

# EUPEN



*Enquêtes réalisées en Ville et à la Chocolaterie Jacques*

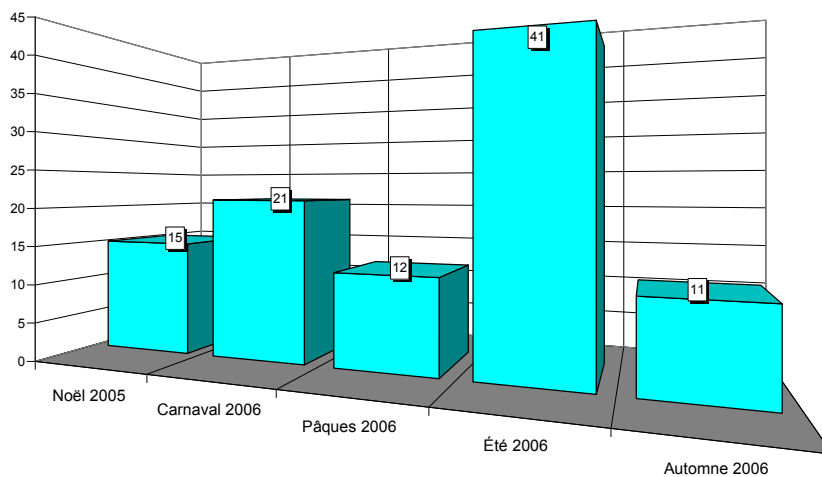


## Situation en province de Liège

EUPEN

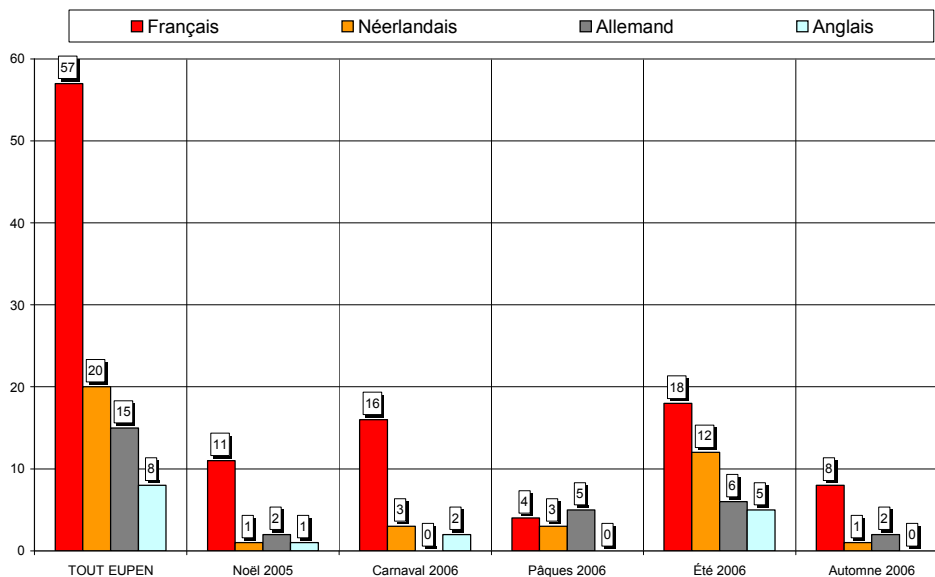


## Nombre de questionnaires, saison par saison



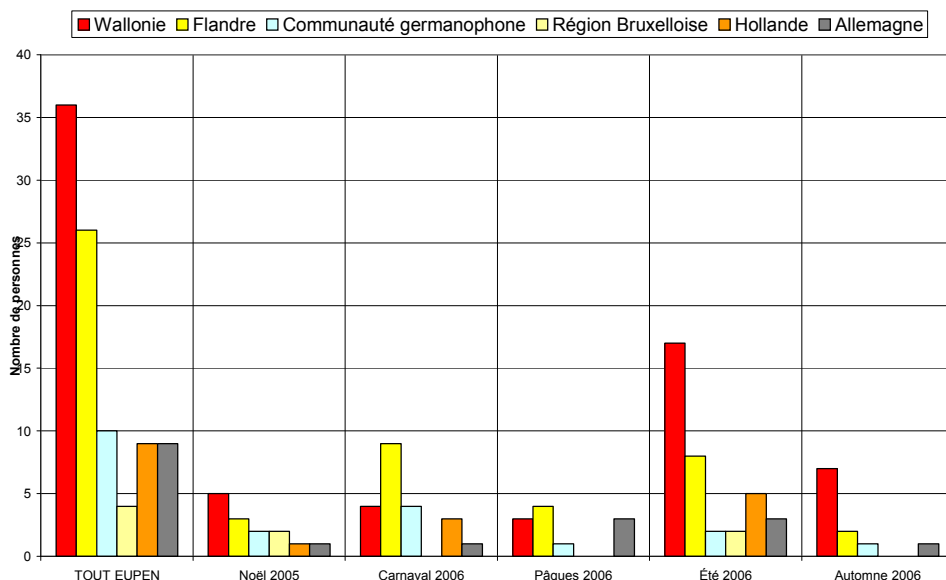
Au total, 100 questionnaires ont été recueillis en 5 vagues d'enquêtes (6 jours d'entretiens). Cet échantillon est globalement représentatif.

## Langue des questionnaires



20% des questionnaires sont complétés en néerlandais, 57% en français et 15% en allemand.

## Région d'origine des personnes interrogées



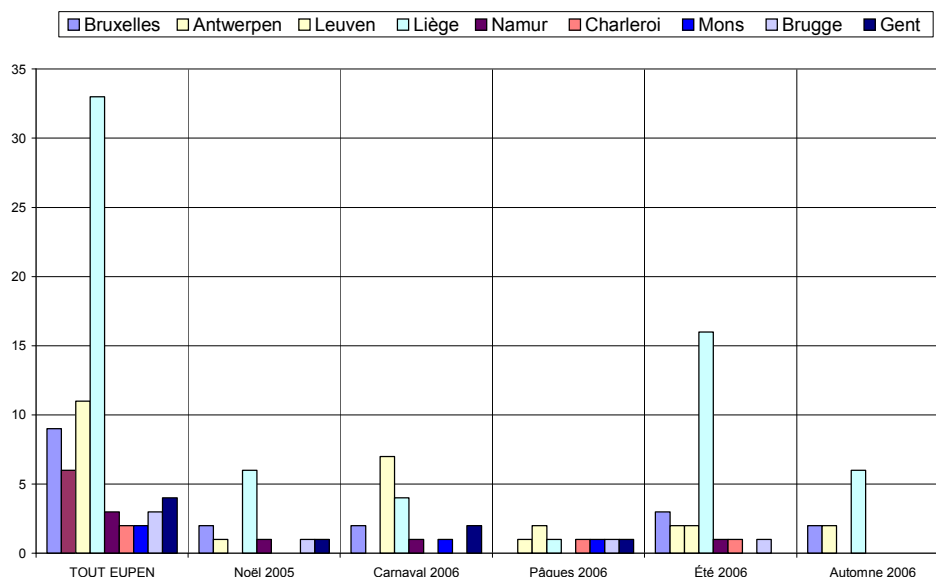
36% des personnes interrogées sont domiciliées en Wallonie, 26% en Flandre, 10% en Allemagne et 6% en Hollande.

## 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 :

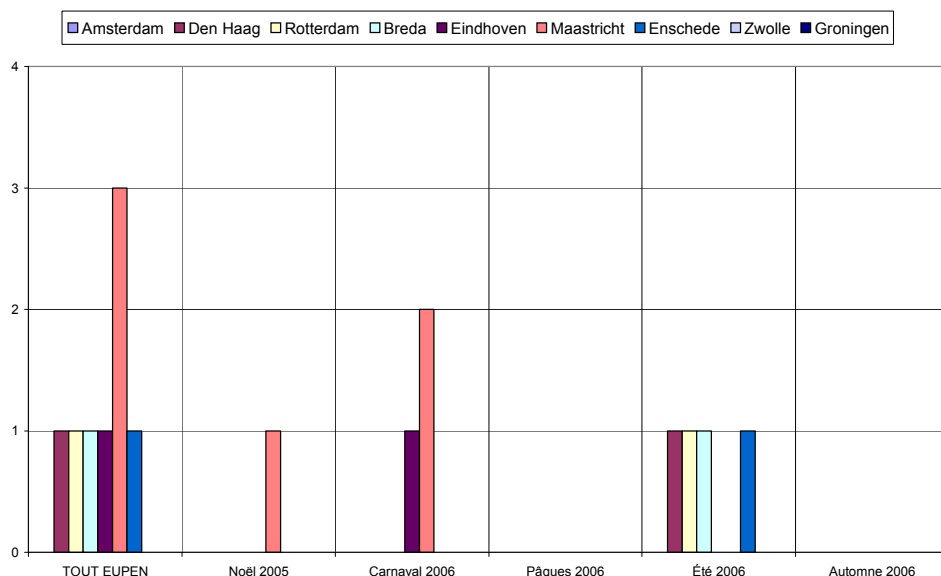
- ✓ la « région de Bruxelles » comprend les communes dont le numéro commence par le chiffre 1,
- ✓ la « région d'Anvers » comprend les communes dont le numéro commence par 2,
- ✓ la « région de Louvain », les communes dont le numéro commence par 3 et comprend donc le Limbourg,
- ✓ la « région de Liège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



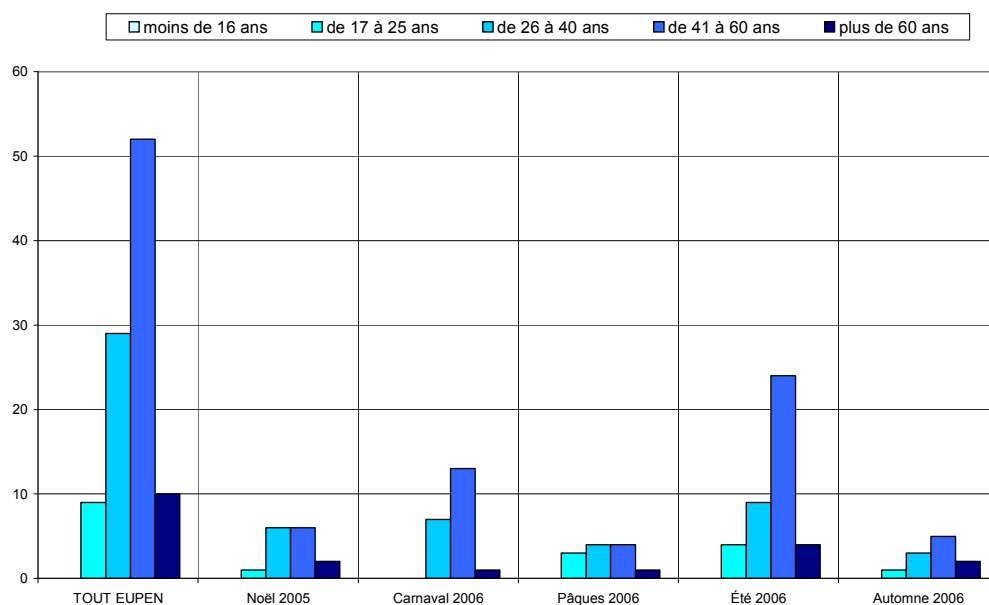
Les visiteurs belges proviennent essentiellement de la région liégeoise (45%)

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

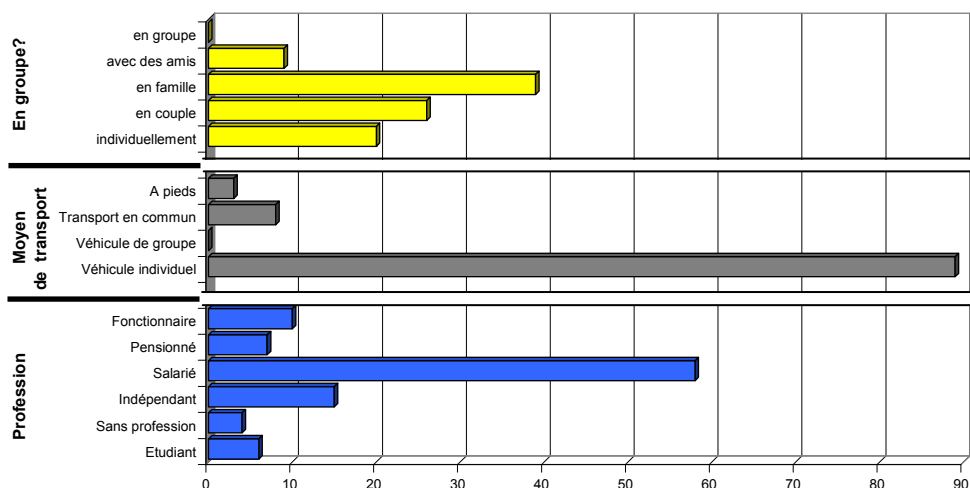


Critère peu représentatif, donné à titre purement indicatif.

## Caractéristiques des visiteurs interrogés



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

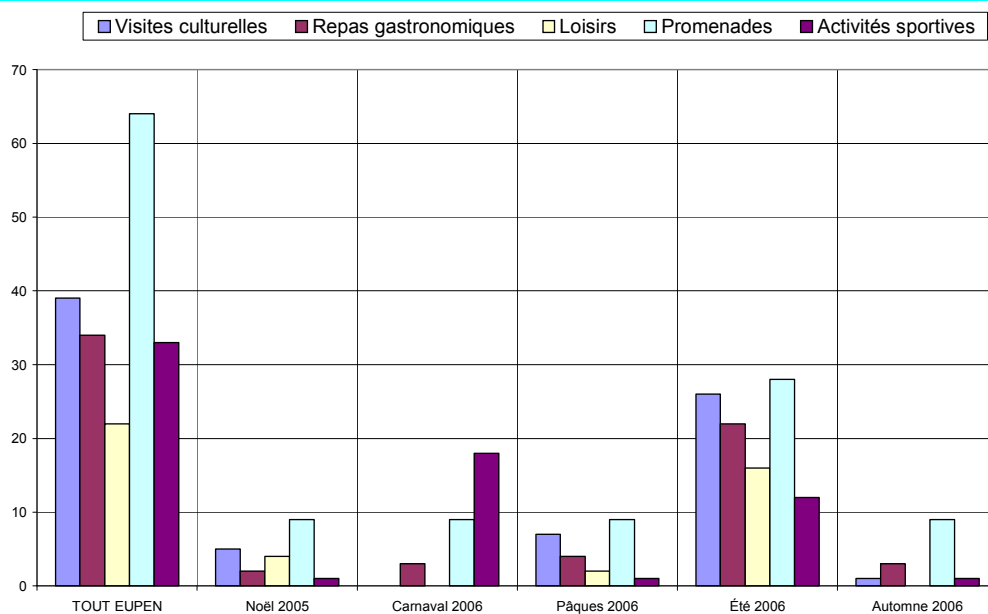


✓ 69% des personnes interrogées viennent en couple ou en famille.

✓ Le véhicule individuel est pratiquement le seul moyen de transport utilisé (89%).

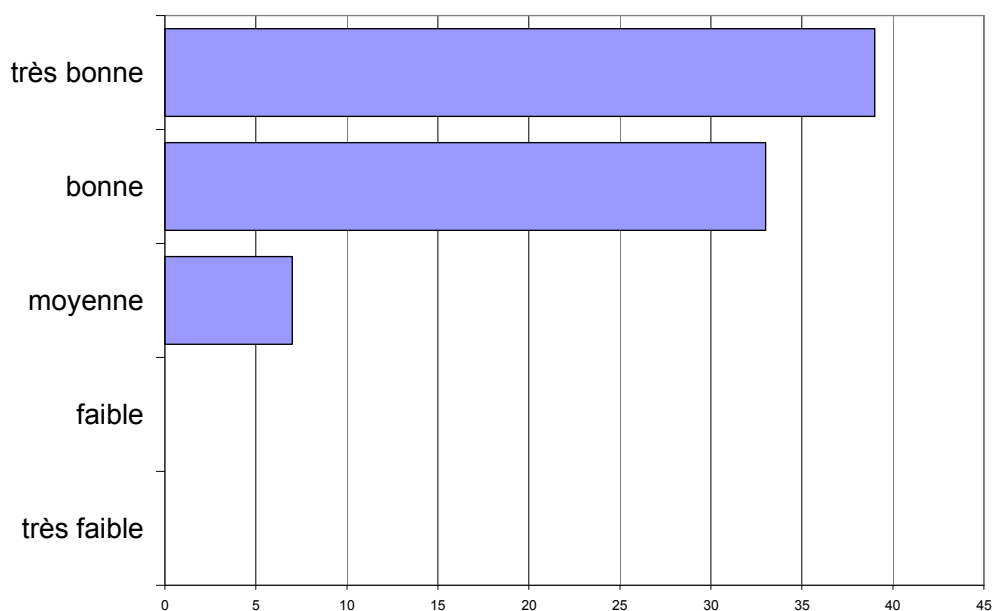
✓ Les salariés sont les plus nombreux (58%).

## Activités touristiques pratiquées



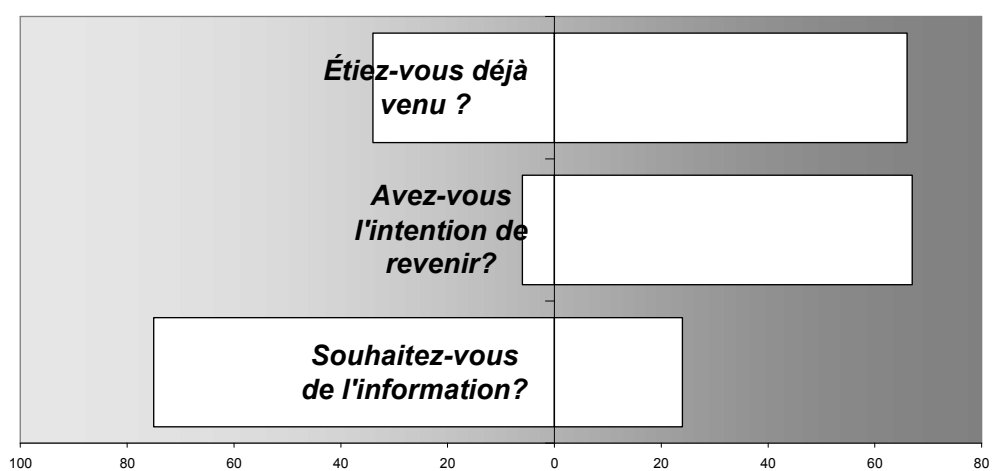
Toutes les activités sont équitablement réparties.

## Appréciation de l'endroit touristique



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

## Fréquentation

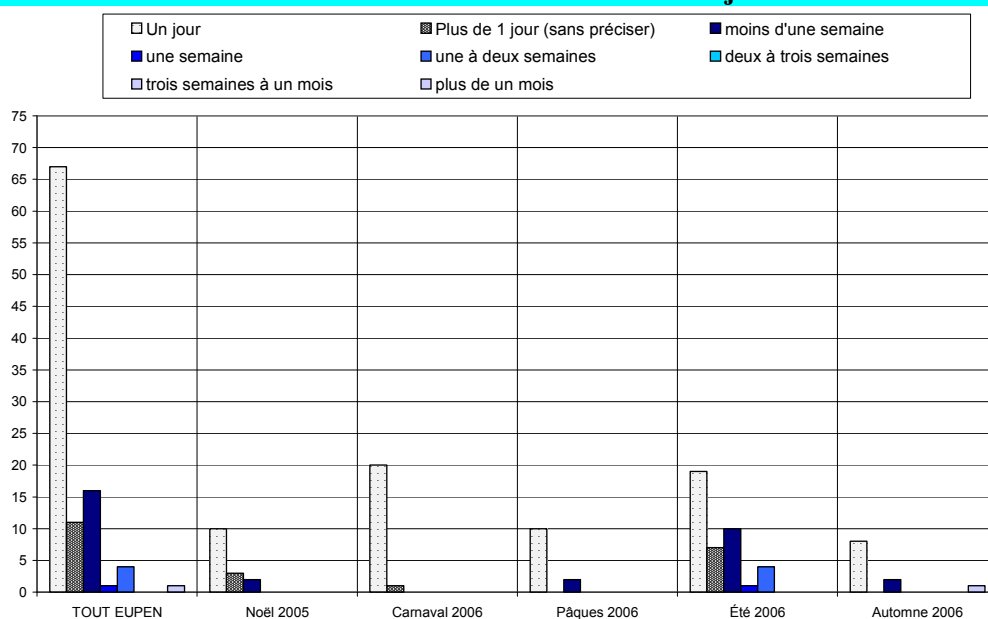


✓ 66% des personnes interrogées sont déjà venues dans la région.

✓ 92% ont l'intention d'y revenir.

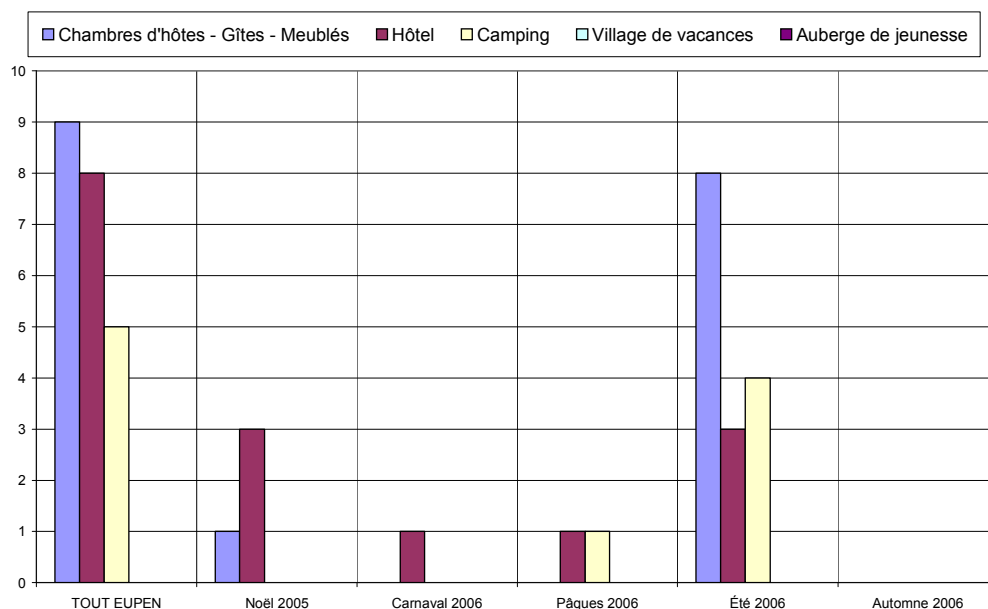
✓ 24% souhaitent être informées des activités futures.

## Durée du séjour

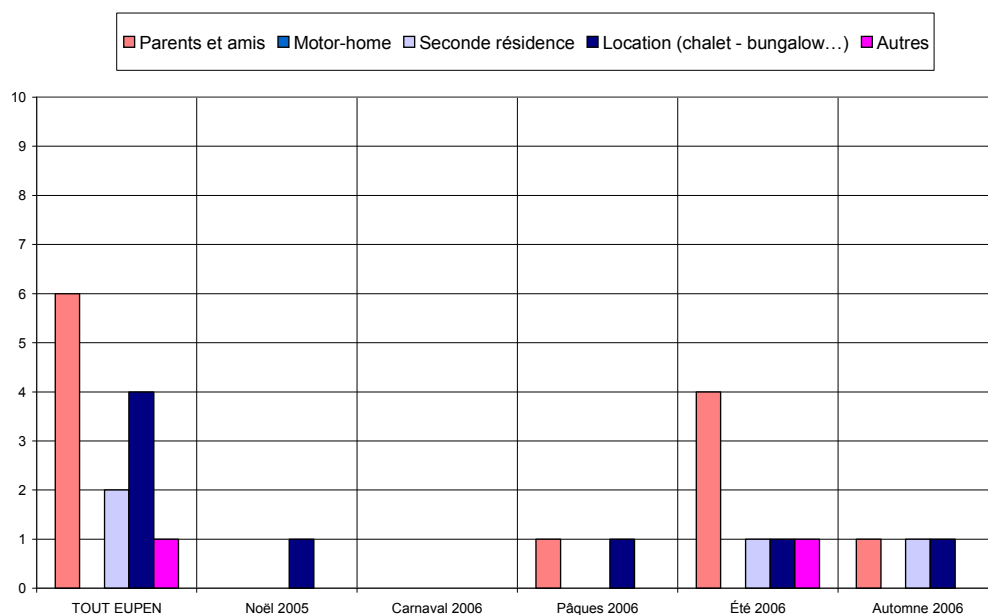


Le tourisme d'un jour prédominant, 33% séjournent dans la région.

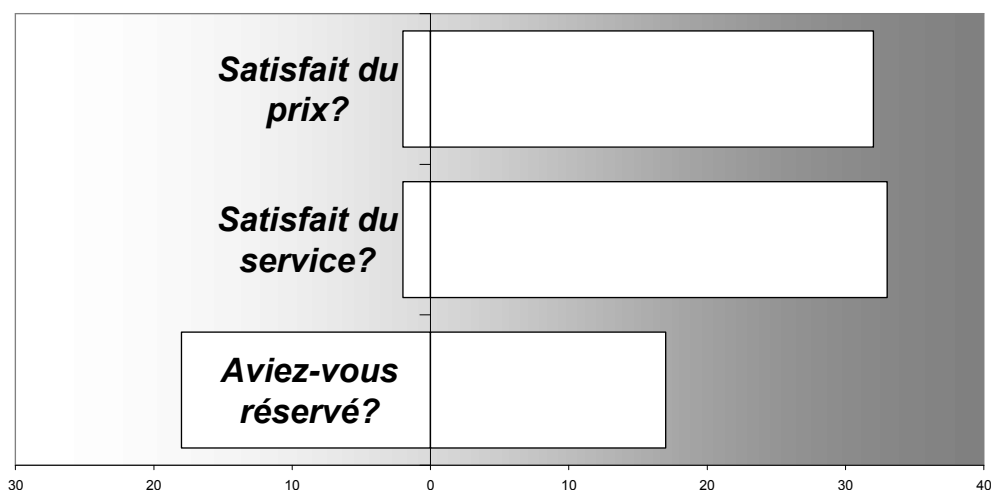
## Hébergement



Critère peu représentatif, donné à titre purement indicatif.

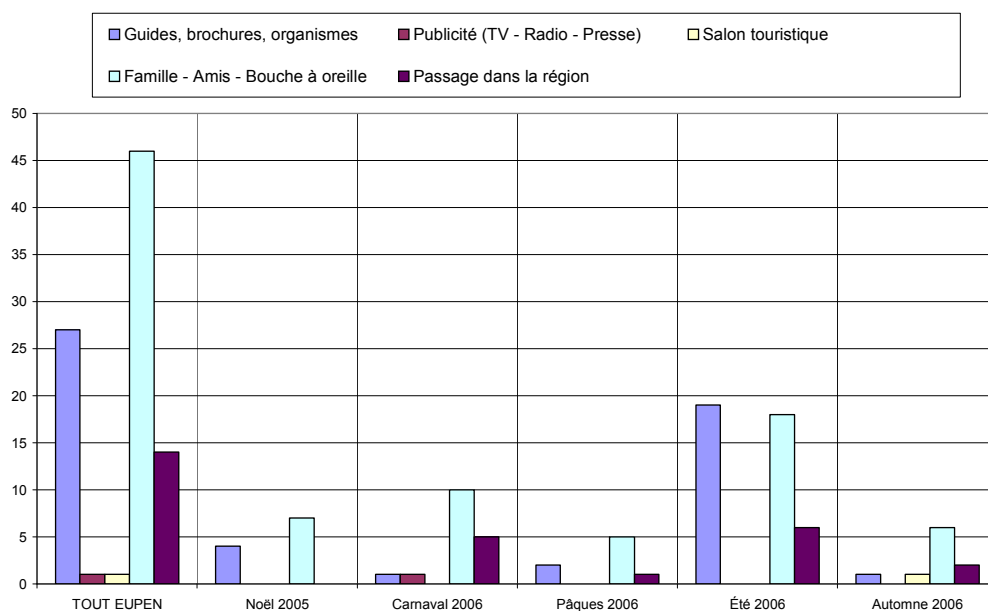


## Satisfaction en matière d'hébergement

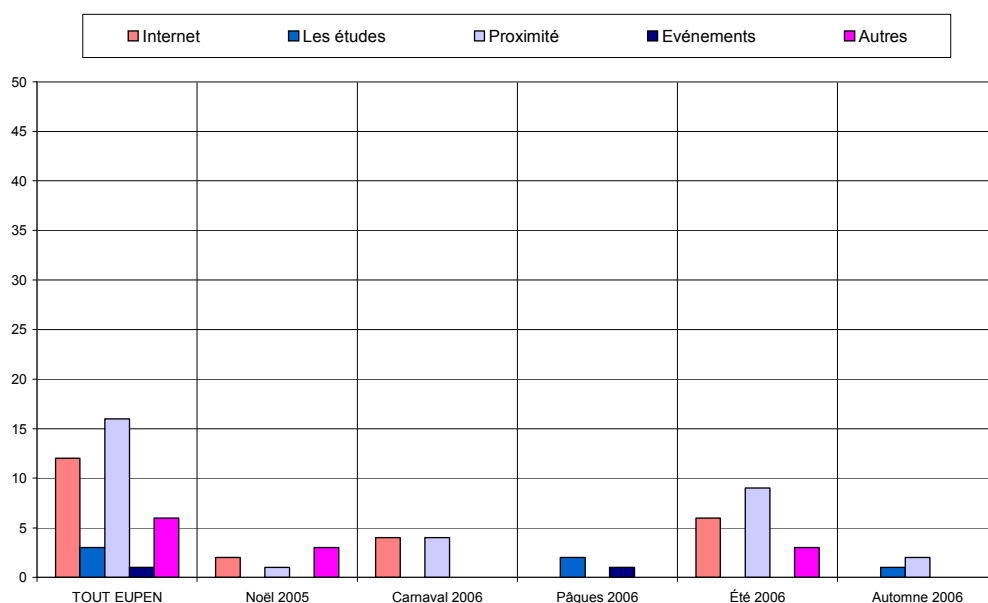


Le taux de satisfaction concernant l'hébergement est très élevé tant pour les prix que les services offerts. Remarque : il y a 49% de réservations.

## Sources d'information et de documentation



Les principales sources d'informations sont le bouche à oreille (36%) et les guides & brochures (21%).



## ANALYSE VERTICALE – DIFFERENCES SIGNIFICATIVES

CRITERES	2004 <-> 2003	2005 <-> 2004	2006 <-> 2005
Nombre de questionnaire		Moins de questionnaires	
Langue des questionnaires		Plus de questionnaires complétés en néerlandais, moins en allemand	Plus de questionnaires complétés en français, moins en néerlandais
Région d'origine des personnes interrogées		Plus de hollandais, moins d'allemands	Plus de wallons, moins de hollandais
Région d'origine Belgique	Moins de liégeois		Plus de liégeois
Région d'origine Hollande			
Caractéristiques des visiteurs interrogés	Plus de couples et familles		
Activités touristiques pratiquées	Plus de promenades, moins de visites culturelles		Activités équitablement réparties
Appréciation de l'endroit touristique			
Fréquentation			
Durée du séjour		Forte hausse du tourisme résidentiel	Baisse de la durée du séjour
Hébergement	Hausse des locations, baisse des chambres d'hôtes		
Satisfaction en matière d'hébergement			Baisse des réservations
Sources d'information et de documentation	Hausse de l'Internet	Hausse des guides et brochures	

## ANALYSE VERTICALE - QUESTIONS OUVERTES

	2003	2004	2005	2006
<b>Points positifs</b>	Nature : 17 x	Nature : 23 x	Nature : 22 x	Nature : 32 x
	Propreté : 11 x			
	Accueil : 10 x	Accueil : 4 x	Accueil : 14 x	Accueil : 11 x
		Visites : 10 x		Visites : 18 x
			Ville : 9 x	
				Commerces : 13 x
<b>Points négatifs</b>	Signalisation : 8 x	Signalisation : 4 x	Signalisation : 11 x	
		Visites (fabrication, dégustation) : 5 x	Visites (fabrication, dégustation) : 4 x	Visites (fabrication, dégustation) : 8 x
		Animation (ville) : 5 x		
			Langues : 6 x	
			Infrastructures : 16 x	

108 Questionnaires

120 Questionnaires

94 Questionnaires

100 Questionnaires

TOUT EUPEN	EUPEN		Noël 2005		Carnaval 2006		Pâques 2006		Été 2006		Automne 2006	
Date :	du	6-janv	du	6-janv	du	3-mars	du	14-avr	du	22-juil	du	3-nov
	au	3-nov	au	6-janv	au	3-mars	au	14-avr	au	9-août	au	3-nov
<b>Langue du formulaire</b>												
Français	57	57,0%	11	73,3%	16	76,2%	4	33,3%	18	43,9%	8	72,7%
Néerlandais	20	20,0%	1	6,7%	3	14,3%	3	25,0%	12	29,3%	1	9,1%
Allemand	15	15,0%	2	13,3%	0	0,0%	5	41,7%	6	14,6%	2	18,2%
Anglais	8	8,0%	1	6,7%	2	9,5%	0	0,0%	5	12,2%	0	0,0%
Nombres	Entretie ns	Jours	Entretie ns	Jours	Entretie ns	Jours	Entretie ns	Jours	Entretie ns	Jours	Entretie ns	Jours
	100	6	15	1	21	1	12	1	41	2	11	1
			[15 Q. par jour sur 1 site(s)]		[21 Q. par jour sur 1 site(s)]		[12 Q. par jour sur 1 site(s)]		[21 Q. par jour sur 1 site(s)]		[11 Q. par jour site(s)]	
<b>Domicile</b>												
Wallonie	36	36,0%	5	33,3%	4	19,0%	3	25,0%	17	41,5%	7	63,6%
Flandre	26	26,0%	3	20,0%	9	42,9%	4	33,3%	8	19,5%	2	18,2%
Communauté germanophone	10	10,0%	2	13,3%	4	19,0%	1	8,3%	2	4,9%	1	9,1%
Région Bruxelloise	4	4,0%	2	13,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	4,9%	0	0,0%
Hollande	9	9,0%	1	6,7%	3	14,3%	0	0,0%	5	12,2%	0	0,0%
France	2	2,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	8,3%	1	2,4%	0	0,0%
Allemagne	9	9,0%	1	6,7%	1	4,8%	3	25,0%	3	7,3%	1	9,1%
Luxembourg	1	1,0%	1	6,7%	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	0,0%
Autre	3	3,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	7,3%	0	0,0%
<b>Zone postale belge</b>												
Bruxelles	9	12,3%	2	16,7%	2	11,8%	0	0,0%	3	11,5%	2	20,0%
Antwerpen	6	8,2%	1	8,3%	0	0,0%	1	12,5%	2	7,7%	2	20,0%
Leuven	11	15,1%	0	0,0%	7	41,2%	2	25,0%	2	7,7%	0	0,0%
Liège	33	45,2%	6	50,0%	4	23,5%	1	12,5%	16	61,5%	6	60,0%
Namur	3	4,1%	1	8,3%	1	5,9%	0	0,0%	1	3,8%	0	0,0%
Charleroi	2	2,7%	0	0,0%	0	0,0%	1	12,5%	1	3,8%	0	0,0%
Mons	2	2,7%	0	0,0%	1	5,9%	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%
Brugge	3	4,1%	1	8,3%	0	0,0%	1	12,5%	1	3,8%	0	0,0%
Gent	4	5,5%	1	8,3%	2	11,8%	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Zone postale néerlandaise</b>												
Amsterdam	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	-
Den Haag	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	1	25,0%	0	-
Rotterdam	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	1	25,0%	0	-
Breda	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	1	25,0%	0	-
Eindhoven	1	12,5%	0	0,0%	1	33,3%	0	-	0	0,0%	0	-
Maastricht	3	37,5%	1	100,0%	2	66,7%	0	-	0	0,0%	0	-
Enschede	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	1	25,0%	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	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Berlin	1	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%
Hambourg	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Hanovre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Düsseldorf	1	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%
Cologne	5	71,4%	1	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
Francfort	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Stuttgart	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Munich	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Nuremberg	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Age</b>												
moins de 16 ans	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
de 17 à 25 ans	9	9,0%	1	6,7%	0	0,0%	3	25,0%	4	9,8%	1	9,1%
de 26 à 40 ans	29	29,0%	6	40,0%	7	33,3%	4	33,3%	9	22,0%	3	27,3%
de 41 à 60 ans	52	52,0%	6	40,0%	13	61,9%	4	33,3%	24	58,5%	5	45,5%
plus de 60 ans	10	10,0%	2	13,3%	1	4,8%	1	8,3%	4	9,8%	2	18,2%
<b>Profession</b>												
Etudiant	6	6,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	25,0%	2	4,9%	1	9,1%
Sans profession	4	4,0%	0	0,0%	1	4,8%	0	0,0%	1	2,4%	2	18,2%
Indépendant	15	15,0%	3	20,0%	0	0,0%	2	16,7%	10	24,4%	0	0,0%
Salarié	58	58,0%	9	60,0%	19	90,5%	4	33,3%	21	51,2%	5	45,5%
Pensionné	7	7,0%	1	6,7%	1	4,8%	1	8,3%	2	4,9%	2	18,2%
Fonctionnaire	10	10,0%	2	13,3%	0	0,0%	2	16,7%	5	12,2%	1	9,1%
<b>Moyen de Transport</b>												
Véhicule individuel	89	89,0%	15	100,0%	19	90,5%	11	91,7%	35	85,4%	9	81,8%
Véhicule de groupe	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Transport en commun	8	8,0%	0	0,0%	2	9,5%	1	8,3%	4	9,8%	1	9,1%
A pieds	3	3,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	4,9%	1	9,1%
<b>Groupe</b>												
individuellement	20	21,3%	1	6,7%	3	14,3%	3	25,0%	9	25,7%	4	36,4%
en couple	26	27,7%	5	33,3%	3	14,3%	5	41,7%	11	31,4%	2	18,2%
en famille	39	41,5%	9	60,0%	13	61,9%	3	25,0%	12	34,3%	2	18,2%
avec des amis	9	9,6%	0	0,0%	2	9,5%	1	8,3%	3	8,6%	3	27,3%
en groupe	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Raison de la visite</b>												

professionnelle	5	5,7%	1	7,1%	0	0,0%	1	9,1%	2	6,7%	1	9,1%
touristique	71	81,6%	8	57,1%	21	100,0%	10	90,9%	25	83,3%	7	63,6%
shopping	11	12,6%	5	35,7%	0	0,0%	0	0,0%	3	10,0%	3	27,3%
<b>1ère visite ?</b>												
Oui	34	34,0%	8	53,3%	4	19,0%	6	50,0%	16	39,0%	0	0,0%
Non	66	66,0%	7	46,7%	17	81,0%	6	50,0%	25	61,0%	11	100,0%
<b>Activités pratiquées</b>												
Visites culturelles	39	20,3%	5	23,8%	0	0,0%	7	30,4%	26	25,0%	1	7,1%
Repas gastronomiques	34	17,7%	2	9,5%	3	10,0%	4	17,4%	22	21,2%	3	21,4%
Loisirs	22	11,5%	4	19,0%	0	0,0%	2	8,7%	16	15,4%	0	0,0%
Promenades	64	33,3%	9	42,9%	9	30,0%	9	39,1%	28	26,9%	9	64,3%
Activités sportives	33	17,2%	1	4,8%	18	60,0%	1	4,3%	12	11,5%	1	7,1%
<b>Durée du séjour</b>												
Un jour	67	67,0%	10	66,7%	20	95,2%	10	83,3%	19	46,3%	8	72,7%
Plus de 1 jour (sans préciser)	11	11,0%	3	20,0%	1	4,8%	0	0,0%	7	17,1%	0	0,0%
moins d'une semaine	16	16,0%	2	13,3%	0	0,0%	2	16,7%	10	24,4%	2	18,2%
une semaine	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,4%	0	0,0%
une à deux semaines	4	4,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	9,8%	0	0,0%
deux à trois semaines	0	0,0%	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	0,0%
plus de un mois	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	9,1%
<b>Distance</b>												
moins de 10 km	12	32,4%	1	20,0%	0	0,0%	1	16,7%	9	40,9%	1	33,3%
de 10 à 50 km	22	59,5%	4	80,0%	1	100,0%	3	50,0%	13	59,1%	1	33,3%
plus de 50 km	3	8,1%	0	0,0%	0	0,0%	2	33,3%	0	0,0%	1	33,3%
<b>Hébergement</b>												
Chambres d'hôtes - Gîtes - Meublés	9	25,7%	1	20,0%	0	0,0%	0	0,0%	8	36,4%	0	0,0%
Hôtel	8	22,9%	3	60,0%	1	100,0%	1	25,0%	3	13,6%	0	0,0%
Camping	5	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	25,0%	4	18,2%	0	0,0%
Village de vacances	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Auberge de jeunesse	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Parents et amis	6	17,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	25,0%	4	18,2%	1	33,3%
Motor-home	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Seconde résidence	2	5,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,5%	1	33,3%
Location (chalet - bungalow...)	4	11,4%	1	20,0%	0	0,0%	1	25,0%	1	4,5%	1	33,3%
Autres	1	2,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,5%	0	0,0%
<b>Services OK ?</b>												
Oui	33	94,3%	5	100,0%	1	100,0%	4	100,0%	20	90,9%	3	100,0%
Non	2	5,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,1%	0	0,0%
<b>Prix OK ?</b>												
Oui	32	94,1%	5	100,0%	1	100,0%	3	100,0%	20	90,9%	3	100,0%
Non	2	5,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,1%	0	0,0%
<b>Réservation</b>												
Oui	17	48,6%	5	100,0%	1	100,0%	3	75,0%	7	31,8%	1	33,3%
Non	18	51,4%	0	0,0%	0	0,0%	1	25,0%	15	68,2%	2	66,7%
<b>Déjà visité le site ?</b>												
Oui	9	100,0%	2	100,0%	0	-	2	100,0%	5	100,0%	0	-
Non	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	-
<b>Source d'info</b>												
Guides, brochures, organismes	27	21,3%	4	23,5%	1	4,0%	2	18,2%	19	31,1%	1	7,7%
Publicité (TV - Radio - Presse)	1	0,8%	0	0,0%	1	4,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Salon touristique	1	0,8%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%
Famille - Amis - Bouche à oreille	46	36,2%	7	41,2%	10	40,0%	5	45,5%	18	29,5%	6	46,2%
Passage dans la région	14	11,0%	0	0,0%	5	20,0%	1	9,1%	6	9,8%	2	15,4%
Internet	12	9,4%	2	11,8%	4	16,0%	0	0,0%	6	9,8%	0	0,0%
Les études	3	2,4%	0	0,0%	0	0,0%	2	18,2%	0	0,0%	1	7,7%
Proximité	16	12,6%	1	5,9%	4	16,0%	0	0,0%	9	14,8%	2	15,4%
Événements	1	0,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	9,1%	0	0,0%	0	0,0%
Autres	6	4,7%	3	17,6%	0	0,0%	0	0,0%	3	4,9%	0	0,0%
<b>Appréciation</b>												
très faible	0	0,0%	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	0,0%
moyenne	7	8,9%	0	0,0%	2	11,8%	0	0,0%	4	10,5%	1	16,7%
bonne	33	41,8%	8	61,5%	7	41,2%	4	80,0%	12	31,6%	2	33,3%
très bonne	39	49,4%	5	38,5%	8	47,1%	1	20,0%	22	57,9%	3	50,0%
<b>Intention de revenir</b>												
Oui	67	91,8%	11	84,6%	15	100,0%	3	100,0%	32	88,9%	6	100,0%
Non	6	8,2%	2	15,4%	0	0,0%	0	0,0%	4	11,1%	0	0,0%
<b>Info ?</b>												
Oui	24	24,2%	8	53,3%	6	28,6%	4	33,3%	5	12,5%	1	9,1%
Non	75	75,8%	7	46,7%	15	71,4%	8	66,7%	35	87,5%	10	90,9%

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
Site N° : 15	15.4 Via Internet	15.5 région fort petite	15.5 sympathie des personnes	15.5 personnes sympathiques
Campagne : 1 du	15.4 Via Amis	15.5 manque de places pour handicapés	15.5 le terroir	15.4 trop de voitures dans le centre ville,routes à améliorer
	15.4 Via Amis	15.5 le froid	15.5 environnement et nature	15.4 très bon accueil et bons renseignements sur la région
6-janv-06 au	15.4 Vacances Select	15.5 la propreté	15.5 bcp de choses à visiter	15.4 région attrayante
	15.4 Internet	15.5 climat rude	15.4 un grand nombre de grands commerces	15.4 plus de routes pour vélos
3-nov-06	15.4 Agence	15.4 trop de circulation	15.4 un grand nombre de commerces	15.4 plus de meilleures informations pour les parents
	15.4 Agence	15.4 propreté de la ville	15.4 très beau	15.4 plus d'activités pour les jeunes
	15.3 Internet	15.4 propreté de la région,mauvaises routes,trop petite région	15.4 tout nous convient	15.4 pas de bancontact près des commerces
	15.2 Par Ses Propres Moyens	15.4 plus de routes pour vélos	15.4 tout	15.4 parking proche du centre
	15.1 Via Connaissances	15.4 petit	15.4 richesse de la nature,assez bien de commerces à disposition	15.4 parking à disposition et proche de centre d'eupen
	15.1 Par Téléphone	15.4 pas assez d'animation,pas beaucoup de magasins ouverts	15.4 région propre et accueillante,beau paysage,beaucoup de commerces différents	15.4 parking
	15.1 Par Internet A Www.Weekenddesk.Be	15.4 parking (surtout pour les personnes âgées)	15.4 région avec beaucoup d'endroits pour se restaurer,beaucoup de commerces,accessibilité	15.4 eupen a un charme particulier!nous reviendrons
	15.1 Internet,Téléphone	15.4 manque d'animation dans la ville d'Eupen	15.4 région accueillante	15.4 eupen a un charme particulier
	15.1 Internet	15.4 état des routes	15.4 plusieurs langues parlées dans cette région	15.4 bon accueil,charmante région
		15.4 circulation,trop mauvaises routes	15.4 paysage,musées,propre,b beaucoup de commerces	15.4 belle région,beaucoup de magasins,région accueillante
		15.4 circulation,beaucoup de trafic,peu de places pour se parquer	15.4 paysage,gastronomie,ge ns	15.4 belle région propre
		15.4 circulation dans le centre	15.4 payasge,grande région,beaucoup de choses à visiter	15.4 Belgique est un beau pays,gens chaleureux,eupen est une belle région,diversité des paysages,beaucoup de commerces
		15.4 circulation	15.4 nature,calme	15.2 sources de chaleur sur le circuit ainsi que du vin chaud et plus de musique
		15.4 aucun	15.4 nature,calme	15.2 les touristes devraient éviter de marcher sur les traces de ski
		15.4 assez petit,beaucoup de commerces et restaurants	15.4 nature	15.2 le prix est cher
		15.4 ambiance dans la ville,la plupart des magasins sont fermés	15.4 nature	15.2 il faudrait un meilleur réseau de transport pour accéder au lieu
		15.4 ambiance	15.4 nature	15.2 de meilleures pistes de ski
		15.3 Signalisation	15.4 musées et chocolaterie,très bon accueil,nature	15.1 voir la fabrication du chocolat,vidéo avec deux langues jumelées
		15.2 pistes peu préparées	15.4 lignes de bus,magasins,dock's café	15.1 mettre des présentoirs avec des échantillons de chocolat dasn le musée
		15.2 pistes pas assez préparées	15.4 ligne de bus,paysage	15.1 manque de panneaux de signalisation,visibilité,horaires mal précisés
		15.2 moins de clotures qui coupent le paysage	15.4 légèreté de la région,tous les sports,belle région fleurie	
		15.2 le manque de soleil	15.4 environnement,région assez fleurie et accueillante	

		15.1 trop peu à goûter	15.4 commerces,visites (musée,églises,barrage vesdre),paysage	
		15.1 pas beaucoup de panneau de signalisation sur la route	15.4 commerces,nature,paysage	
		15.1 on ne voit pas la fabrication du chocolat	15.4 commerces,chocolaterie,nature,paysages	
		15.1 on devrait donner du chocolat	15.4 calme,nature	
		15.1 musée très petit et pas très instructif	15.4 calme,ambiance	
		15.1 manque d'infos sur le chocolat (fourrage du chocolat)	15.4 belle région,beaucoup de restaurants,cafés	
		15.1 manque de panneaux de signalisation pour trouver le musée	15.4 belle petite région	
			15.4 beaucoup de curiosités à voir (églises,musées,barrage, ...)	
			15.4 barrage d'eupen,musées	
			15.4 attractif	
			15.4 accueil	
			15.4 accueil	
			15.3 Amabilité des personnes	
			15.2 temps idéal pour skier	
			15.2 pas trop de monde donc assez d'espace	
			15.2 nature	
			15.2 les sentiers de promenade	
			15.2 le calme de l'endroit	
			15.2 la neige pour skier	
			15.2 la maison Ternell,le restaurant	
			15.2 bien quelque soit la saison	
			15.2 ambiance,déco	
			15.1 visiter la fabrique	
			15.1 qualité,choix de chocolat (haut de gamme),fidèle à une réputation	
			15.1 nature,culture	
			15.1 l'odeur de chocolat	
			15.1 la ligne de production est plus instructive que le musée	
			15.1 explications de la fabrication du chocolat	
			15.1 documentation,films videos sur le chocolat,les odeurs	
			15.1 chocolat	
			15.1 bonne organisation,beaucoup de choix,qualité du produit	
			15.1 bonne aperçu du processus de fabrication,didactique (tv,explications bien faites)	
			15.1 beauté,nature,calme	
			15.1 beauté,nature	
			15.1 beaucoup de facilités,activités possibles,nature	