

MALMEDY



Enquêtes réalisées Place Albert 1^{er}

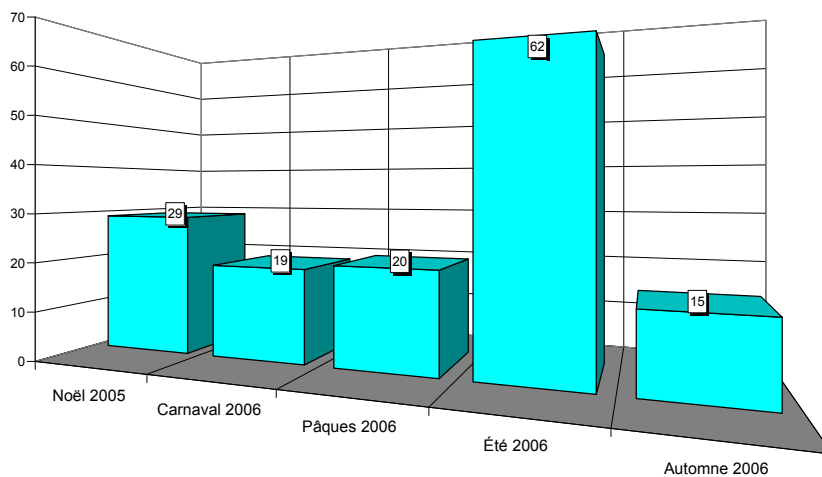


Situation en province de Liège

MALMEDY

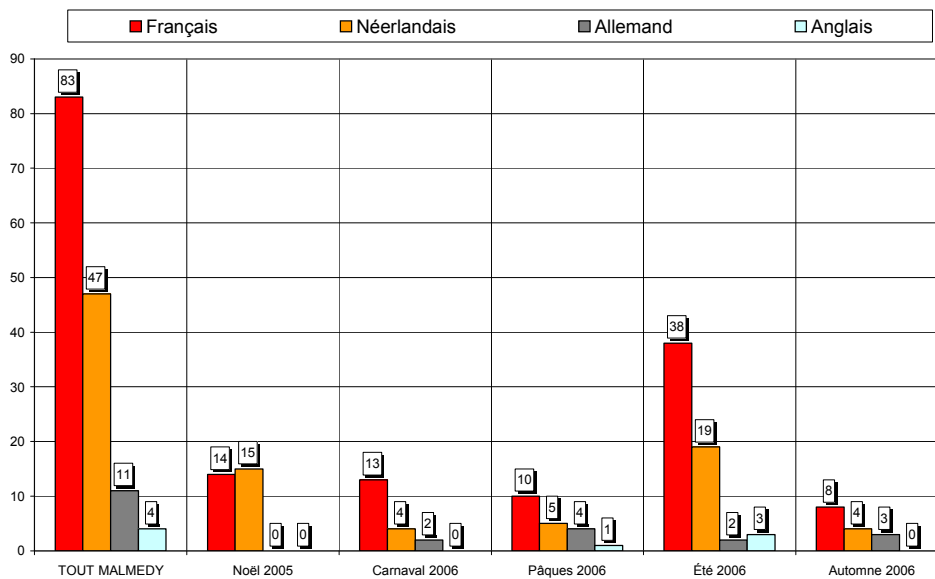


Nombre de questionnaires, saison par saison



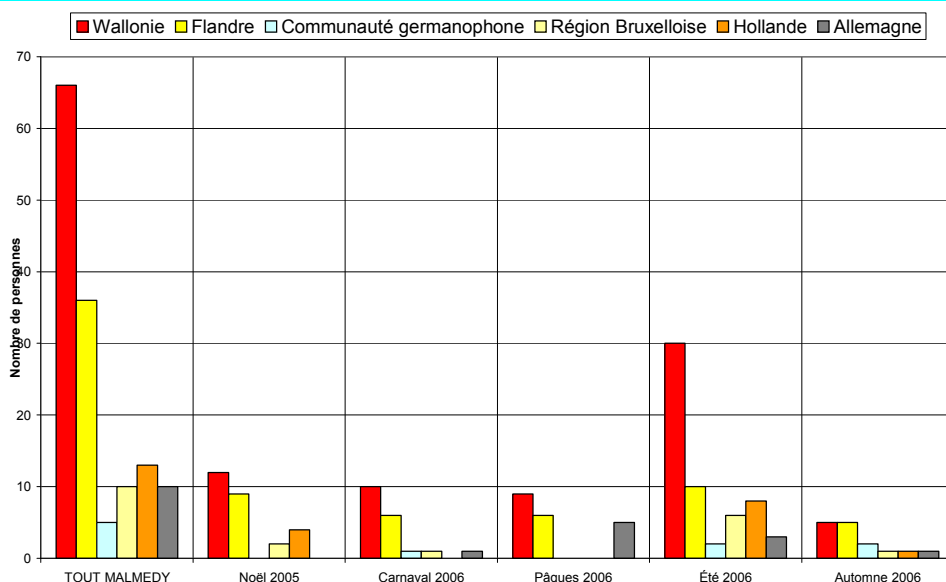
Au total, 145 questionnaires ont été recueillis en 5 vagues d'enquêtes (7 jours d'entretiens). Cet échantillon est globalement représentatif.

Langue des questionnaires



57% des questionnaires sont complétés en français, 32% en néerlandais, 8% en allemand et 3% en anglais.

Région d'origine des personnes interrogées



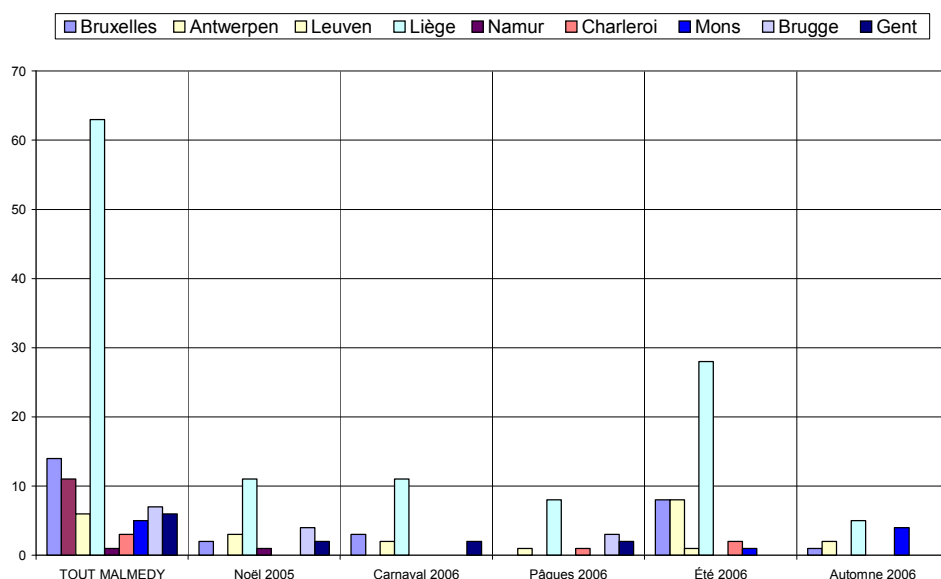
46% des personnes interrogées sont domiciliées en Wallonie, 25% en Flandre et 9% en Hollande

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 :

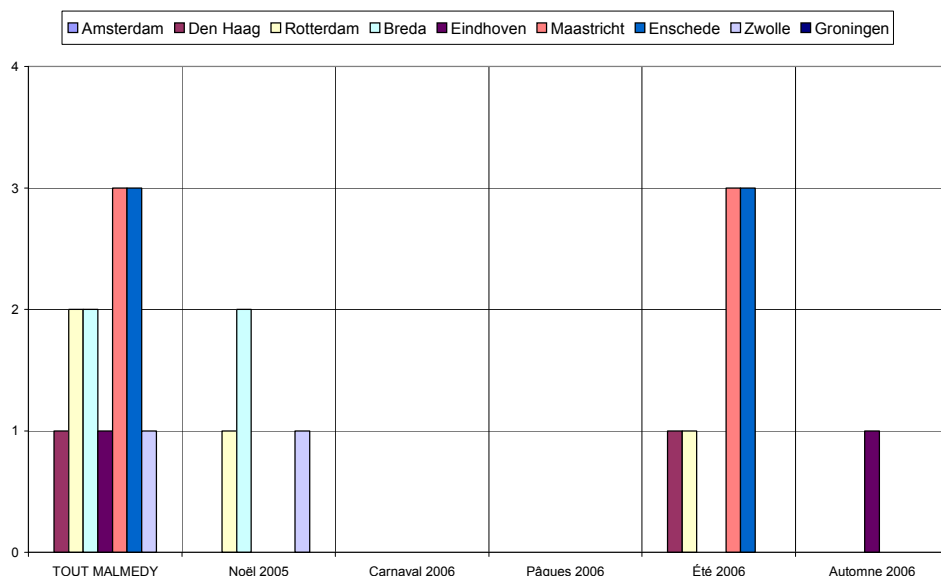
- ✓ la « région de Bruxelles » comprend les communes dont le numéro commence par le chiffre 1,
- ✓ la « région d'Anvers » comprend les communes dont le numéro commence par 2,
- ✓ la « région de Louvain », les communes dont le numéro commence par 3 et comprend donc le Limbourg,
- ✓ la « région de Liège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



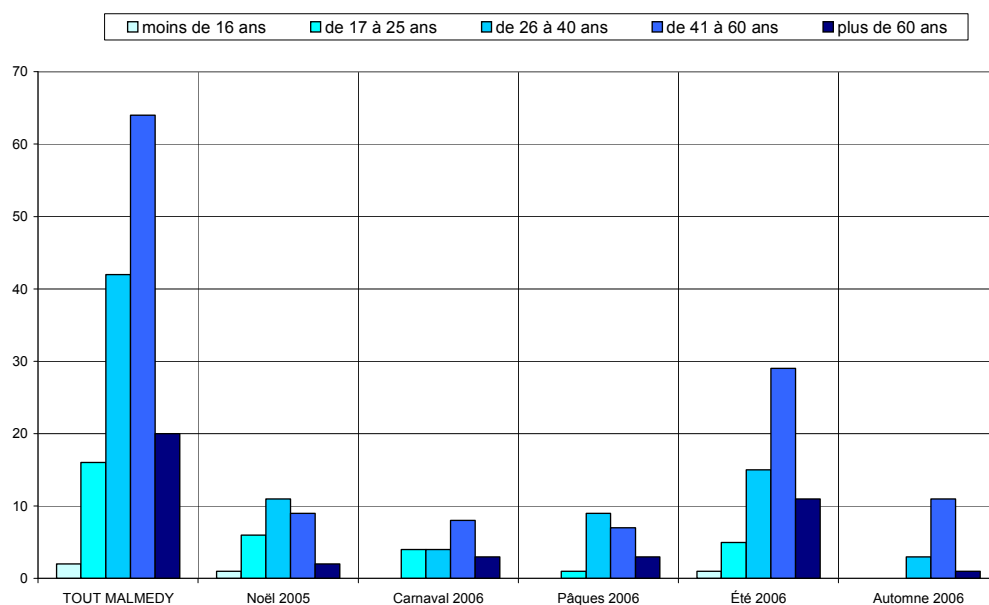
Les visiteurs belges proviennent majoritairement de la région liégeoise.

Région d'origine pour les visiteurs provenant de Hollande

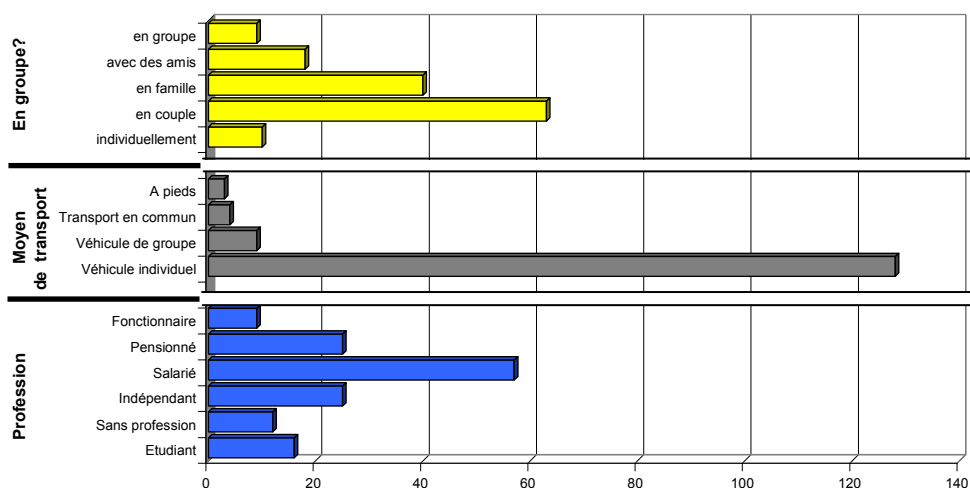


Critère peu représentatif, donné à titre purement indicatif.

Caractéristiques des visiteurs interrogés



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

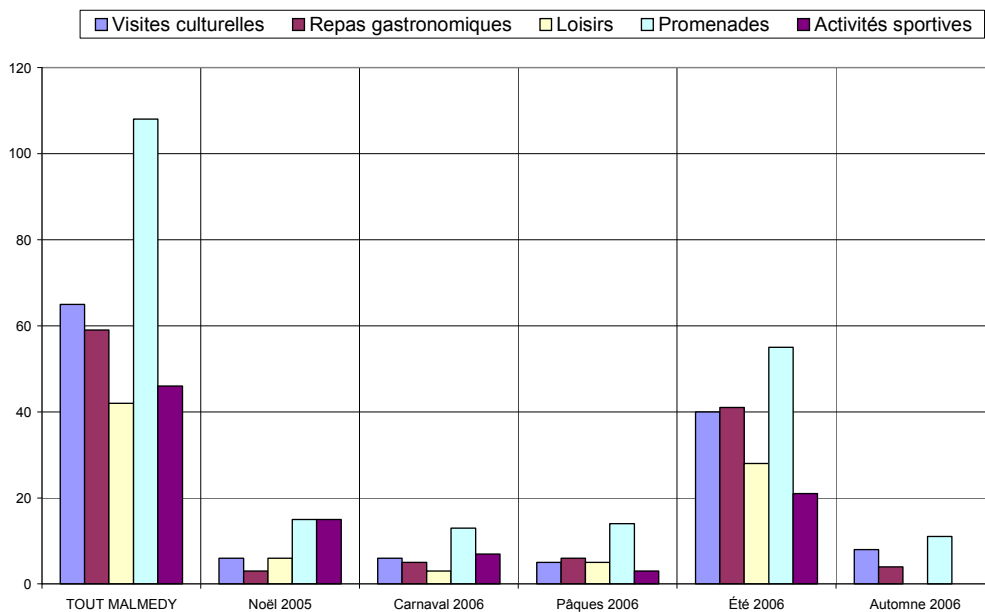


✓ 74% des personnes interrogées viennent en couple ou en famille.

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

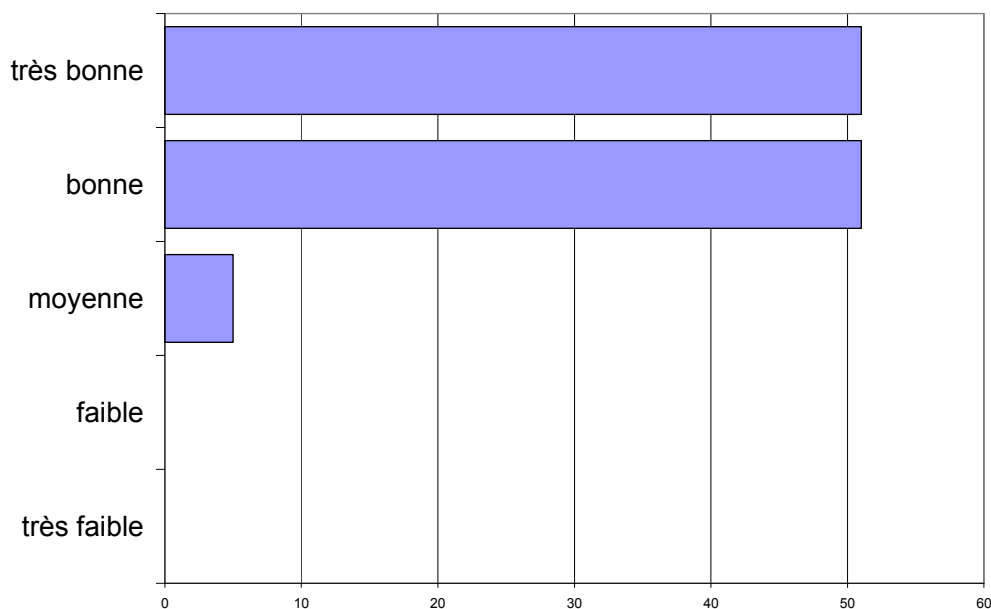
✓ Les salariés sont les plus nombreux (40%).

Activités touristiques pratiquées



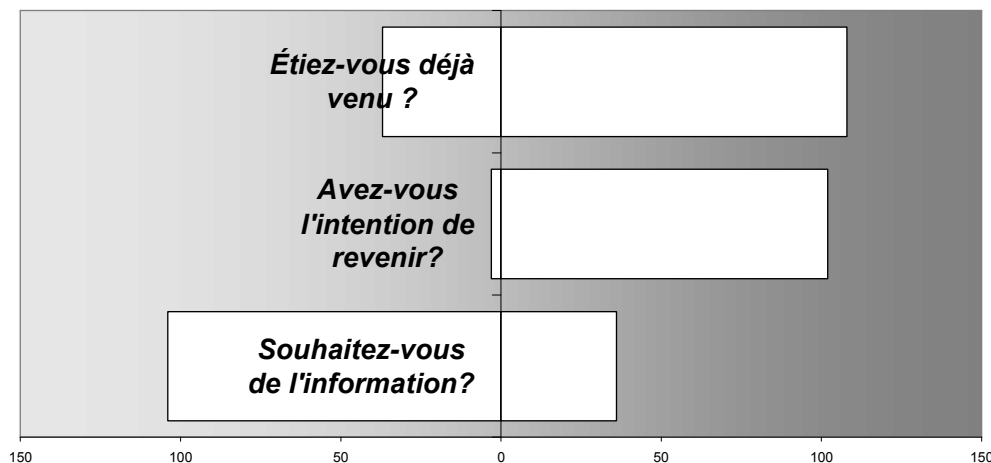
Promenades et visites culturelles sont les activités les plus fréquemment citées.

Appréciation de l'endroit touristique



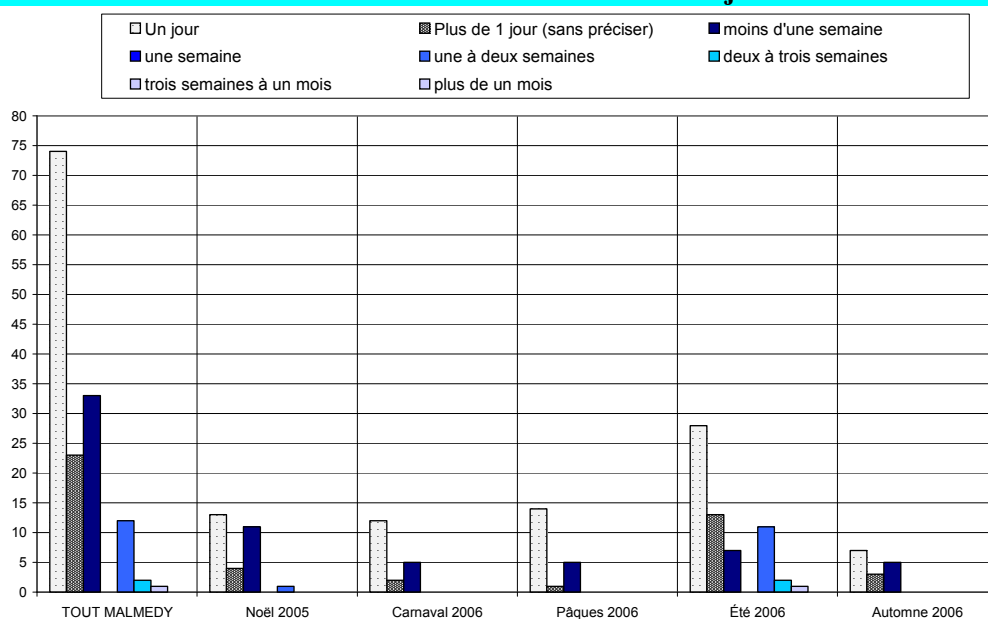
L'appréciation de la région est bonne à très bonne.

Fréquentation



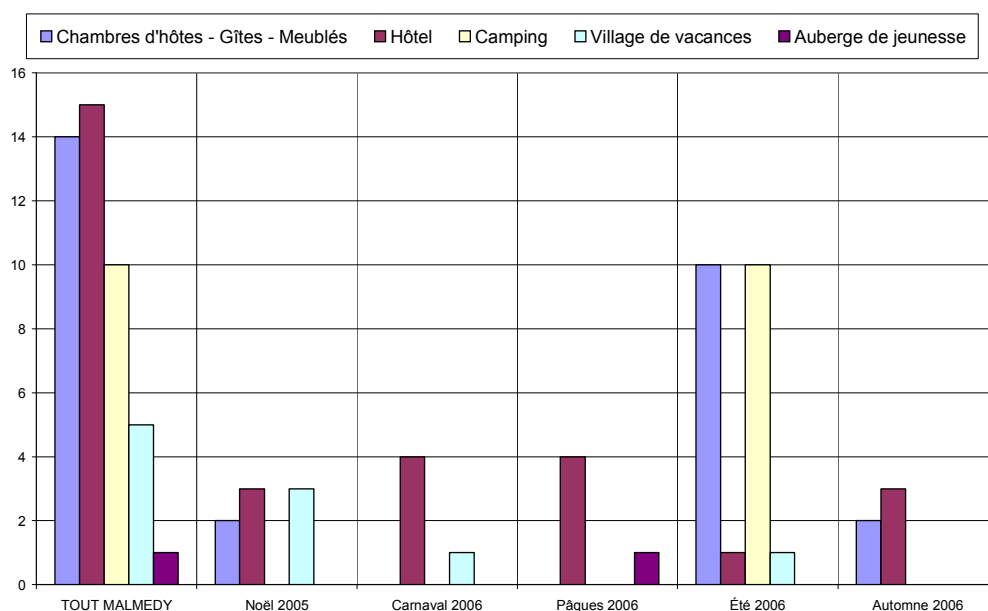
- ✓ 75% des personnes interrogées sont déjà venues dans la région.
- ✓ 97% ont l'intention d'y revenir.
- ✓ 26% souhaitent être informées des activités futures.

Durée du séjour

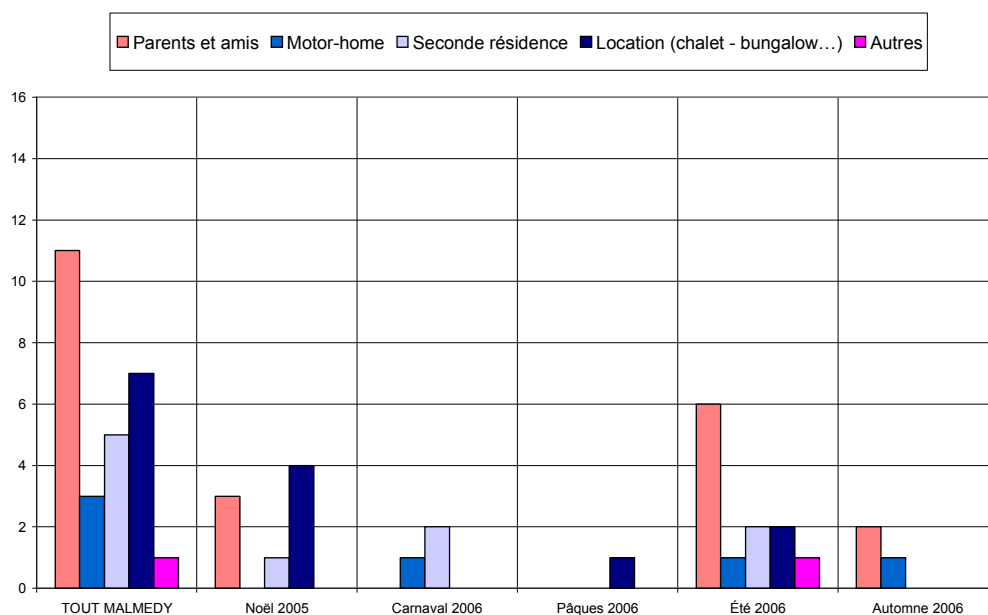


Le tourisme d'un jour et le tourisme résidentiel sont équitablement répartis.

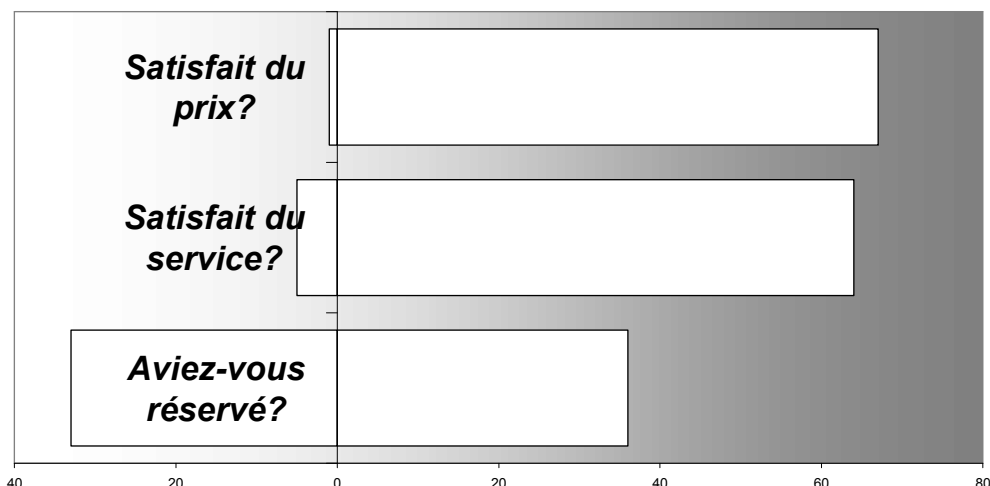
Hébergement



Les types d'hébergement les plus fréquentés sont les hôtels (21%), les chambres d'hôtes & gîtes (19%) et les logements chez les parents&amis (15%).

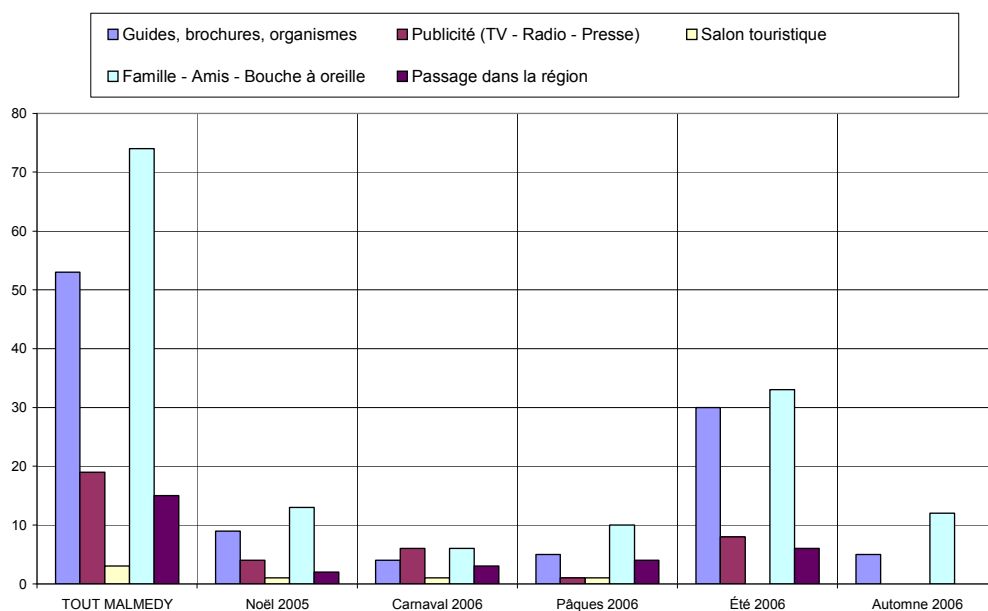


Satisfaction en matière d'hébergement

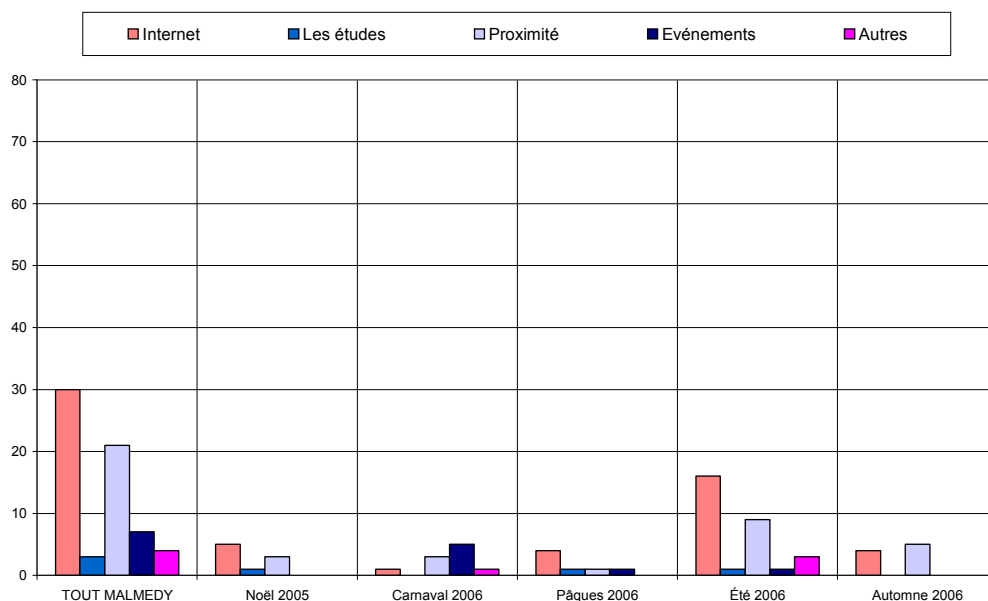


Le taux de satisfaction concernant l'hébergement est très élevé tant pour les prix que les services offerts. Remarque : il y a 52% de réservations.

Sources d'information et de documentation



Les principales sources d'information sont le bouche à oreille (32%) et les guides & brochures (23%) et l'Internet (13%).



ANALYSE VERTICALE – DIFFERENCES SIGNIFICATIVES

CRITERES	2004 <-> 2003	2005 <-> 2004	2006 <-> 2005
Nombre de questionnaire	Moins de questionnaires (moins de jours d'entretien)	Moins de questionnaires (moins de jours d'entretien)	
Langue des questionnaires			Plus de questionnaires complétés en français
Région d'origine des personnes interrogées	Davantage de flamands	Moins de wallons	
Région d'origine Belgique		Moins de liégeois, plus de bruxellois et de gantois	
Région d'origine Hollande			
Caractéristiques des visiteurs interrogés		Hausse des « primo visiteurs »	
Activités touristiques pratiquées			
Appréciation de l'endroit touristique			
Fréquentation			Baisse des demandes d'informations
Durée du séjour		Hausse du tourisme résidentiel	Baisse de la durée du séjour
Hébergement	Davantage d'hôtels et de locations, moins de village de vacances et de camping	Moins de chambres d'hôtes, plus de locations	Baisse des locations
Satisfaction en matière d'hébergement			Baisse des réservations
Sources d'information et de documentation			Hausse de l'Internet

ANALYSE VERTICALE - QUESTIONS OUVERTES

	2003	2004	2005	2006
Points positifs	Nature : 89 x	Nature : 56 x	Nature : 30 x	Nature : 48x
	Accueil : 30 x	Accueil : 23 x	Accueil : 8 x	Accueil : 16 x
	Propreté : 11 x			Propreté : 14 x
	Promenade : 10 x	Promenade : 9 x	Promenade : 8 x	Promenade : 9 x
				Commerces : 21 x
Points négatifs	Parking : 9 x		Parking : 4 x	Parking : 16 x
	Signalisation : 8 x			
		Transport en commun : 6 x		
		Balisage : 6 x		
			Routes : 9 x	
	223 Questionnaires	162 Questionnaires	126 Questionnaires	145 Questionnaires

TOUT MALMEDY	MALMEDY		Noël 2005		Carnaval 2006		Pâques 2006		Été 2006		Automne 2006	
Date :	du	30-déc	du	30-déc	du	3-mars	du	14-avr	du	21-juil	du	4-nov
	au	4-nov	au	6-janv	au	3-mars	au	14-avr	au	20-août	au	4-nov
Langue du formulaire												
Français	83	57,2%	14	48,3%	13	68,4%	10	50,0%	38	61,3%	8	53,3%
Néerlandais	47	32,4%	15	51,7%	4	21,1%	5	25,0%	19	30,6%	4	26,7%
Allemand	11	7,6%	0	0,0%	2	10,5%	4	20,0%	2	3,2%	3	20,0%
Anglais	4	2,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	5,0%	3	4,8%	0	0,0%
Nombres	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours	Entretiens	Jours
	145	7	29	2	19	1	20	1	62	2	15	1
			[15 Q. par jour sur 1 site(s)]		[19 Q. par jour sur 1 site(s)]		[20 Q. par jour sur 1 site(s)]		[31 Q. par jour sur 1 site(s)]		[15 Q. par jour sur 1 site(s)]	
Domicile												
Wallonie	66	45,5%	12	41,4%	10	52,6%	9	45,0%	30	48,4%	5	33,3%
Flandre	36	24,8%	9	31,0%	6	31,6%	6	30,0%	10	16,1%	5	33,3%
Communauté germanophone	5	3,4%	0	0,0%	1	5,3%	0	0,0%	2	3,2%	2	13,3%
Région Bruxelloise	10	6,9%	2	6,9%	1	5,3%	0	0,0%	6	9,7%	1	6,7%
Hollande	13	9,0%	4	13,8%	0	0,0%	0	0,0%	8	12,9%	1	6,7%
France	3	2,1%	2	6,9%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%
Allemagne	10	6,9%	0	0,0%	1	5,3%	5	25,0%	3	4,8%	1	6,7%
Luxembourg	0	0,0%	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	0,0%
Autre	2	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	3,2%	0	0,0%
Zone postale belge												
Bruxelles	14	12,1%	2	8,7%	3	16,7%	0	0,0%	8	16,7%	1	8,3%
Antwerpen	11	9,5%	0	0,0%	0	0,0%	1	6,7%	8	16,7%	2	16,7%
Leuven	6	5,2%	3	13,0%	2	11,1%	0	0,0%	1	2,1%	0	0,0%
Liège	63	54,3%	11	47,8%	11	61,1%	8	53,3%	28	58,3%	5	41,7%
Namur	1	0,9%	1	4,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Charleroi	3	2,6%	0	0,0%	0	0,0%	1	6,7%	2	4,2%	0	0,0%
Mons	5	4,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,1%	4	33,3%
Brugge	7	6,0%	4	17,4%	0	0,0%	3	20,0%	0	0,0%	0	0,0%
Gent	6	5,2%	2	8,7%	2	11,1%	2	13,3%	0	0,0%	0	0,0%
Zone postale néerlandaise												
Amsterdam	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%
Den Haag	1	7,7%	0	0,0%	0	-	0	-	1	12,5%	0	0,0%
Rotterdam	2	15,4%	1	25,0%	0	-	0	-	1	12,5%	0	0,0%
Breda	2	15,4%	2	50,0%	0	-	0	-	0	0,0%	0	0,0%
Eindhoven	1	7,7%	0	0,0%	0	-	0	-	0	0,0%	1	100,0%
Maastricht	3	23,1%	0	0,0%	0	-	0	-	3	37,5%	0	0,0%
Enschede	3	23,1%	0	0,0%	0	-	0	-	3	37,5%	0	0,0%
Zwolle	1	7,7%	1	25,0%	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	0,0%	0	0,0%	0	-
Berlin	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-
Hambourg	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-
Hanovre	1	12,5%	0	-	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-
Düsseldorf	3	37,5%	0	-	0	0,0%	3	75,0%	0	0,0%	0	-
Cologne	3	37,5%	0	-	0	0,0%	1	25,0%	2	66,7%	0	-
Francfort	1	12,5%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	1	33,3%	0	-
Stuttgart	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	-
Nuremberg	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-
Age												
moins de 16 ans	2	1,4%	1	3,4%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%
de 17 à 25 ans	16	11,1%	6	20,7%	4	21,1%	1	5,0%	5	8,2%	0	0,0%
de 26 à 40 ans	42	29,2%	11	37,9%	4	21,1%	9	45,0%	15	24,6%	3	20,0%
de 41 à 60 ans	64	44,4%	9	31,0%	8	42,1%	7	35,0%	29	47,5%	11	73,3%
plus de 60 ans	20	13,9%	2	6,9%	3	15,8%	3	15,0%	11	18,0%	1	6,7%
Profession												
Etudiant	16	11,1%	6	20,7%	5	26,3%	1	5,0%	4	6,6%	0	0,0%
Sans profession	12	8,3%	3	10,3%	0	0,0%	1	5,0%	7	11,5%	1	6,7%
Indépendant	25	17,4%	2	6,9%	3	15,8%	4	20,0%	10	16,4%	6	40,0%
Salarié	57	39,6%	14	48,3%	5	26,3%	8	40,0%	25	41,0%	5	33,3%
Pensionné	25	17,4%	2	6,9%	5	26,3%	4	20,0%	11	18,0%	3	20,0%
Fonctionnaire	9	6,3%	2	6,9%	1	5,3%	2	10,0%	4	6,6%	0	0,0%
Moyen de Transport												
Véhicule individuel	128	88,9%	24	82,8%	16	84,2%	19	95,0%	56	91,8%	13	86,7%
Véhicule de groupe	9	6,3%	4	13,8%	1	5,3%	1	5,0%	1	1,6%	2	13,3%
Transport en commun	4	2,8%	1	3,4%	2	10,5%	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%
A pieds	3	2,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	4,9%	0	0,0%
Groupe												
individuellement	10	7,1%	2	7,7%	2	10,5%	0	0,0%	6	10,0%	0	0,0%
en couple	63	45,0%	8	30,8%	11	57,9%	8	40,0%	25	41,7%	11	73,3%
en famille	40	28,6%	8	30,8%	3	15,8%	9	45,0%	17	28,3%	3	20,0%
avec des amis	18	12,9%	5	19,2%	2	10,5%	3	15,0%	7	11,7%	1	6,7%

en groupe	9	6,4%	3	11,5%	1	5,3%	0	0,0%	5	8,3%	0	0,0%
Raison de la visite												
professionnelle	7	5,7%	2	8,7%	1	7,1%	2	11,1%	2	3,7%	0	0,0%
touristique	110	89,4%	21	91,3%	13	92,9%	12	66,7%	50	92,6%	14	100,0%
shopping	6	4,9%	0	0,0%	0	0,0%	4	22,2%	2	3,7%	0	0,0%
1ère visite ?												
Oui	37	25,5%	8	27,6%	7	36,8%	8	40,0%	8	12,9%	6	40,0%
Non	108	74,5%	21	72,4%	12	63,2%	12	60,0%	54	87,1%	9	60,0%
Activités pratiquées												
Visites culturelles	65	20,3%	6	13,3%	6	17,6%	5	15,2%	40	21,6%	8	34,8%
Repas gastronomiques	59	18,4%	3	6,7%	5	14,7%	6	18,2%	41	22,2%	4	17,4%
Loisirs	42	13,1%	6	13,3%	3	8,8%	5	15,2%	28	15,1%	0	0,0%
Promenades	108	33,8%	15	33,3%	13	38,2%	14	42,4%	55	29,7%	11	47,8%
Activités sportives	46	14,4%	15	33,3%	7	20,6%	3	9,1%	21	11,4%	0	0,0%
Durée du séjour												
Un jour	74	51,0%	13	44,8%	12	63,2%	14	70,0%	28	45,2%	7	46,7%
Plus de 1 jour (sans préciser)	23	15,9%	4	13,8%	2	10,5%	1	5,0%	13	21,0%	3	20,0%
moins d'une semaine	33	22,8%	11	37,9%	5	26,3%	5	25,0%	7	11,3%	5	33,3%
une semaine	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
une à deux semaines	12	8,3%	1	3,4%	0	0,0%	0	0,0%	11	17,7%	0	0,0%
deux à trois semaines	2	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	3,2%	0	0,0%
trois semaines à un mois	1	0,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%
plus de un mois	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Distance												
moins de 10 km	37	51,4%	12	75,0%	2	25,0%	1	16,7%	20	58,8%	2	25,0%
de 10 à 50 km	29	40,3%	4	25,0%	2	25,0%	3	50,0%	14	41,2%	6	75,0%
plus de 50 km	6	8,3%	0	0,0%	4	50,0%	2	33,3%	0	0,0%	0	0,0%
Hébergement												
Chambres d'hôtes - Gîtes - Meublés	14	19,4%	2	12,5%	0	0,0%	0	0,0%	10	29,4%	2	25,0%
Hôtel	15	20,8%	3	18,8%	4	50,0%	4	66,7%	1	2,9%	3	37,5%
Camping	10	13,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	10	29,4%	0	0,0%
Village de vacances	5	6,9%	3	18,8%	1	12,5%	0	0,0%	1	2,9%	0	0,0%
Auberge de jeunesse	1	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	0	0,0%	0	0,0%
Parents et amis	11	15,3%	3	18,8%	0	0,0%	0	0,0%	6	17,6%	2	25,0%
Motor-home	3	4,2%	0	0,0%	1	12,5%	0	0,0%	1	2,9%	1	12,5%
Seconde résidence	5	6,9%	1	6,3%	2	25,0%	0	0,0%	2	5,9%	0	0,0%
Location (chalet - bungalow...)	7	9,7%	4	25,0%	0	0,0%	1	16,7%	2	5,9%	0	0,0%
Autres	1	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,9%	0	0,0%
Services OK ?												
Oui	64	92,8%	12	80,0%	7	100,0%	6	100,0%	31	93,9%	8	100,0%
Non	5	7,2%	3	20,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	6,1%	0	0,0%
Prix OK ?												
Oui	67	98,5%	14	93,3%	6	100,0%	6	100,0%	33	100,0%	8	100,0%
Non	1	1,5%	1	6,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Réservation												
Oui	36	52,2%	10	66,7%	4	57,1%	6	100,0%	11	33,3%	5	62,5%
Non	33	47,8%	5	33,3%	3	42,9%	0	0,0%	22	66,7%	3	37,5%
Déjà visité le site ?												
Oui	14	73,7%	4	80,0%	1	25,0%	1	100,0%	6	85,7%	2	100,0%
Non	5	26,3%	1	20,0%	3	75,0%	0	0,0%	1	14,3%	0	0,0%
Source d'info												
Guides, brochures, organismes	53	23,1%	9	23,7%	4	13,3%	5	17,9%	30	28,0%	5	19,2%
Publicité (TV - Radio - Presse)	19	8,3%	4	10,5%	6	20,0%	1	3,6%	8	7,5%	0	0,0%
Salon touristique	3	1,3%	1	2,6%	1	3,3%	1	3,6%	0	0,0%	0	0,0%
Famille - Amis - Bouche à oreille	74	32,3%	13	34,2%	6	20,0%	10	35,7%	33	30,8%	12	46,2%
Passage dans la région	15	6,6%	2	5,3%	3	10,0%	4	14,3%	6	5,6%	0	0,0%
Internet	30	13,1%	5	13,2%	1	3,3%	4	14,3%	16	15,0%	4	15,4%
Les études	3	1,3%	1	2,6%	0	0,0%	1	3,6%	1	0,9%	0	0,0%
Proximité	21	9,2%	3	7,9%	3	10,0%	1	3,6%	9	8,4%	5	19,2%
Evénements	7	3,1%	0	0,0%	5	16,7%	1	3,6%	1	0,9%	0	0,0%
Autres	4	1,7%	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%	3	2,8%	0	0,0%
Appréciation												
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	5	4,7%	2	13,3%	2	28,6%	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%
bonne	51	47,7%	7	46,7%	2	28,6%	9	81,8%	29	47,5%	4	30,8%
très bonne	51	47,7%	6	40,0%	3	42,9%	2	18,2%	31	50,8%	9	69,2%
Intention de revenir												
Oui	102	97,1%	14	93,3%	6	85,7%	10	100,0%	59	98,3%	13	100,0%
Non	3	2,9%	1	6,7%	1	14,3%	0	0,0%	1	1,7%	0	0,0%
Info ?												
Oui	36	25,7%	6	21,4%	4	25,0%	3	15,0%	17	27,9%	6	40,0%
Non	104	74,3%	22	78,6%	12	75,0%	17	85,0%	44	72,1%	9	60,0%

MALMEDY	[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° : 10	10.5 Via L'Hôtel	10.5 plus de parking gratuits	10.5 ville agréable,sympa,maga sins avec produits locaux,tavernes	10.5 plus de magasins indépendants
Campagne : 1	10.5 Via La Chambre D'Hôte	10.5 peu de places de parking gratuit	10.5 nature	10.4 très joli toutes ces fleurs,belle région
du	10.5 Via Internet	10.5 peu de parking gratuit	10.5 magasins,nature	10.4 région très propre et fleurie
30-déc-05	10.5 Via Internet	10.4 trop de trafic	10.5 magasins typiques,office du tourisme,ville accueillante	10.4 quelques places de parking non payantes
au	10.5 Réserve D'Année En Année	10.4 place de parking	10.5 calme,reposant,agrée ble	10.4 plus de liaison entre régions,pas de connection entre les services touristiques
4-nov-06	10.4 Via Internet	10.4 peu d'endroits pour se garer	10.5 calme,nature	10.4 plus d'activités (concerts,...) le dimanche ou les après-midi
	10.4 Via Internet	10.4 pas d'équipement pour motor home	10.5 cadre,nature,magasin s,bien manger	10.4 parkings non payants
	10.4 Via Internet	10.4 parking payant (peu d'emplacements pour se parquer)	10.5 belle nature,beaux magasins,reposant	10.4 ouvrir une piscine couverte
	10.4 Via Internet	10.4 parking (peu de places disponibles)	10.5 beauté,taverne,magas ins,...	10.4 moins de circulation dans le centre
	10.4 Via Des Amis	10.4 parking	10.5 beauté,sympathique,b onne nourriture	10.4 meilleures indications deans les chemins de promenade pour ne pas se perdre
	10.4 Via Amis	10.4 parking	10.5 beauté typique,accueil	10.4 mauvais chemins de promenade à améliorer
	10.4 Euro Relais	10.4 marché de l'emploi,entretien des bâtiments	10.5 ambiance,calme	10.4 malmedy est une très belle région bien entretenue et très touristique apparemment
	10.4 Au Camping	10.4 manque de propreté	10.5 accueillant,sympathi que,beauté,petits magasins,beaucoup de restaurants et de tavernes	10.4 magnifique paysage,très bon entretien de Malmedy (propreté)
	10.4 A L'Office Du Tourisme	10.4 manque de points d'eau	10.4 ville cosmopolite,accueil	10.4 la région de malmedy doit absolument garder sa propreté
	10.3 Téléphone	10.4 les sentiers de promenade	10.4 très calme,beau paysage,culture	10.4 informations en néerlandais,les musées ne sont pas en néerlandais
	10.3 Internet	10.4 la jonction train- bus n'est pas bien organisé,on attend longtemps à trois-pont	10.4 très agréable	10.4 centre très accueillant et très fleuri
	10.3 Internet	10.4 infos des activités via radio	10.4 tout est très joli,nature,paysage,co mmerces	10.4 brochure des très belles vues sur la région + points qui nécessitent le détour car il n'existe pas de brochure là-dessus
	10.3 Internet	10.4 circulation,beaucoup de trafic	10.4 tout est très beau,nature	10.4 belle région,très propre
	10.3 Internet	10.4 circulation	10.4 temps,nature,calme	10.4 belle région fleurie
	10.3 Hôtel	10.4 beaucoup de circulation dans la centre	10.4 situation géographique (pas loin des grandes villes)	10.4 beaux chemins de promenade bien indiquées
	10.2 Via L'Agence De Voyage	10.3 temps	10.4 sentiment de calme,paix,intimité,nat ure	10.4 beaucoup d'ambiance le 15 août à Malmedy
	10.2 Via L'Agence De Voyage	10.3 temps	10.4 sécurité,propreté,ville dynamique,animation	10.4 améliorer la trafic en déviant vers l'extérieur vers des parkings situés dans la périphérie et que malmedy devienne piétonnier
	10.2 Directement A L'Hôtel	10.3 manque de parking	10.4 restaurants,commerce s,chemins de promenade,paysage,p ropreté de la nature	10.4 afficher les infos touristiques

	10.2 Agence De Voyage	10.3 le temps	10.4 région où tout est à disposition (commerces-restaurants-nature-paysage-bois)	10.3 non
	10.1 Www.Bookings.Be	10.3 le temps	10.4 proximité des magasins,restaurants	10.3 jolie ville
	10.1 Www.Ardenneréfuges.Be	10.3 le temps	10.4 propreté,nature	10.3 belle région
	10.1 Service Tourisme	10.2 places de parking (difficiles à trouver et plus chères)	10.4 propreté,calme,paysage,beaucoup d'endroits pour se restaurer et boire un verre	10.2 ville très dynamique
	10.1 Ot Spa	10.2 manque de parking	10.4 propre,calme,gastronomie	10.2 ville très accueillante,commerçants,services publics,hôpital (tout est très bien)
	10.1 Jet Air	10.2 manque de parking	10.4 promenades,calme,ambiance	10.2 la ville est mieux qu'avant,très propre,les gens sont contents du développement de la ville au niveau des magasins
	10.1 Jet Air	10.2 accessibilité,manque d'infos	10.4 présentation de la ville,calme,nature	10.1 ville qui vit sur son passé,très fermée sur elle-même,pas beaucoup ouverte aux touristes (surtout étrangers)
	10.1 Ils Ont Téléphone À L'Hôtel	10.1 très froid	10.4 paysage,restauration, beaux endroits de promenade	10.1 très belle ville,pas assez de commerces
	10.1 Flash Travel	10.1 pas de piscine	10.4 paysage,nature	10.1 plus de parkings (gratuits)
	10.1 Belsud	10.1 pas de discothèque,pas assez d'activités à faire,pas de piscine couverte	10.4 paysage,nature	10.1 plus de chauffage,positif que la patinoire soit couverte
	10.1 Belsud	10.1 froid en hiver,pas assez de commerces	10.4 paysage,gastronomie	10.1 ouvrir une discothèque pour les jeunes
		10.1 aucun	10.4 paysage,calme,propre	10.1 bonnes décorations de Noël
			10.4 paysage,15 août	
			10.4 paysage	
			10.4 nature,restaurants,commerces	
			10.4 nature,promenades	
			10.4 nature,paysage	
			10.4 nature,gastronomie,calme	
			10.4 nature,gastronomie	
			10.4 nature,environnement calme,propreté de la région,activités	
			10.4 nature,environnement	
			10.4 nature,beaucoup d'activités dans la région	
			10.4 nature,accueil,balises	
			10.4 nature	
			10.4 nature	
			10.4 maisons typiques,ambiance de la région,commerces (vente d'aliments typiques)	

			10.4 environnement, très beaux endroits pour se promener et se détendre	
			10.4 environnement, nature	
			10.4 commerces, bois, nature, restaurants	
			10.4 chemins de promenade, commerces, restauration	
			10.4 chemins de promenade, air pur	
			10.4 certains sentiers de promenade ne sont pas bien indiqués, possibilité de se perdre	
			10.4 calme, villes magnifiques	
			10.4 calme, propreté, paysage	
			10.4 calme, nature	
			10.4 belles promenades	
			10.4 belle région, belle nature	
			10.4 belle région, belle nature	
			10.4 belle région accueillante, commerces, restaurants	
			10.4 beauté du paysage	
			10.4 beaucoup de fleurs, paysage, région vraiment propre	
			10.4 beaucoup de commerces, nature, belles choses à visiter et très intéressantes dans les alentours	
			10.4 beaucoup d'activités organisées dans les alentours	
			10.4 beaucoup d'activités organisées	
			10.4 animation dans la ville	
			10.4 ambiance, convivialité	
			10.4 ambiance, concert, nature, calme	
			10.4 ambiance	
			10.4 accueil, nature	
			10.4 accueil, convivialité	
			10.4 accueil,	
			10.4 15 août, paysage, commerces	
			10.3 tout	
			10.3 les magasins	
			10.3 les environs, forêts	
			10.3 l'environnement	
			10.3 l'environnement	
			10.3 environnement	
			10.3 ambiance et aménagement de la ville	
			10.3 ambiance de la	

			ville	
			10.2 ville pittoresque,gastronomie	
			10.2 très chaleureux	
			10.2 sympathie	
			10.2 charmante petite ville,beaucoup de choses à voir dans les alentours	
			10.2 accueil,sympathie des gens	
			10.1 très beaux carnavales,beaucoup de festivals	
			10.1 nature,commerce,restaurants,activités sportives	
			10.1 nature	
			10.1 les commerces	
			10.1 les commerçants sont sympathiques,très bien reçus	
			10.1 la plupart des personnes se débrouillent en néerlandais,beaucoup de nature,beaucoup de choses à voir	
			10.1 la neige	
			10.1 belles décorations (à Noël),toute l'année beaucoup de fleurs	
			10.1 beaucoup de monuments à visiter	
			10.1 beaucoup de magasins,beau cadre	
			10.1 beaucoup de cafés,beaucoup de festivités	
			10.1 beau	