

# SAINT-VITH



*Enquêtes réalisées devant l'Hôtel de Ville*

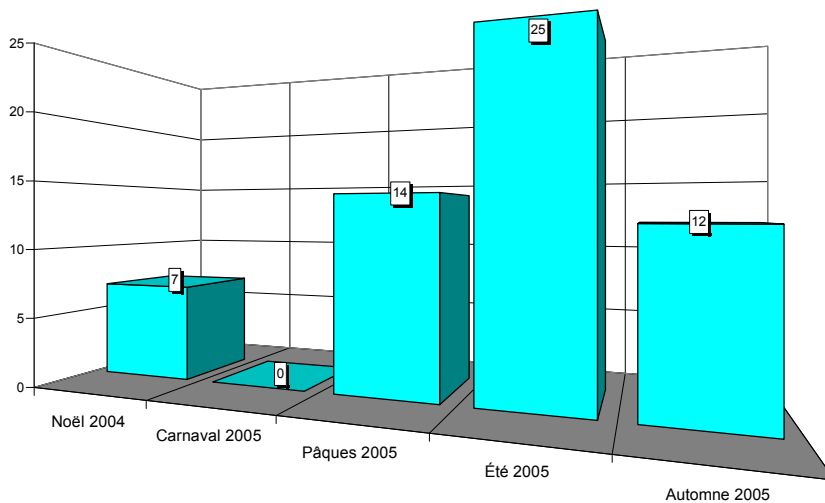


## Situation en province de Liège

SAINT-VITH

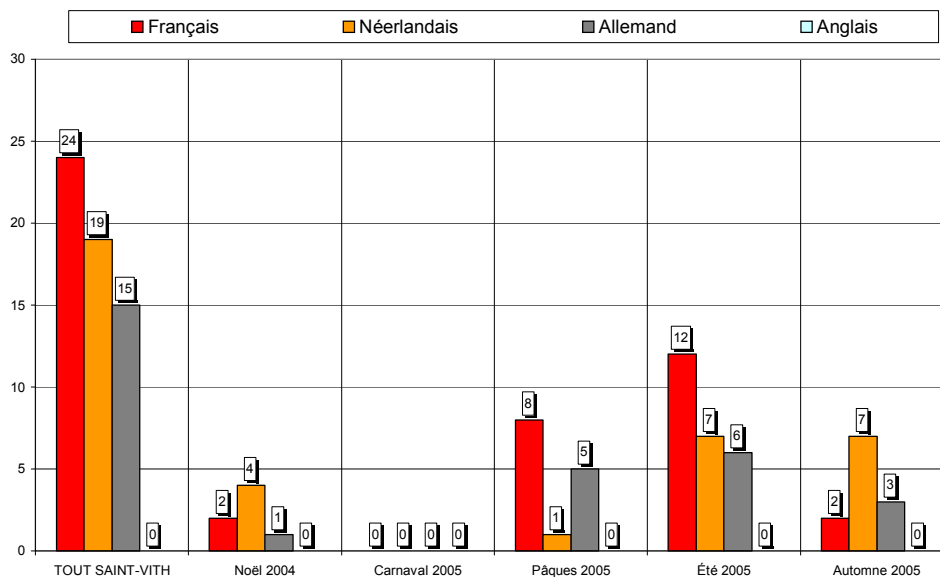


## Nombre de questionnaires, saison par saison



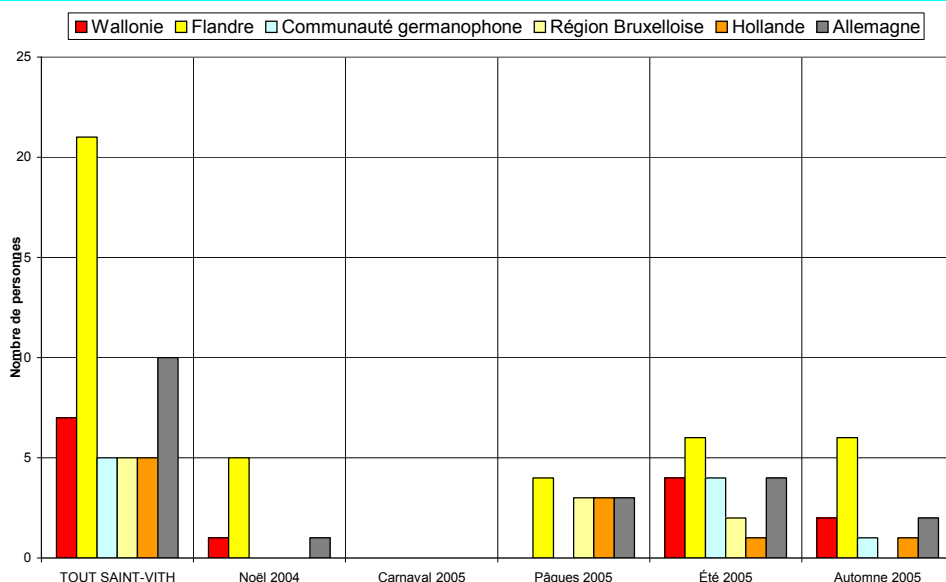
Au total, 58 questionnaires ont été recueillis en 4 vagues d'enquêtes (5 jours d'entretiens). Cet échantillon est globalement représentatif.

## Langue des questionnaires



41% des questionnaires sont complétés en français, 33% en néerlandais, 26% en allemand et 0% en anglais.

## Région d'origine des personnes interrogées



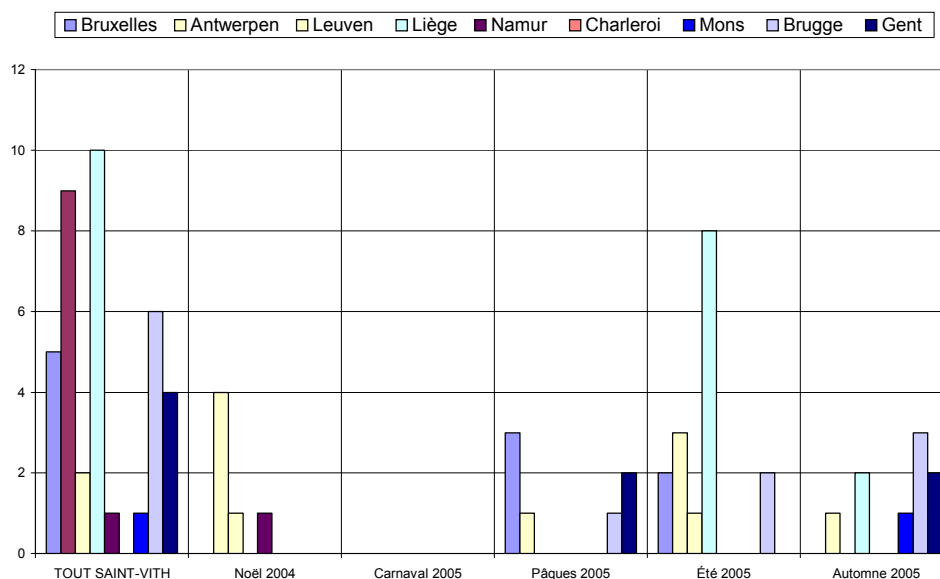
36% des personnes interrogées sont domiciliées en Flandre, 17% en Allemagne et 12% en Wallonie.

## 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 :

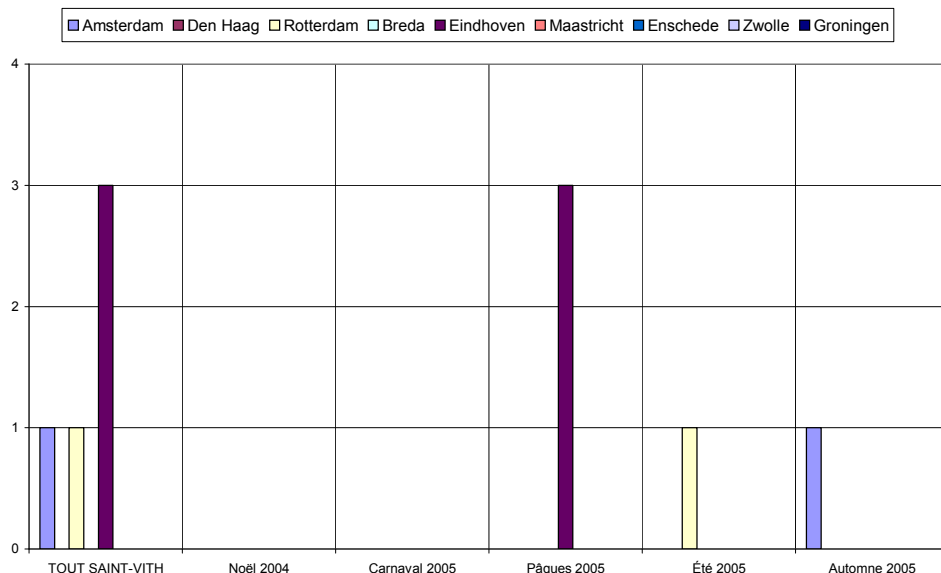
- ✓ la « région de Bruxelles » comprend les communes dont le numéro commence par le chiffre 1,
- ✓ la « région d'Anvers » comprend les communes dont le numéro commence par 2,
- ✓ la « région de Louvain », les communes dont le numéro commence par 3 et comprend donc le Limbourg,
- ✓ la « région de Liège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



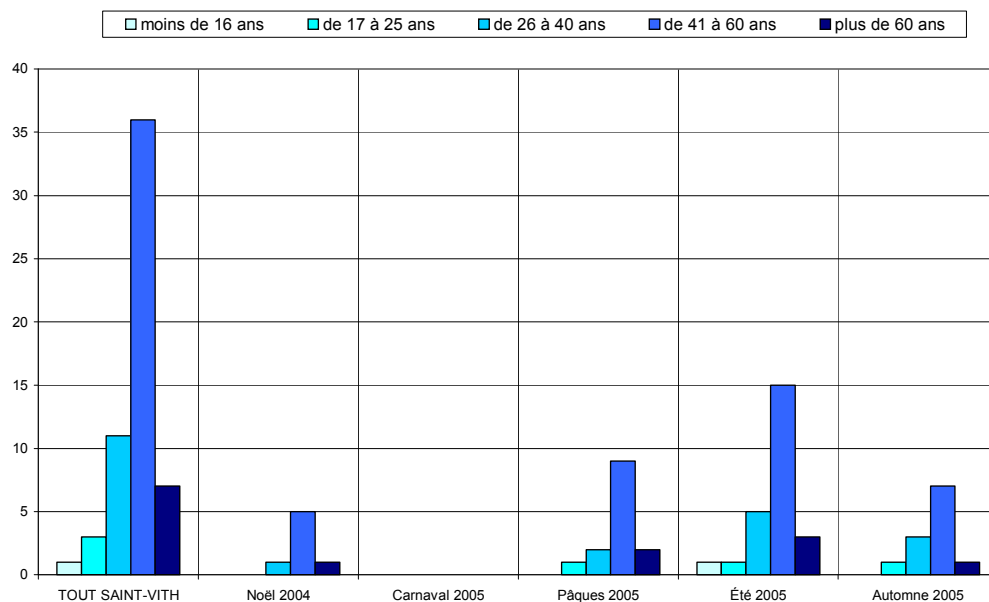
Les visiteurs belges proviennent essentiellement des régions liégeoise (26%) et anversoise (24%).

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

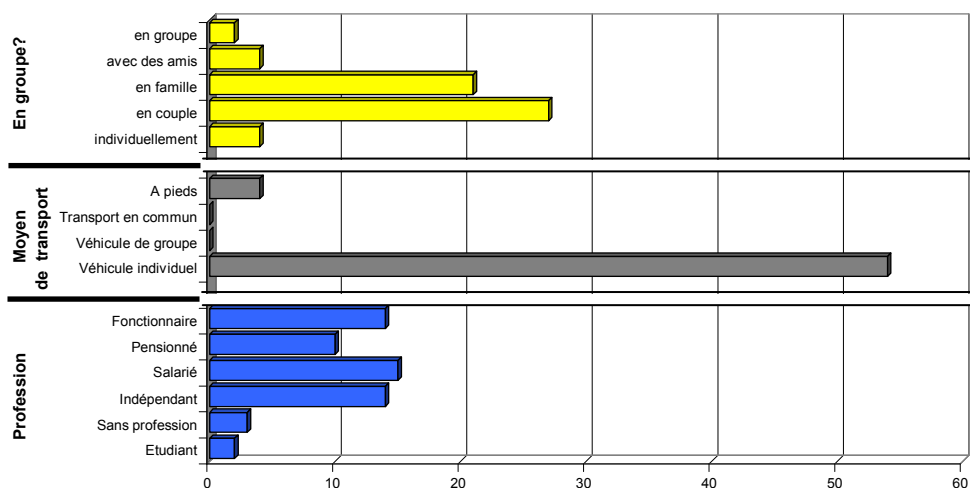


Critère peu représentatif, donné à titre purement indicatif.

## Caractéristiques des visiteurs interrogés



La tranche d'âge des 41-60 ans prédomine.

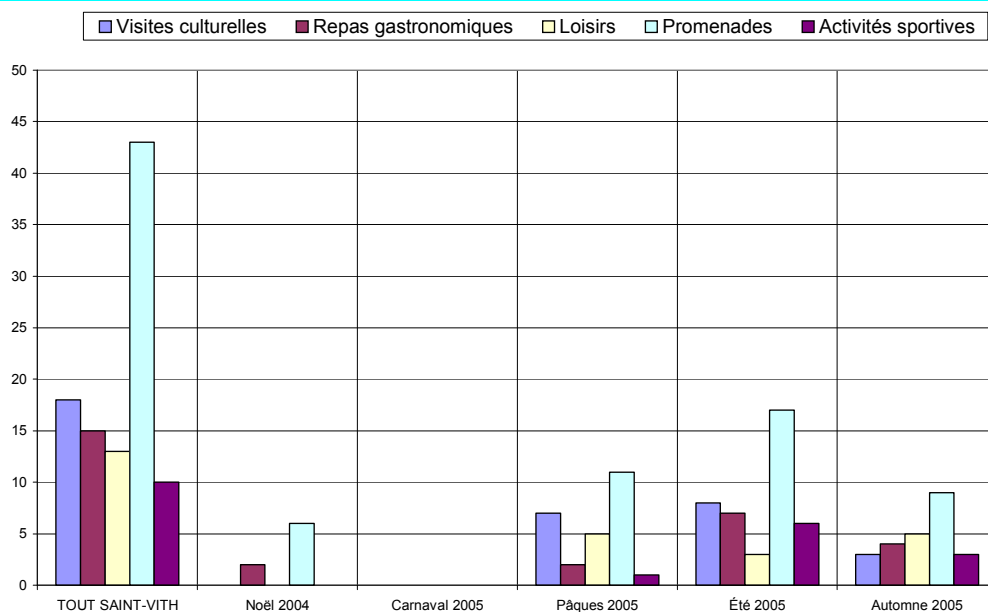


✓ 83% des personnes interrogées viennent en couple ou en famille.

✓ Le véhicule individuel est pratiquement le seul moyen de transport utilisé (93%).

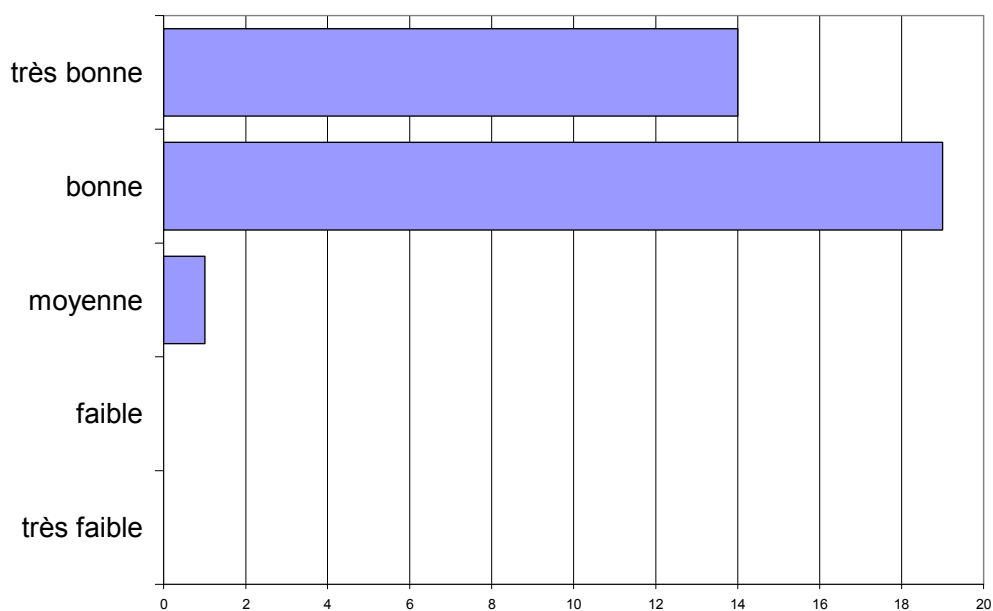
✓ Les salariés sont les plus nombreux (26%).

## Activités touristiques pratiquées



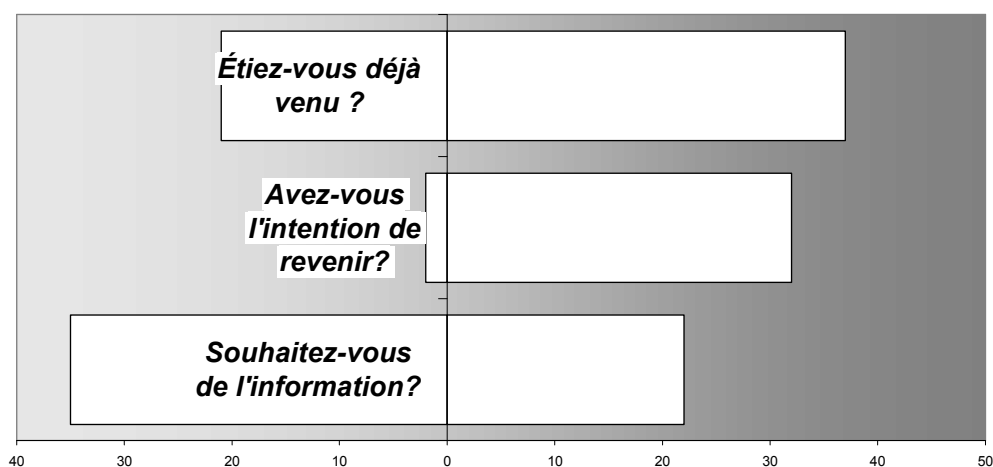
Promenades, visites culturelles et repas gastronomiques sont les activités les plus fréquemment citées.

## Appréciation de l'endroit touristique



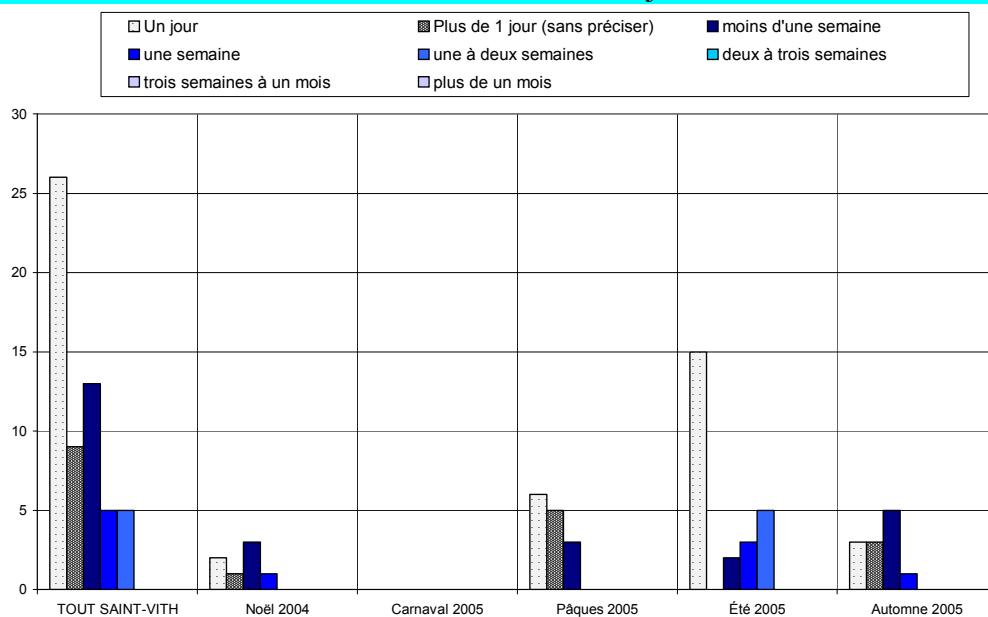
L'appréciation de la région est bonne à très bonne.

## Fréquentation



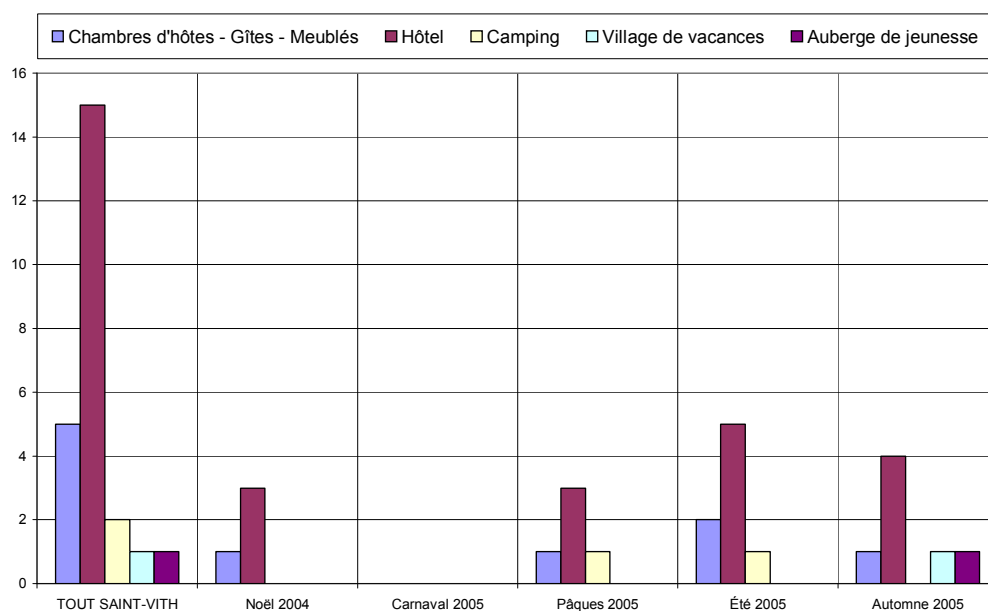
- ✓ 64% des personnes interrogées sont déjà venues dans la région.
- ✓ 94% ont l'intention d'y revenir.
- ✓ 39% souhaitent être informées des activités futures.

## Durée du séjour

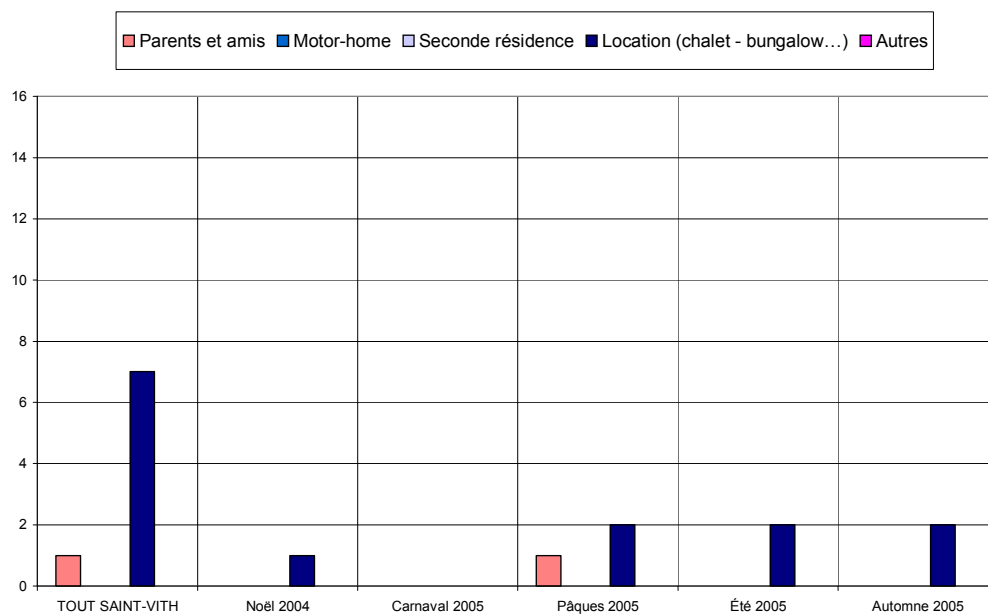


Le tourisme résidentiel représente 55%.

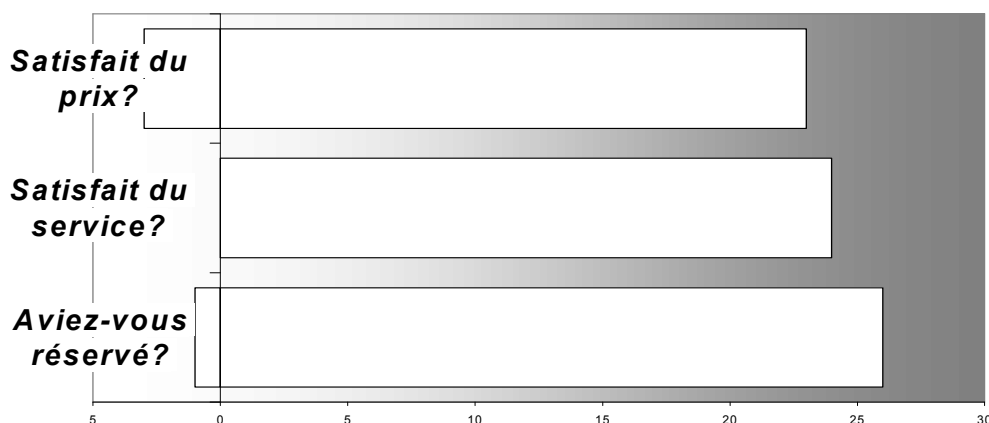
## Hébergement



Les types d'hébergement les plus fréquentés sont les hôtels (47%), les locations (22%) et les chambres d'hôtes & gîtes (16%).

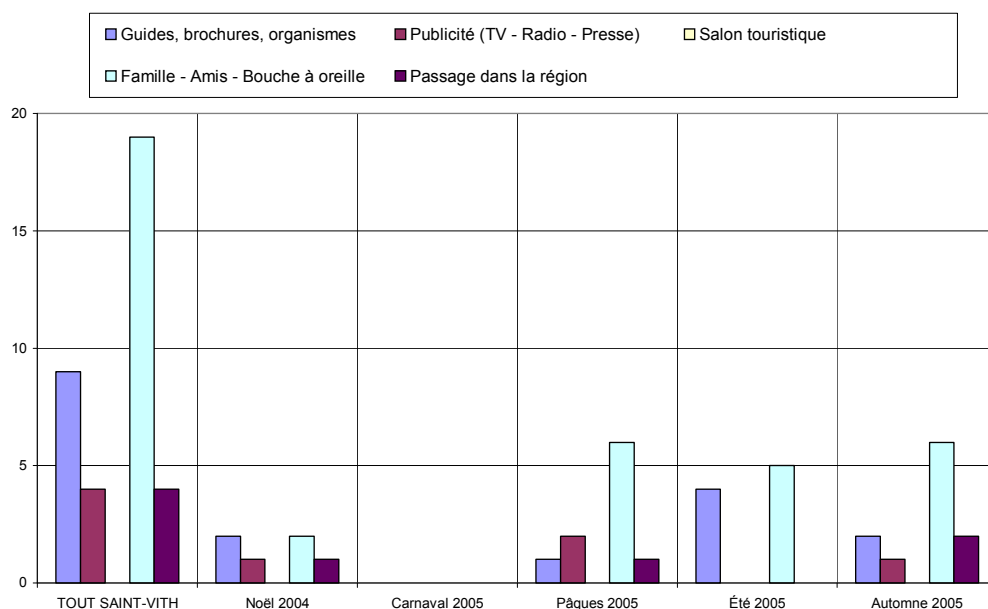


## Satisfaction en matière d'hébergement

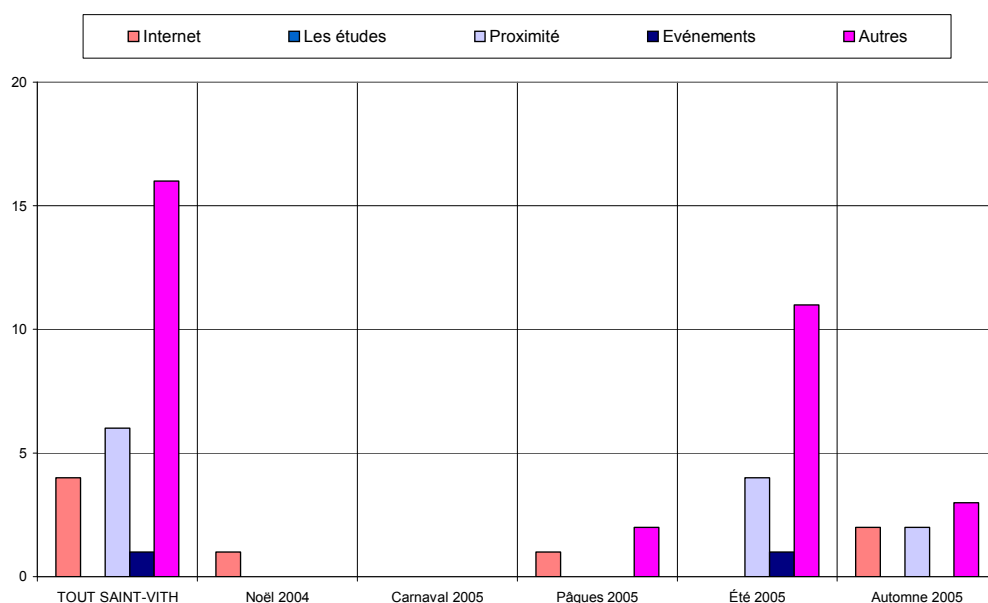


Le taux de satisfaction concernant l'hébergement est très élevé tant pour les prix que les services offerts. Remarque : il y a 96% de réservations.

## Sources d'information et de documentation



Les principales sources d'information sont le bouche à oreille (30%) et les guides & brochures (14%).



## 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 d'enquêtes en moins	Moins de questionnaires
Langue des questionnaires	Moins de questionnaires complétés en néerlandais, plus en français	
Région d'origine des personnes interrogées	Moins de flamands, plus de wallons	Moins de wallons, plus de flamands
Région d'origine pour les visiteurs provenant de Belgique		
Région d'origine pour les visiteurs provenant de Hollande		
Caractéristiques des visiteurs interrogés		Catégories socio professionnelles très diversifiées
Activités touristiques pratiquées	Plus de repas gastronomiques	
Appréciation de l'endroit touristique		
Fréquentation		
Durée du séjour	Baisse de la durée du séjour	Hausse de la durée du séjour
Hébergement	Plus de campings	Hausse des hôtels et des locations, baisse des chambres d'hôtes
Satisfaction en matière d'hébergement	Moins de réservations	Plus de réservations
Sources d'information et de documentation		

## ANALYSE VERTICALE - QUESTIONS OUVERTES

	2003	2004	2005
<b>Points positifs</b>	Nature: 36 x	Nature: 18 x	Nature: 9 x
	Accueil : 7 x	Accueil : 5 x	
	Ville : 7 x	Ville : 5 x	
		Propreté : 5 x	Propreté : 7 x
<b>Points négatifs</b>	Prix : 2 x		
		Animations : 8 x	
		Signalisation: 4 x	
			Accueil : 4 x
			Horeca : 3 x

124 Questionnaires

75 Questionnaires

58 Questionnaires

TOUT SAINT-VITH		SAINT-VITH		Noël 2004		Carnaval 2005		Pâques 2005		Été 2005		Automne 2005	
Date :		du	3-janv	du	3-janv	du		du	26-mars	du	26-juil	du	29-oct
		au	29-oct	au	3-janv	au		au	26-mars	au	17-août	au	29-oct
<b>Langue du formulaire</b>													
Français	24	41,4%	2	28,6%	0	-	8	57,1%	12	48,0%	2	16,7%	
Néerlandais	19	32,8%	4	57,1%	0	-	1	7,1%	7	28,0%	7	58,3%	
Allemand	15	25,9%	1	14,3%	0	-	5	35,7%	6	24,0%	3	25,0%	
Anglais	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
<b>Nombres</b>		Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours
		s	5	s	1	s	0	s	14	s	25	s	12
				[7 Q. par jour sur 1 site(s)]				[14 Q. par jour sur 1 site(s)]		[13 Q. par jour sur 1 site(s)]		[12 Q. par jour sur 1 site(s)]	
<b>Domicile</b>													
Wallonie	7	12,1%	1	14,3%	0	-	0	0,0%	4	16,0%	2	16,7%	
Flandre	21	36,2%	5	71,4%	0	-	4	28,6%	6	24,0%	6	50,0%	
Communauté germanophone	5	8,6%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	4	16,0%	1	8,3%	
Région Bruxelloise	5	8,6%	0	0,0%	0	-	3	21,4%	2	8,0%	0	0,0%	
Hollande	5	8,6%	0	0,0%	0	-	3	21,4%	1	4,0%	1	8,3%	
France	1	1,7%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	4,0%	0	0,0%	
Allemagne	10	17,2%	1	14,3%	0	-	3	21,4%	4	16,0%	2	16,7%	
Luxembourg	3	5,2%	0	0,0%	0	-	1	7,1%	2	8,0%	0	0,0%	
Angleterre	1	1,7%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	4,0%	0	0,0%	
Autre	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
<b>Zone postale belge</b>													
Bruxelles	5	13,2%	0	0,0%	0	-	3	42,9%	2	12,5%	0	0,0%	
Antwerpen	9	23,7%	4	66,7%	0	-	1	14,3%	3	18,8%	1	11,1%	
Leuven	2	5,3%	1	16,7%	0	-	0	0,0%	1	6,3%	0	0,0%	
Liège	10	26,3%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	8	50,0%	2	22,2%	
Namur	1	2,6%	1	16,7%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Charleroi	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Mons	1	2,6%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	1	11,1%	
Brugge	6	15,8%	0	0,0%	0	-	1	14,3%	2	12,5%	3	33,3%	
Gent	4	10,5%	0	0,0%	0	-	2	28,6%	0	0,0%	2	22,2%	
<b>Zone postale néerlandaise</b>													
Amsterdam	1	20,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	
Den Haag	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Rotterdam	1	20,0%	0	-	0	-	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	
Breda	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Eindhoven	3	60,0%	0	-	0	-	3	100,0%	0	0,0%	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%	
<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	1	11,1%	0	-	0	-	0	-	0	-	1	-	
Cologne	6	66,7%	1	-	0	-	2	-	2	-	1	-	
Francofort	2	22,2%	0	-	0	-	1	-	1	-	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	-	
<b>Age</b>													
moins de 16 ans	1	1,7%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	4,0%	0	0,0%	
de 17 à 25 ans	3	5,2%	0	0,0%	0	-	1	7,1%	1	4,0%	1	8,3%	
de 26 à 40 ans	11	19,0%	1	14,3%	0	-	2	14,3%	5	20,0%	3	25,0%	
de 41 à 60 ans	36	62,1%	5	71,4%	0	-	9	64,3%	15	60,0%	7	58,3%	
plus de 60 ans	7	12,1%	1	14,3%	0	-	2	14,3%	3	12,0%	1	8,3%	
<b>Profession</b>													
Etudiant	2	3,4%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	2	8,0%	0	0,0%	
Sans profession	3	5,2%	1	14,3%	0	-	0	0,0%	2	8,0%	0	0,0%	
Indépendant	14	24,1%	1	14,3%	0	-	3	21,4%	7	28,0%	3	25,0%	
Salarie	15	25,9%	2	28,6%	0	-	3	21,4%	7	28,0%	3	25,0%	
Pensionné	10	17,2%	0	0,0%	0	-	3	21,4%	4	16,0%	3	25,0%	
Fonctionnaire	14	24,1%	3	42,9%	0	-	5	35,7%	3	12,0%	3	25,0%	
<b>Moyen de Transport</b>													
Véhicule individuel	54	93,1%	7	100,0%	0	-	14	100,0%	21	84,0%	12	100,0%	
Véhicule de groupe	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Transport en commun	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
A pied	4	6,9%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	4	16,0%	0	0,0%	
<b>Groupe</b>													
individuellement	4	6,9%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	4	16,0%	0	0,0%	
en couple	27	46,6%	4	57,1%	0	-	6	42,9%	10	40,0%	7	58,3%	
en famille	21	36,2%	3	42,9%	0	-	7	50,0%	8	32,0%	3	25,0%	
avec des amis	4	6,9%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	2	8,0%	2	16,7%	
en groupe	2	3,4%	0	0,0%	0	-	1	7,1%	1	4,0%	0	0,0%	
<b>Raison de la visite</b>													
professionnelle	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
touristique	48	88,9%	7	100,0%	0	-	13	100,0%	18	78,3%	10	90,9%	
shopping	6	11,1%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	5	21,7%	1	9,1%	
<b>1ère visite ?</b>													
Oui	21	36,2%	0	0,0%	0	-	6	42,9%	11	44,0%	4	33,3%	
Non	37	63,8%	7	100,0%	0	-	8	57,1%	14	56,0%	8	66,7%	
<b>Activités pratiquées</b>													
Visites culturelles	18	18,2%	0	0,0%	0	-	7	26,9%	8	19,5%	3	12,5%	

Repas gastronomiques	15	15,2%	2	25,0%	0	-	2	7,7%	7	17,1%	4	16,7%
Loisirs	13	13,1%	0	0,0%	0	-	5	19,2%	3	7,3%	5	20,8%
Promenades	43	43,4%	6	75,0%	0	-	11	42,3%	17	41,5%	9	37,5%
Activités sportives	10	10,1%	0	0,0%	0	-	1	3,8%	6	14,6%	3	12,5%
<b>Durée du séjour</b>												
Un jour	26	44,8%	2	28,6%	0	-	6	42,9%	15	60,0%	3	25,0%
Plus de 1 jour (sans préciser)	9	15,5%	1	14,3%	0	-	5	35,7%	0	0,0%	3	25,0%
moins d'une semaine	13	22,4%	3	42,9%	0	-	3	21,4%	2	8,0%	5	41,7%
une semaine	5	8,6%	1	14,3%	0	-	0	0,0%	3	12,0%	1	8,3%
une à deux semaines	5	8,6%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	5	20,0%	0	0,0%
deux à trois semaines	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	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%
<b>Distance</b>												
moins de 10 km	17	53,1%	3	60,0%	0	-	6	75,0%	4	40,0%	4	44,4%
de 10 à 50 km	13	40,6%	2	40,0%	0	-	2	25,0%	4	40,0%	5	55,6%
plus de 50 km	2	6,3%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	2	20,0%	0	0,0%
<b>Hébergement</b>												
Chambres d'hôtes - Gîtes - Meublés	5	15,6%	1	20,0%	0	-	1	12,5%	2	20,0%	1	11,1%
Hôtel	15	46,9%	3	60,0%	0	-	3	37,5%	5	50,0%	4	44,4%
Camping	2	6,3%	0	0,0%	0	-	1	12,5%	1	10,0%	0	0,0%
Village de vacances	1	3,1%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	1	11,1%
Auberge de jeunesse	1	3,1%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	1	11,1%
Parents et amis	1	3,1%	0	0,0%	0	-	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%
Motor-home	0	0,0%	0	0,0%	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...)	7	21,9%	1	20,0%	0	-	2	25,0%	2	20,0%	2	22,2%
Autres	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Services OK ?</b>												
Oui	24	100,0%	3	100,0%	0	-	6	100,0%	7	100,0%	8	100,0%
Non	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Prix OK ?</b>												
Oui	23	88,5%	3	100,0%	0	-	5	71,4%	7	87,5%	8	100,0%
Non	3	11,5%	0	0,0%	0	-	2	28,6%	1	12,5%	0	0,0%
<b>Réservation</b>												
Oui	26	96,3%	3	100,0%	0	-	7	100,0%	8	100,0%	8	88,9%
Non	1	3,7%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	1	11,1%
<b>Déjà visité le site ?</b>												
Oui	8	72,7%	2	66,7%	0	-	1	33,3%	4	100,0%	1	100,0%
Non	3	27,3%	1	33,3%	0	-	2	66,7%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Source d'info</b>												
Guides, brochures, organismes	9	14,3%	2	28,6%	0	-	1	7,7%	4	16,0%	2	11,1%
Publicité (TV - Radio - Presse)	4	6,3%	1	14,3%	0	-	2	15,4%	0	0,0%	1	5,6%
Salon touristique	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Famille - Amis - Bouche à oreille	19	30,2%	2	28,6%	0	-	6	46,2%	5	20,0%	6	33,3%
Passage dans la région	4	6,3%	1	14,3%	0	-	1	7,7%	0	0,0%	2	11,1%
Internet	4	6,3%	1	14,3%	0	-	1	7,7%	0	0,0%	2	11,1%
Les études	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Proximité	6	9,5%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	4	16,0%	2	11,1%
Événements	1	1,6%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	1	4,0%	0	0,0%
Autres	16	25,4%	0	0,0%	0	-	2	15,4%	11	44,0%	3	16,7%
<b>Appréciation</b>												
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	1	2,9%	1	20,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
bonne	19	55,9%	4	80,0%	0	-	2	50,0%	9	45,0%	4	80,0%
très bonne	14	41,2%	0	0,0%	0	-	2	50,0%	11	55,0%	1	20,0%
<b>Intention de revenir</b>												
Oui	32	94,1%	5	100,0%	0	-	4	100,0%	18	90,0%	5	100,0%
Non	2	5,9%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	2	10,0%	0	0,0%
<b>Info ?</b>												
Oui	22	38,6%	5	71,4%	0	-	8	57,1%	5	20,8%	4	33,3%

1	SAINT-VITH	[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° : 17	17.5 Par Groupe	17.5 office du tourisme fermé à 15h30	17.5 nature,propreté	17.5 très bien
3	Campagne : 5	17.5 Internet	17.4 tout est en allemand	17.5 nature	17.5 très agréable
4	du	17.5 Internet	17.4 peu d'activités en soirée	17.5 nature	17.5 tout est très bien aménagé,les rues sont très belles
5	3-janv-05	17.5 Internet	17.4 dureté des gens	17.4 variété des paysages	17.5 la location de vélos n'est pas possible
6	au	17.5 Internet	17.4 beaucoup de voitures en ville	17.4 très beau	17.5 beau,propre
7	29-oct-05	17.5 Directement À L'Auberge De Jeunesse	17.4 beaucoup de petits villages sans magasins	17.4 sites historiques (guerre)	17.4 plus de convivialité
8		17.5 Agence Sun Park	17.4 amabilité	17.4 restaurants	17.4 gens pas toujours très agréable
9		17.4 Office Du Tourisme	17.1 peu de magasins dans la ville,peu d'activités à l'intérieur de la ville	17.4 propreté	17.3 très belle ville piétonne,calme,tranquilité
10		17.4 Office Du Tourisme	17.1 architecture,peu de cafés	17.4 propreté	17.3 plus de chemin de promenade
11		17.4 Internet		17.4 propreté	17.3 pas de possibilités pour boire pendant la promenade (cafés fermés)
12		17.4 Directement Via Des Amis		17.4 propre,fleuri,accueillant	17.3 pas au courant,pas encore assez visité
13		17.4 Directement		17.4 paysage	17.3 indications des promenades pas bien indiquées
14		17.4 Direct		17.4 nature	17.3 baisser le prix des immeubles (car en hausse)
15		17.4 Direct		17.4 magasins,agréable de se promener	17.1 promenades non marquées
16		17.3 Téléphone		17.4 calme,gens amicaux	
17		17.3 Privé		17.4 belle ville	
18		17.3 Particulier		17.4 belle région	
19		17.3 Par Téléphone Et Confirmation Par Fax		17.4 beaucoup de fleurs	
20		17.3 Journal Het Laatste Nieuws		17.4 accueil,beaucoup qui parlent	
21		17.3 Internet		17.3 parfait	
22		17.1 Privé		17.3 bien organisé,village propre,tranquilité,nature	
23		17.1 Internet		17.3 beaucoup à voir,belle région,nature	
24				17.1 promenades	
25				17.1 nature	