1 nature,sports	

	Avant)			
36	14.1 Sur Place		14.1 nature, mentalité des gens	
37	14.1 Réservé Ici		14.1 nature, calme, paysage	
38	14.1 R Éservé Ici		14.1 nature, calme, parking	
39	14.1 Au Centre Worriken		14.1 nature, calme	
40	14.1 Agence De Voyage		14.1 nature	
41	14.1 Accueil		14.1 diversification	
42	14.1 À Un Club De Motorhome		14.1 beau, gens gentils	
43	14.1 À L'Hôtel Par Téléphone			