

# EUPEN



*Enquêtes réalisées en Ville et à la Chocolaterie Jacques*

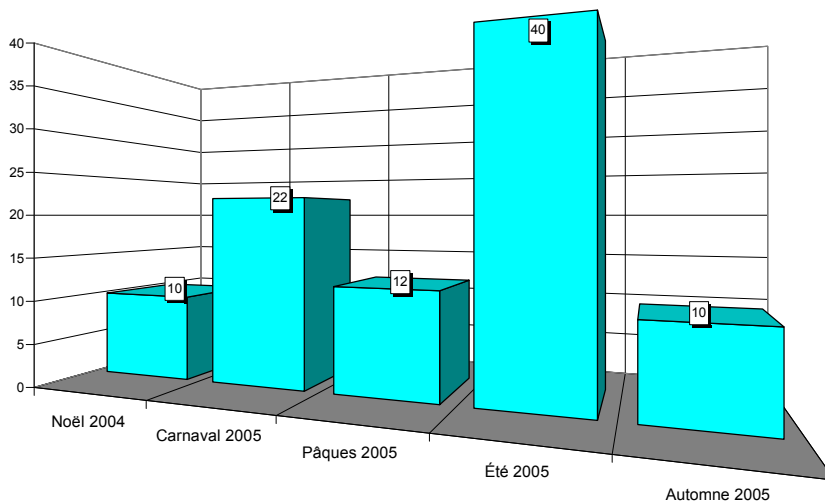


## Situation en province de Liège



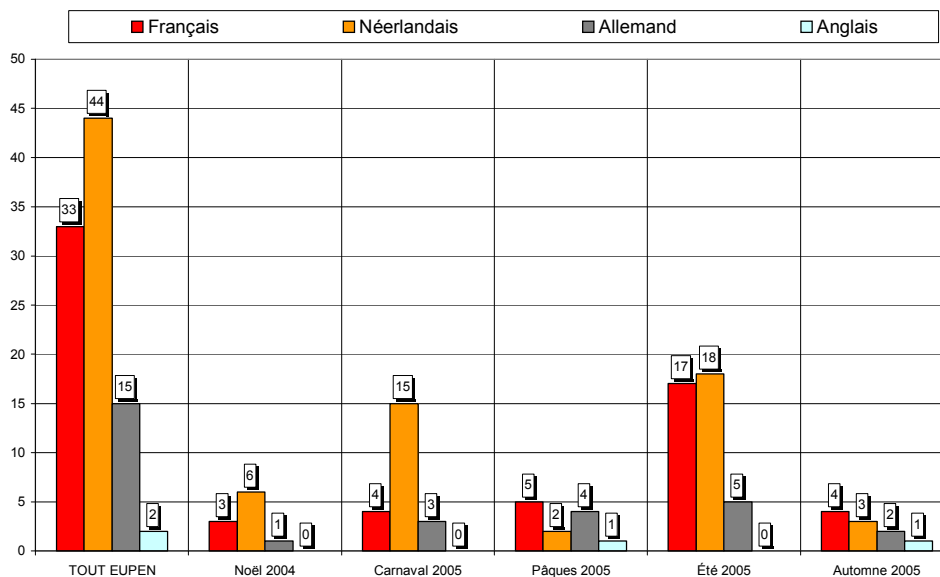
EUPEN

## Nombre de questionnaires, saison par saison



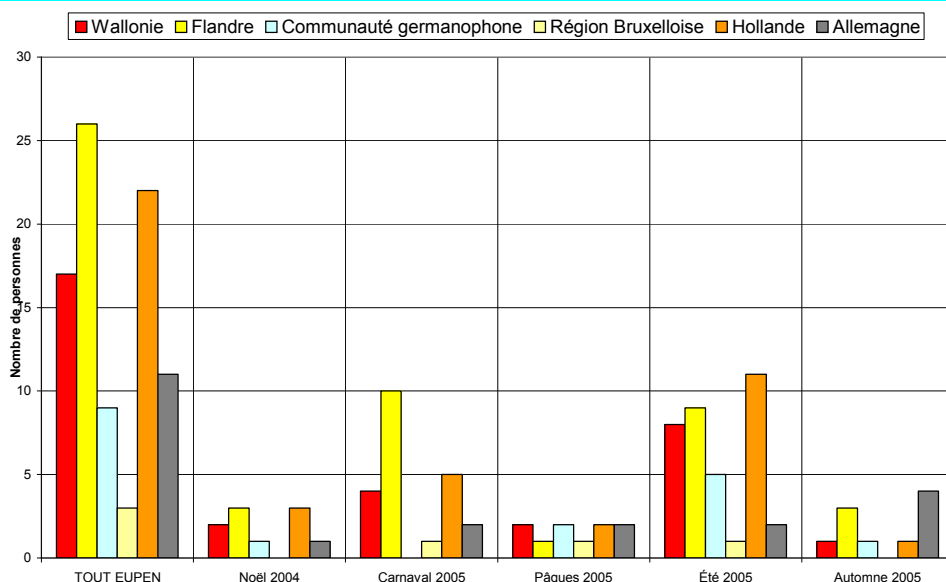
Au total, 94 questionnaires ont été recueillis en 5 vagues d'enquêtes (6 jours d'entretiens). Cet échantillon est globalement représentatif.

## Langue des questionnaires



47% des questionnaires sont complétés en néerlandais, 35% en français, 16% en allemand et 2% en anglais..

## Région d'origine des personnes interrogées



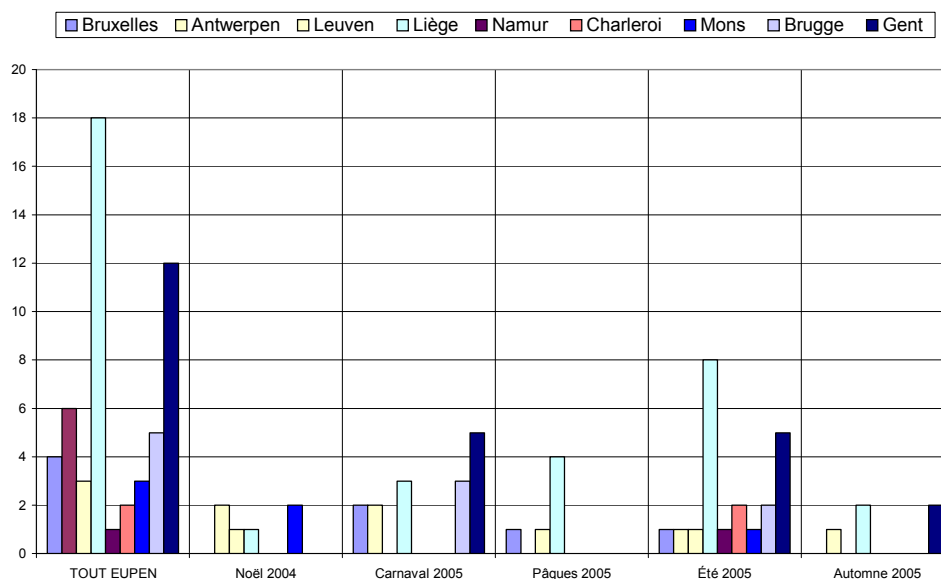
28% des personnes interrogées sont domiciliées en Flandre, 23% en Hollande, 18% en Wallonie et 12% en Allemagne.

## 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 :

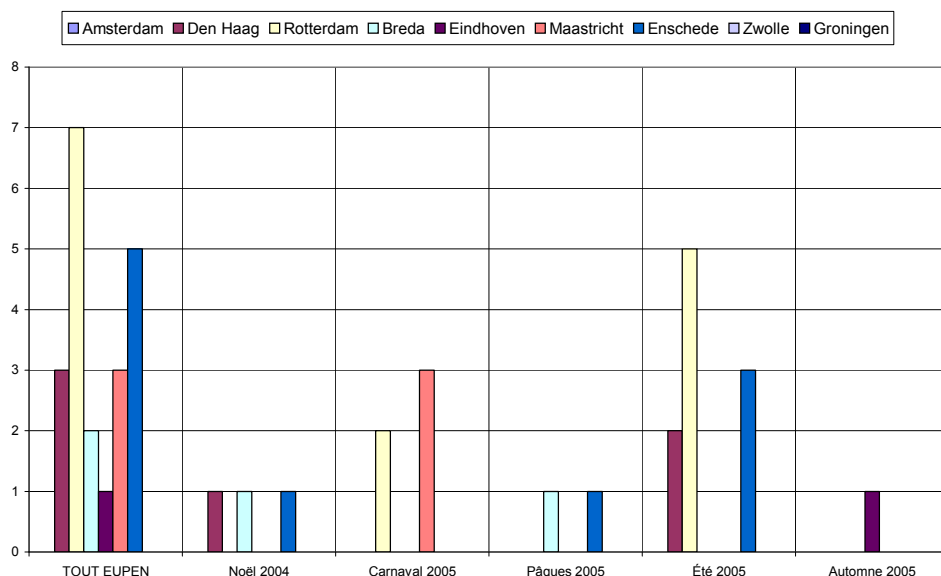
- ✓ la « région de Bruxelles » comprend les communes dont le numéro commence par le chiffre 1,
- ✓ la « région d'Anvers » comprend les communes dont le numéro commence par 2,
- ✓ la « région de Louvain », les communes dont le numéro commence par 3 et comprend donc le Limbourg,
- ✓ la « région de Liège », 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.



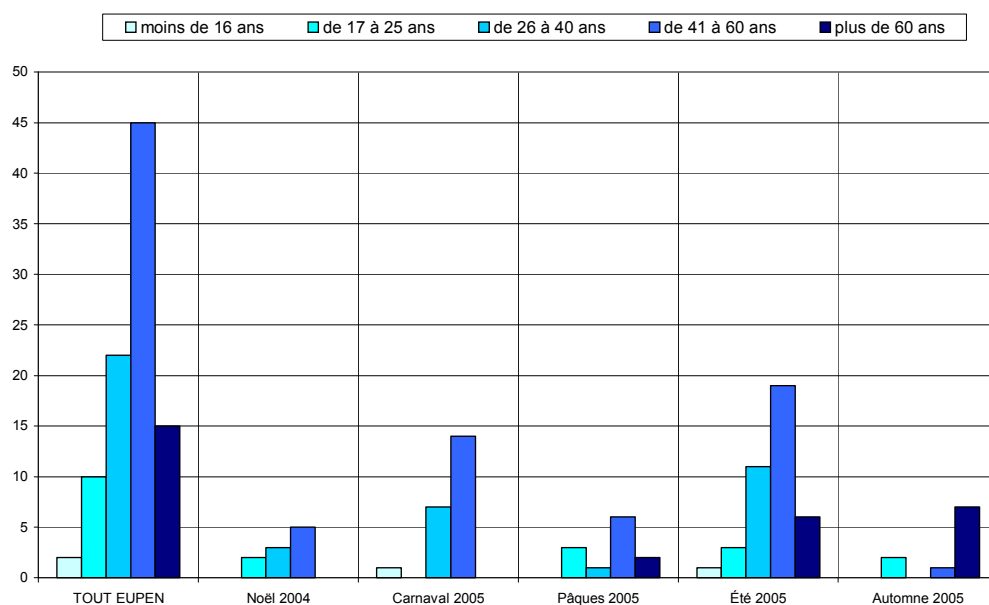
Les visiteurs belges proviennent essentiellement des régions liégeoise (33%) et gantoise (22%).

## Région d'origine pour les visiteurs provenant de Hollande

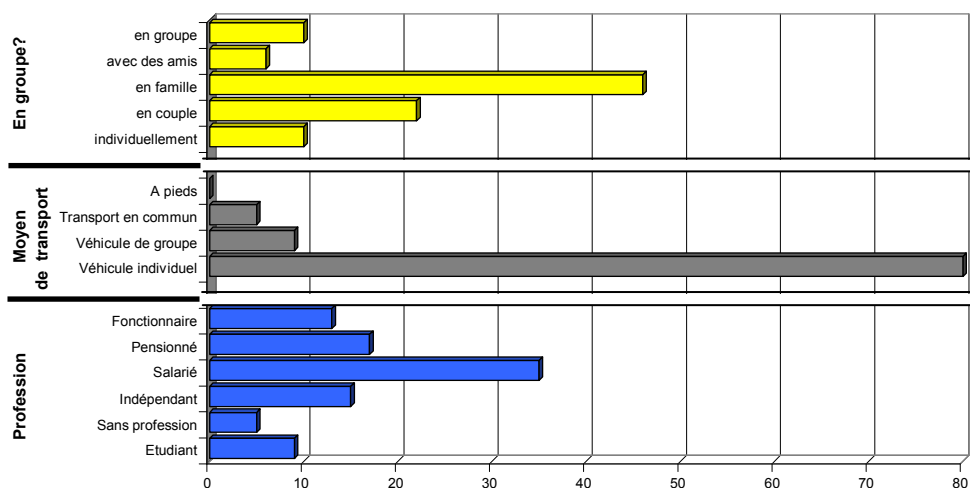


Les visiteurs hollandais proviennent de toutes les régions de Hollande.

## Caractéristiques des visiteurs interrogés



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

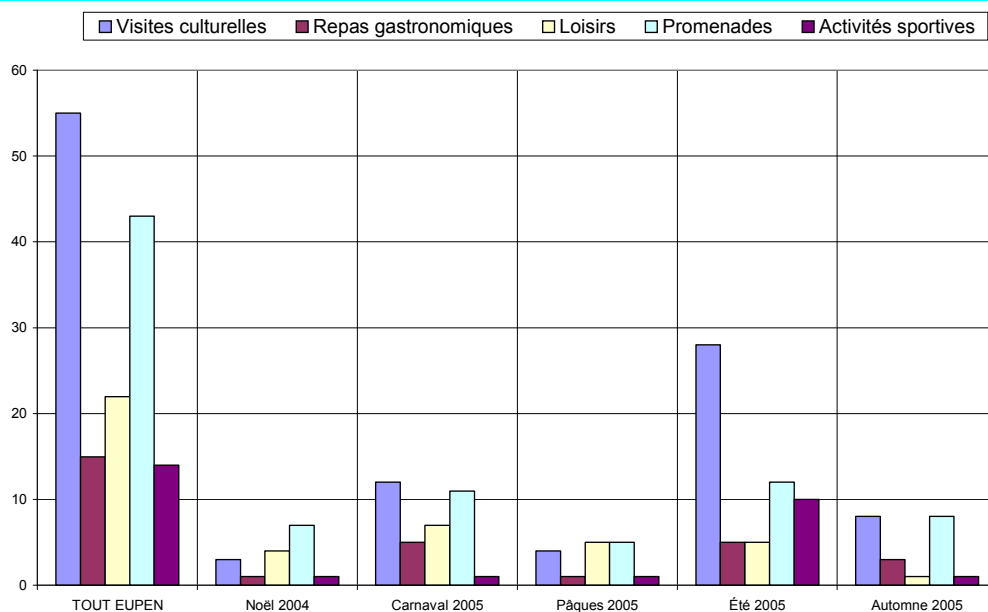


✓ 72% des personnes interrogées viennent en couple ou en famille.

✓ Le véhicule individuel est pratiquement le seul moyen de transport utilisé (85%).

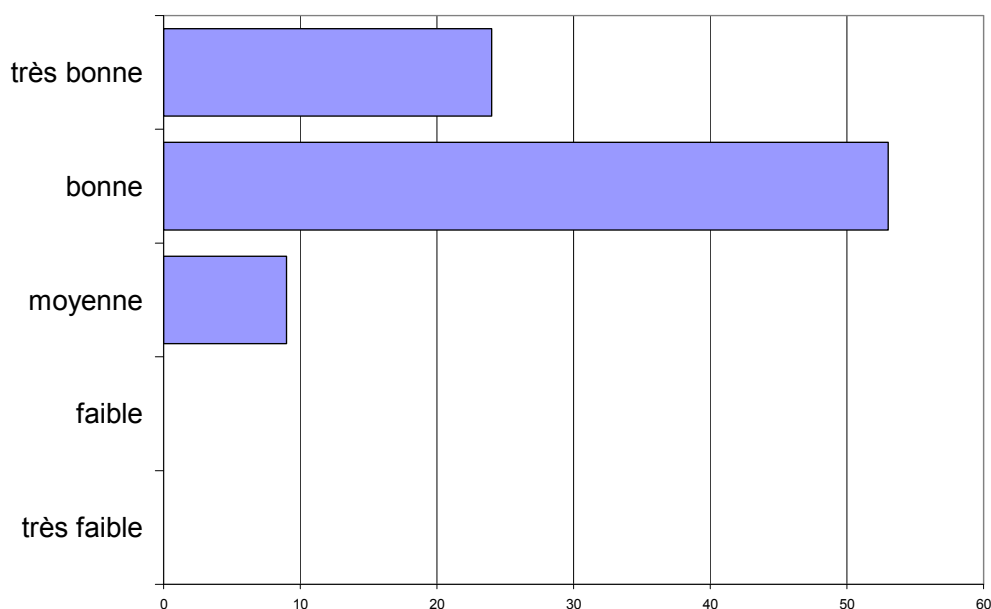
✓ Les salarés sont les plus nombreux (37%).

## Activités touristiques pratiquées



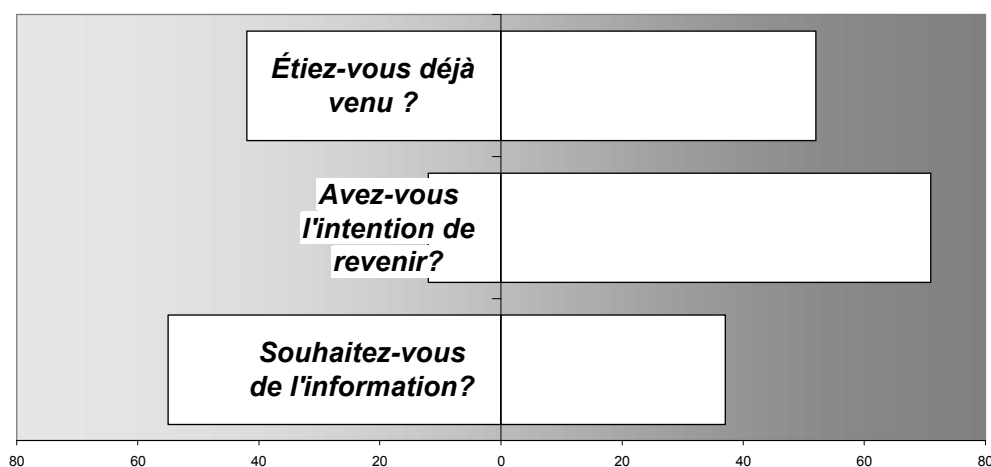
Visites culturelles et promenades sont les activités les plus fréquemment citées.

## Appréciation de l'endroit touristique



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

## Fréquentation

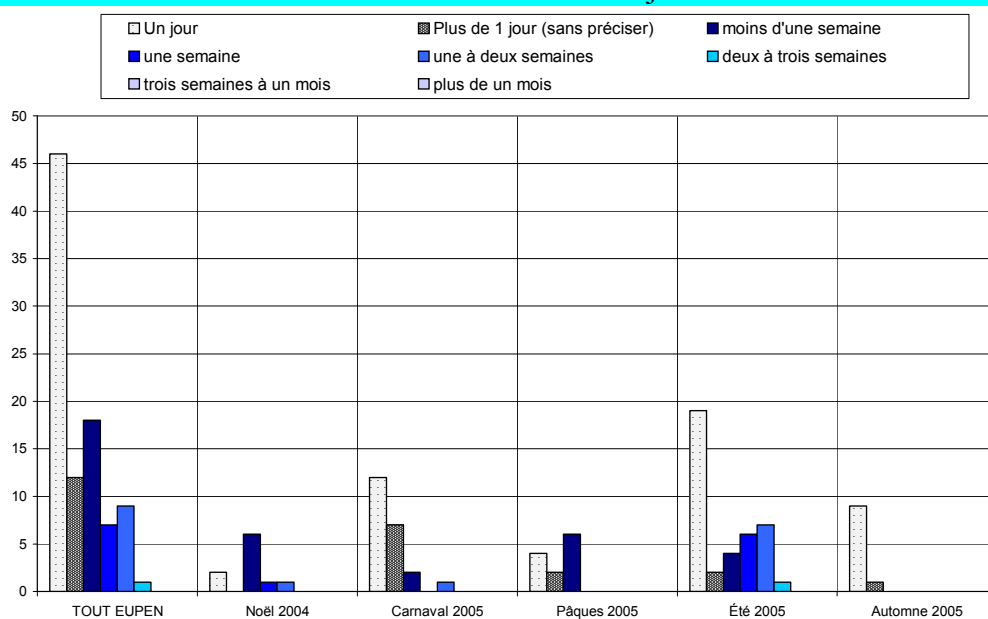


✓ 55% des personnes interrogées sont déjà venues dans la région.

✓ 86% ont l'intention d'y revenir.

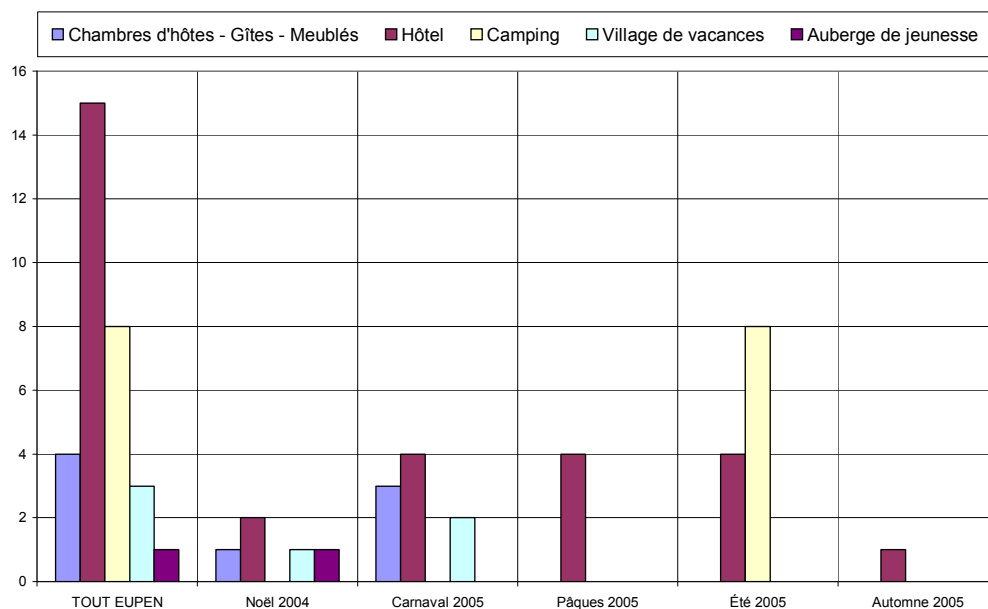
✓ 40% souhaitent être informées des activités futures.

## Durée du séjour

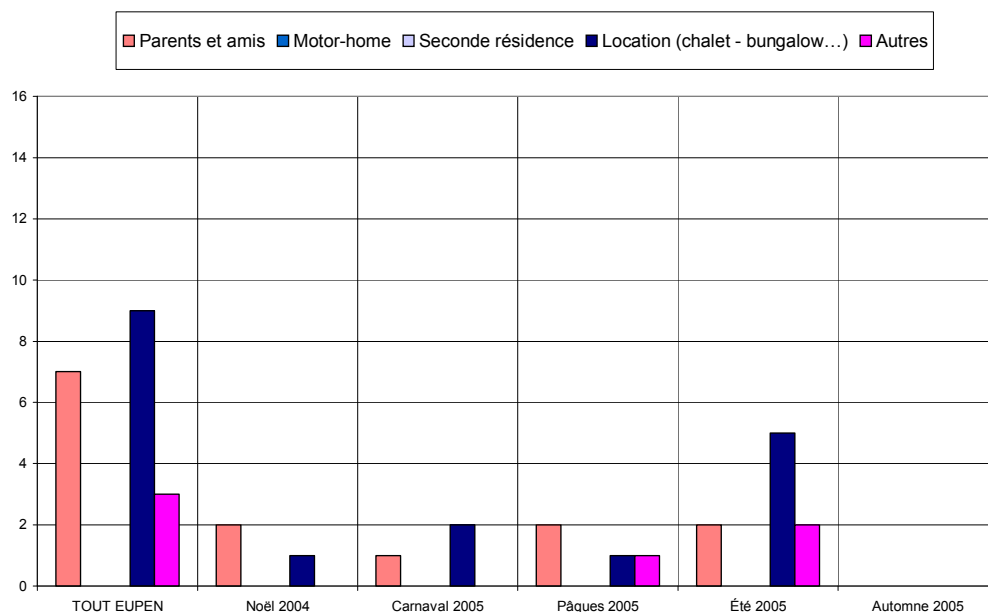


Le tourisme d'un jour et résidentiel se répartissent équitablement.

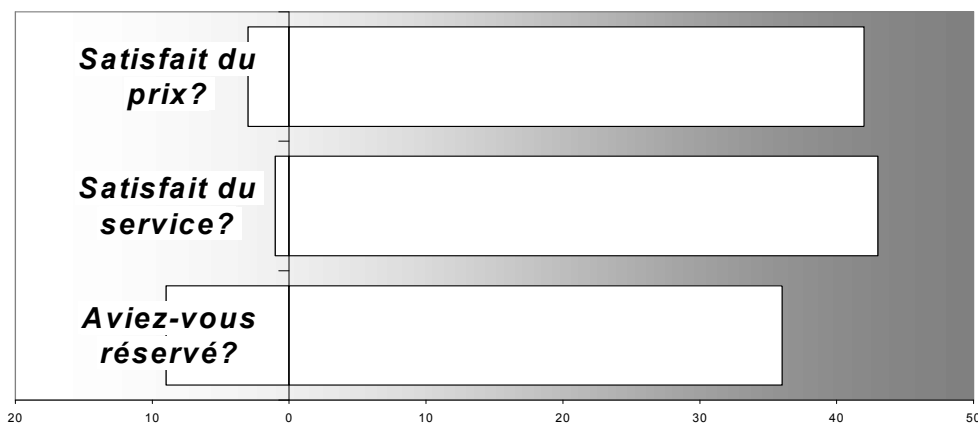
## Hébergement



Les types d'hébergement les plus fréquentés sont les hôtels (30%), les locations (18%) et les campings (16%).

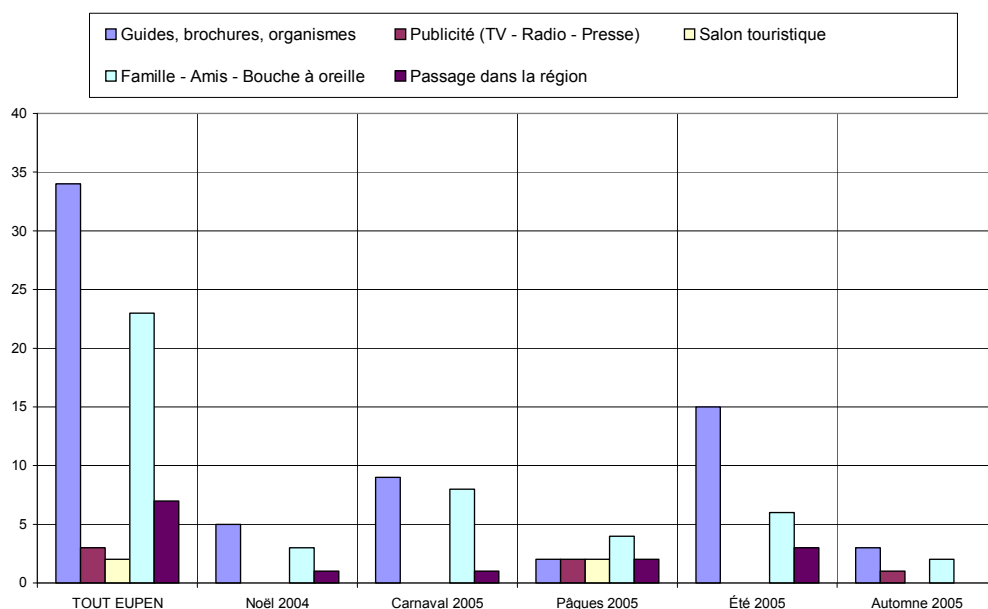


## Satisfaction en matière d'hébergement

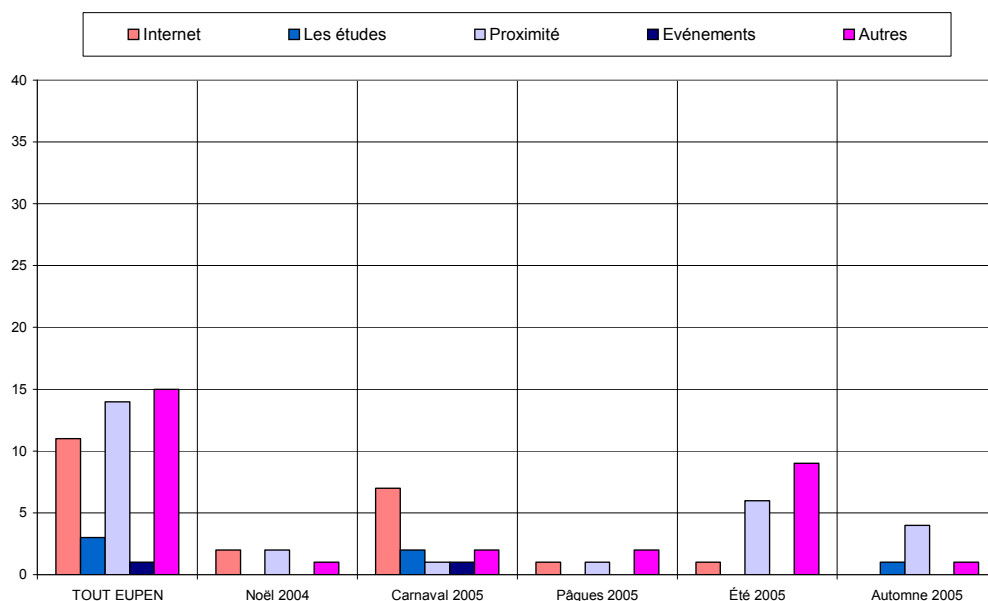


Le taux de satisfaction concernant l'hébergement est très élevé tant pour les prix que les services offerts. Remarque : il y a 80% de réservations.

## Sources d'information et de documentation



Les principales sources d'information sont les guides & brochures (30%), le bouche à oreille (20%) et la proximité (12%).



## ANALYSE VERTICALE – DIFFERENCES SIGNIFICATIVES

CRITERES	Année 2004 comparée à Année 2003	Année 2005 comparée à Année 2004
Nombre de questionnaire		Moins de questionnaires
Langue des questionnaires		Plus de questionnaires complétés en néerlandais, moins en allemand
Région d'origine des personnes interrogées		Plus de hollandais, moins d'allemands
Région d'origine pour les visiteurs provenant de Belgique	Moins de liégeois	
Région d'origine pour les visiteurs provenant de Hollande		
Caractéristiques des visiteurs interrogés	Plus de couples et familles	
Activités touristiques pratiquées	Plus de promenades, moins de visites culturelles	
Appréciation de l'endroit touristique		
Fréquentation		
Durée du séjour		Forte hausse du tourisme résidentiel
Hébergement	Hausse des locations, baisse des chambres d'hôtes	
Satisfaction en matière d'hébergement		
Sources d'information et de documentation	Hausse de l'Internet	Hausse des guides et brochures

## ANALYSE VERTICALE - QUESTIONS OUVERTES

	2003	2004	2005
<b>Points positifs</b>	Nature : 17 x	Nature : 23 x	Nature : 22 x
	Propreté : 11 x		
	Accueil : 10 x	Accueil : 4 x	Accueil : 14 x
		Visites (information) : 10 x	
			Ville : 9 x
<b>Points négatifs</b>	Signalisation : 8 x	Signalisation : 4 x	Signalisation : 11 x
		Visites (fabrication, dégustation) : 5 x	Visites (fabrication, dégustation) : 4 x
		Animation (ville) : 5 x	
			Langues : 6 x

108 Questionnaires

120 Questionnaires

94 Questionnaires

TOUT EUPEN		EUPEN		Noël 2004		Carnaval 2005		Pâques 2005		Été 2005		Automne 2005	
Date :		du	3-janv	du	3-janv	du	11-févr	du	26-mars	du	20-juil	du	29-oct
		au	29-oct	au	3-janv	au	11-févr	au	26-mars	au	10-août	au	29-oct
<b>Langue du formulaire</b>													
Français	33	35,1%	3	30,0%	4	18,2%	5	41,7%	17	42,5%	4	40,0%	
Néerlandais	44	46,8%	6	60,0%	15	68,2%	2	16,7%	18	45,0%	3	30,0%	
Allemand	15	16,0%	1	10,0%	3	13,6%	4	33,3%	5	12,5%	2	20,0%	
Anglais	2	2,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	8,3%	0	0,0%	1	10,0%	
<b>Nombres</b>	<b>Entretien</b>	<b>Jours</b>	<b>Entretien</b>	<b>Jours</b>	<b>Entretien</b>	<b>Jours</b>	<b>Entretien</b>	<b>Jours</b>	<b>Entretien</b>	<b>Jours</b>	<b>Entretien</b>	<b>Jours</b>	
	94	6	10	1	22	1	12	1	40	2	10	1	
			[10 Q. par jour sur 1 site(s)]		[22 Q. par jour sur 1 site(s)]		[12 Q. par jour sur 1 site(s)]		[20 Q. par jour sur 1 site(s)]		[10 Q. par jour sur 1 site(s)]		
<b>Domicile</b>													
Wallonie	17	18,1%	2	20,0%	4	18,2%	2	16,7%	8	20,0%	1	10,0%	
Flandre	26	27,7%	3	30,0%	10	45,5%	1	8,3%	9	22,5%	3	30,0%	
Communauté germanophone	9	9,6%	1	10,0%	0	0,0%	2	16,7%	5	12,5%	1	10,0%	
Région Bruxelloise	3	3,2%	0	0,0%	1	4,5%	1	8,3%	1	2,5%	0	0,0%	
Hollande	22	23,4%	3	30,0%	5	22,7%	2	16,7%	11	27,5%	1	10,0%	
France	4	4,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	8,3%	3	7,5%	0	0,0%	
Allemagne	11	11,7%	1	10,0%	2	9,1%	2	16,7%	2	5,0%	4	40,0%	
Luxembourg	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Angleterre	1	1,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	8,3%	0	0,0%	0	0,0%	
Autre	1	1,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,5%	0	0,0%	
<b>Zone postale belge</b>													
Bruxelles	4	7,4%	0	0,0%	2	13,3%	1	16,7%	1	4,5%	0	0,0%	
Antwerpen	6	11,1%	2	33,3%	2	13,3%	0	0,0%	1	4,5%	1	20,0%	
Leuven	3	5,6%	1	16,7%	0	0,0%	1	16,7%	1	4,5%	0	0,0%	
Liège	18	33,3%	1	16,7%	3	20,0%	4	66,7%	8	36,4%	2	40,0%	
Namur	1	1,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,5%	0	0,0%	
Charleroi	2	3,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,1%	0	0,0%	
Mons	3	5,6%	2	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,5%	0	0,0%	
Brugge	5	9,3%	0	0,0%	3	20,0%	0	0,0%	2	9,1%	0	0,0%	
Gent	12	22,2%	0	0,0%	5	33,3%	0	0,0%	5	22,7%	2	40,0%	
<b>Zone postale néerlandaise</b>													
Amsterdam	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Den Haag	3	14,3%	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	20,0%	0	0,0%	
Rotterdam	7	33,3%	0	0,0%	2	40,0%	0	0,0%	5	50,0%	0	0,0%	
Breda	2	9,5%	1	33,3%	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Eindhoven	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	
Maastricht	3	14,3%	0	0,0%	3	60,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Enschede	5	23,8%	1	33,3%	0	0,0%	1	50,0%	3	30,0%	0	0,0%	
Zwolle	0	0,0%	0	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	0,0%	0	0,0%	
<b>Zone postale allemande</b>													
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	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	
Düsseldorf	3	27,3%	1	-	0	-	0	-	0	-	2	-	
Cologne	6	54,5%	0	-	2	-	0	-	2	-	2	-	
Francofort	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	
Stuttgart	2	18,2%	0	-	0	-	2	-	0	-	0	-	
Munich	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	
Nuremberg	0	0,0%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	
<b>Age</b>													
moins de 16 ans	2	2,1%	0	0,0%	1	4,5%	0	0,0%	1	2,5%	0	0,0%	
de 17 à 25 ans	10	10,6%	2	20,0%	0	0,0%	3	25,0%	3	7,5%	2	20,0%	
de 26 à 40 ans	22	23,4%	3	30,0%	7	31,8%	1	8,3%	11	27,5%	0	0,0%	
de 41 à 60 ans	45	47,9%	5	50,0%	14	63,6%	6	50,0%	19	47,5%	1	10,0%	
plus de 60 ans	15	16,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	16,7%	6	15,0%	7	70,0%	
<b>Profession</b>													
Etudiant	9	9,6%	0	0,0%	1	4,5%	2	16,7%	4	10,0%	2	20,0%	
Sans profession	5	5,3%	1	10,0%	2	9,1%	0	0,0%	2	5,0%	0	0,0%	
Indépendant	15	16,0%	1	10,0%	5	22,7%	1	8,3%	8	20,0%	0	0,0%	
Salarié	35	37,2%	6	60,0%	10	45,5%	5	41,7%	13	32,5%	1	10,0%	
Pensionné	17	18,1%	0	0,0%	1	4,5%	3	25,0%	6	15,0%	7	70,0%	
Fonctionnaire	13	13,8%	2	20,0%	3	13,6%	1	8,3%	7	17,5%	0	0,0%	
<b>Moyen de transport</b>													
Véhicule individuel	80	85,1%	10	100,0%	20	90,9%	11	91,7%	33	82,5%	6	60,0%	
Véhicule de groupe	9	9,6%	0	0,0%	1	4,5%	1	8,3%	7	17,5%	0	0,0%	
Transport en commun	5	5,3%	0	0,0%	1	4,5%	0	0,0%	0	0,0%	4	40,0%	
A pied	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
<b>Groupe</b>													
individuellement	10	10,6%	0	0,0%	2	9,1%	0	0,0%	5	12,5%	3	30,0%	
en couple	22	23,4%	2	20,0%	4	18,2%	3	25,0%	7	17,5%	6	60,0%	
en famille	46	48,9%	8	80,0%	13	59,1%	6	50,0%	19	47,5%	0	0,0%	
avec des amis	6	6,4%	0	0,0%	2	9,1%	1	8,3%	2	5,0%	1	10,0%	
en groupe	10	10,6%	0	0,0%	1	4,5%	2	16,7%	7	17,5%	0	0,0%	
<b>Raison de la visite</b>													
professionnelle	3	3,3%	0	0,0%	1	4,5%	0	0,0%	2	5,4%	0	0,0%	
touristique	76	84,4%	10	100,0%	18	81,8%	9	75,0%	30	81,1%	9	100,0%	
shopping	11	12,2%	0	0,0%	3	13,6%	3	25,0%	5	13,5%	0	0,0%	
<b>1ère visite ?</b>													
Oui	42	44,7%	6	60,0%	7	31,8%	6	50,0%	19	47,5%	4	40,0%	
Non	52	55,3%	4	40,0%	15	68,2%	6	50,0%	21	52,5%	6	60,0%	
<b>Activités pratiquées</b>													
Visites culturelles	55	36,9%	3	18,8%	12	33,3%	4	25,0%	28	46,7%	8	38,1%	
Repas gastronomiques	15	10,1%	1	6,3%	5	13,9%	1	6,3%	5	8,3%	3	14,3%	
Loisirs	22	14,8%	4	25,0%	7	19,4%	5	31,3%	5	8,3%	1	4,8%	
Promenades	43	28,9%	7	43,8%	11	30,6%	5	31,3%	12	20,0%	8	38,1%	
Activités sportives	14	9,4%	1	6,3%	1	2,8%	1	6,3%	10	16,7%	1	4,8%	



1	EUPEN	[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° : 15	15.5 Vrijuit	15.5 zone industrielle à l'entrée de la ville	15.5 situation en pleine nature,belle ville,gens sympathiques	15.5 propreté de la ville
3	Campagne : 1	15.4 Téléphone	15.5 trop de voitures dans la ville (traffic)	15.5 propreté,sympathie des gens	15.5 meilleure connection entre les trains et les bus,les bus ne desservent pas assez les autres villes
4	du	15.4 Star Travel	15.5 traffic dans la ville	15.5 monuments,nature	15.5 améliorer les passages pour piétons,visibilité (lampes et indications)
5	3-janv-05	15.4 Par Téléphone	15.5 le traffic	15.5 monuments,architecture	15.4 signalisation routière route eupen-Liège
6	au	15.4 Internet	15.5 heures d'ouverture du "Tourist Info" (ferme trop tôt)	15.5 jolie ville,nature	15.4 rien en français en Flandre
7	29-oct-05	15.4 Internet	15.4 temps instabl	15.5 gens très sympathiques,nature,ville agréable	15.4 population agréable (+belges qu'en flandre par exemple)
8		15.4 Internet	15.4 temps	15.5 bâtiments,monuments,culture	15.4 pas beaucoup de connaissance des langues
9		15.4 Internet	15.4 temps	15.5 accueil chaleureux	15.4 continuer à être comme ca
10		15.4 Directement	15.4 temps	15.4 très joli,propre,forêt	15.4 améliorer la signalisation routière
11		15.4 Directement	15.4 signalisations routières	15.4 très beau,beaucoup de visites touristiques à faire	15.2 très dangereux à bicyclette
12		15.4 Direct Internet	15.4 signalisation routière	15.4 très beau	15.2 meilleur temps
13		15.4 Direct Comme Chaque Année	15.4 signalisation	15.4 tourisme	15.2 je plains les personnes qui travaillent à la chaîne de production
14		15.4 Brochure Vlaanderen Vakantie Land	15.4 route d'herbesthal,traffic routier	15.4 propreté	15.1 OT doit envoyer des brochures de 2005
15		15.4 Belle Villa	15.4 région peu connue	15.4 paysage	15.1 il faut plus de brochures et plus d'informations
16		15.4 Belle Villa	15.4 promenades trop longues (on se perd dans les bois)	15.4 on peut voir beaucoup de choses	
17		15.3 Logis Belgique	15.4 problème de langues,signalisations	15.4 nature,paysages,visites	
18		15.3 J.A.K. Tours	15.4 pas trop d'activités	15.4 nature,joli	
19		15.2 Via Internet	15.4 pas assez mis en valeur,mal indiqué,pas d'infos ciblées	15.4 nature	
20		15.2 Privé	15.4 mauvais temps	15.4 nature	
21		15.2 Privé	15.4 langue	15.4 nature	
22		15.2 Landal Green Parks	15.4 gens ne parlent pas bien néerlandais,signalisation routière	15.4 nature	
23		15.2 Landal Green Parks	15.4 beaucoup de km à faire pour voir quelque chose	15.4 nature	
24		15.2 Directement Par Téléphone	15.3 peu à goûter	15.4 nature	
25		15.2 Auprès Du Propriétaire	15.3 on ne peut pas goûter le chocolat	15.4 les 3 langues	
26		15.2 À L'Hôtel	15.2 temps	15.4 la fabrique de chocolat,les drapeaux aux fenêtres	
27		15.1 Le Livre De Location De La Région	15.2 plus d'explications sur la production	15.4 jolies choses à voir,le chocolat	
28		15.1 Internet	15.2 nous avons plus attendu pour la production en elle-même	15.4 joli,peu connu	
29		15.1 Internet	15.1 routes mauvaises,peu d'indications	15.4 gens sympas,honnêtes	
30		15.1 Internet	15.1 peu de panneaux d'orientation,très dur pour arriver jusqu'ici	15.4 fort touristique	
31		15.1 Directement En Contact Avec Le Propriétaire	15.1 pas de magasins	15.4 environs	
32		15.1 Agence De Voyage Globe	15.1 manque d'indication	15.4 chocolat	
33			15.1 la météo	15.4 calme,restaurants	
34				15.4 calme	
35				15.4 calme	
36				15.4 bois,nature	
37				15.4 belle région,beaucoup de choses à visiter	
38				15.4 belle région	
39				15.4 beauté,région	
40				15.4 beauté du paysage,calme,art de vivre,air pur	

41				15.4 beauté	
42				15.4 accueil	
43				15.4 accueil	
44				15.3 on peut tout examiner (production,...)	
45				15.3 musée complet	
46				15.3 complet-belle décoration	
47				15.3 bonnes explications	
48				15.3 bon guide	
49				15.2 vente de chocolat sur place	
50				15.2 très amical,aimable	
51				15.2 reportage vidéo	
52				15.2 région	
53				15.2 nature, calme, propreté	
54				15.2 nature	
55				15.2 nature	
56				15.2 nature	
57				15.2 gentillesse du personnel, propreté	
58				15.2 connaissance en général	
59				15.2 calme, nature	
60				15.2 accessibilité, diversité (musée, fabrique)	
61				15.2 accès libre, voir la fabrique au travail	
62				15.1 promenade, magasins	
63				15.1 nature, gastronomie	
64				15.1 nature, chocolat	
65				15.1 calme, tranquille	
66				15.1 beau, accueillant, pur	
67				15.1 accueil	