

# GEMMENICH



*Enquêtes réalisées aux Trois Frontières, au pied de la Tour (côté belge)*

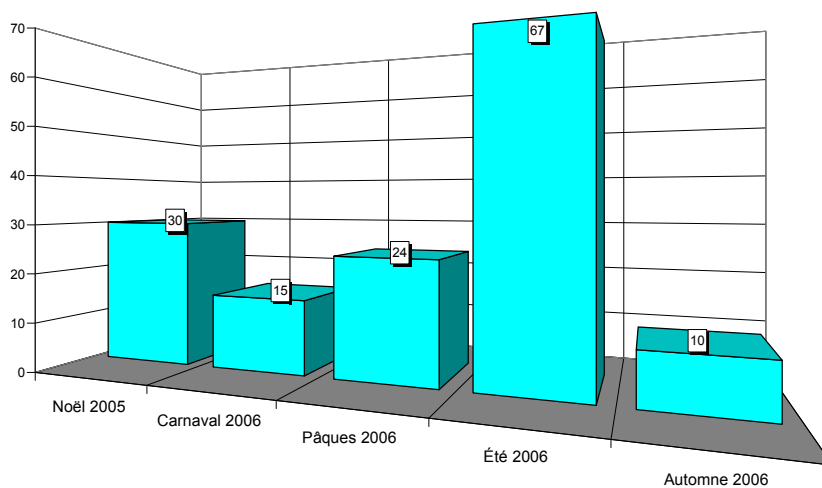


## Situation en province de Liège

GEMMENICH

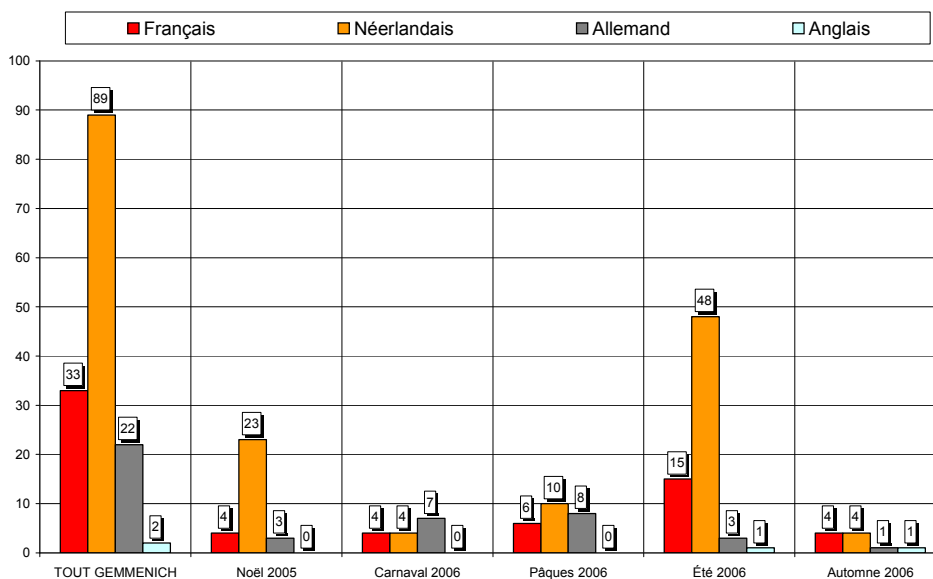


## Nombre de questionnaires, saison par saison



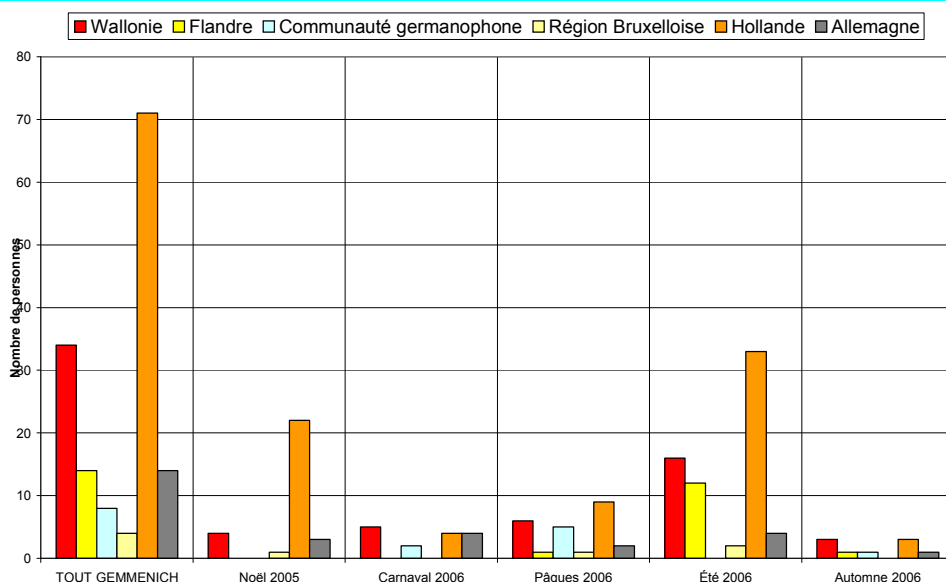
Au total, 146 questionnaires ont été recueillis en 5 vagues d'enquêtes (6 jours d'entretiens). Cet échantillon est globalement représentatif.

## Langue des questionnaires



61% des questionnaires sont complétés en néerlandais, 23% en français, 15% en allemand et 1% en anglais.

## Région d'origine des personnes interrogées



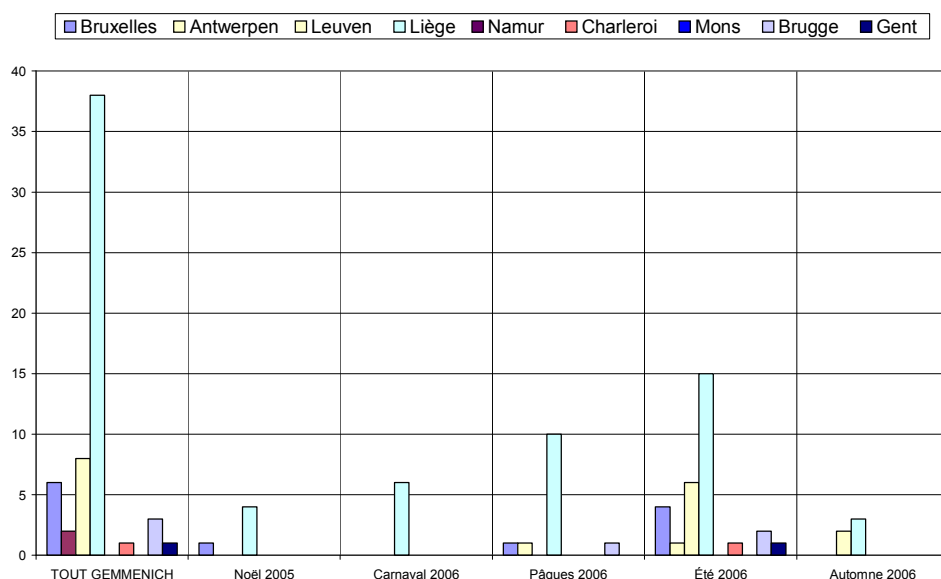
49% des personnes interrogées sont domiciliées en Hollande, 23% en Wallonie et 10% en Allemagne.

## 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 :

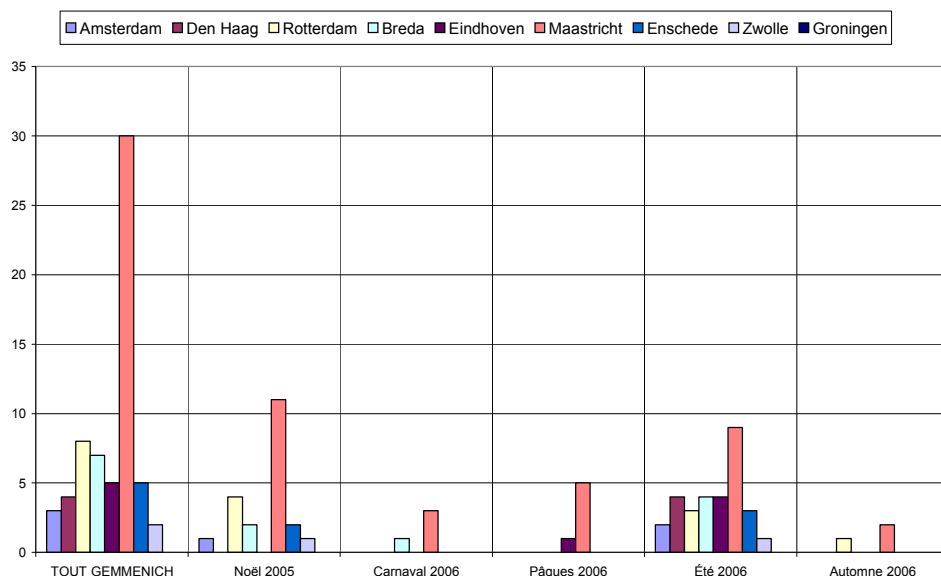
- ✓ la « région de Bruxelles » comprend les communes dont le numéro commence par le chiffre 1,
- ✓ la « région d'Anvers » comprend les communes dont le numéro commence par 2,
- ✓ la « région de Louvain », les communes dont le numéro commence par 3 et comprend donc le Limbourg,
- ✓ la « région de Liège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



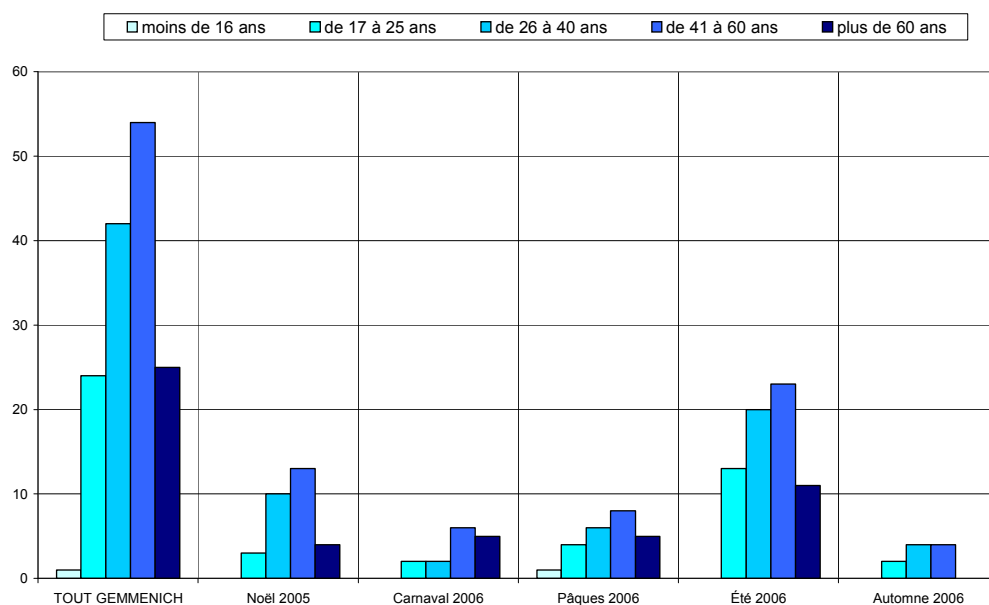
Les visiteurs belges proviennent majoritairement de la région liégeoise (64%).

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

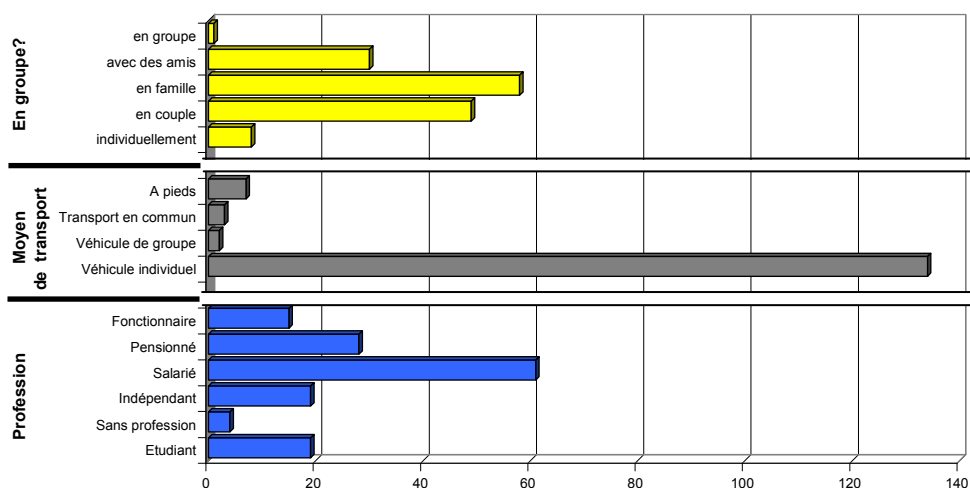


Les visiteurs hollandais proviennent principalement de la région de Maastricht.

## Caractéristiques des visiteurs interrogés



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

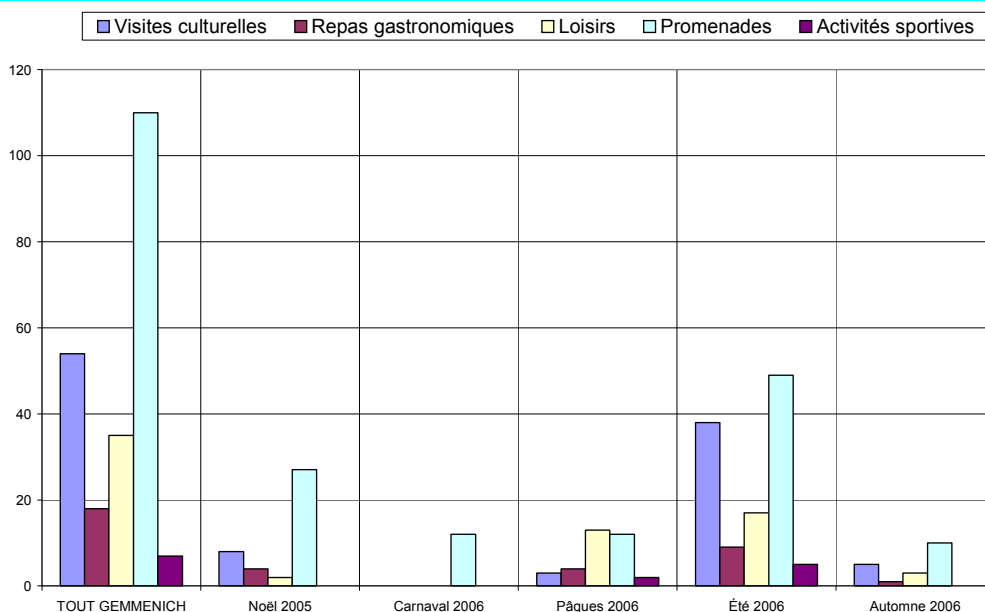


✓ 74% des personnes interrogées viennent en couple ou en famille.

✓ Le véhicule individuel est pratiquement le seul moyen de transport utilisé (92%).

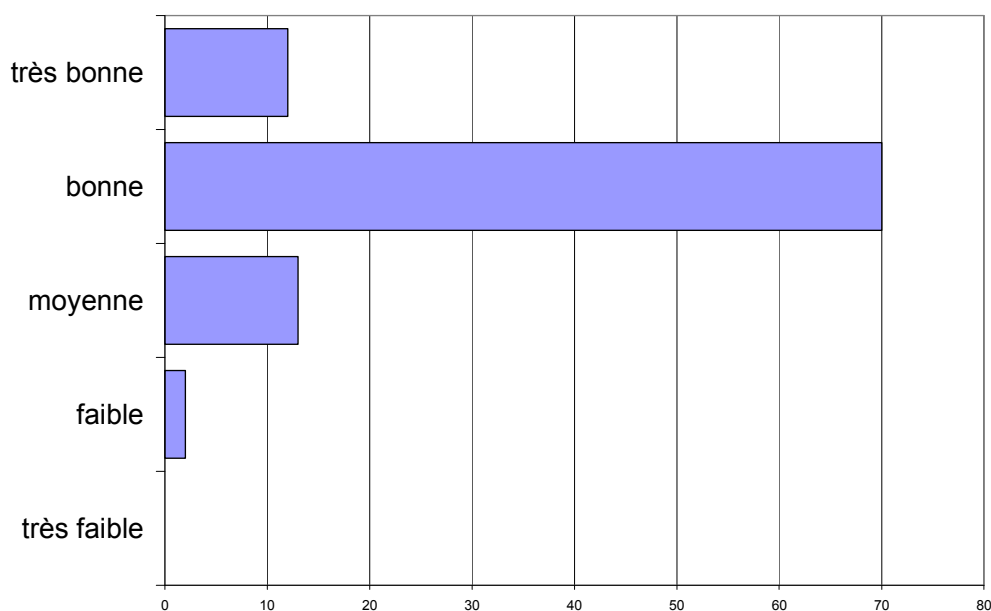
✓ Les salariés sont les plus nombreux (42%).

## Activités touristiques pratiquées



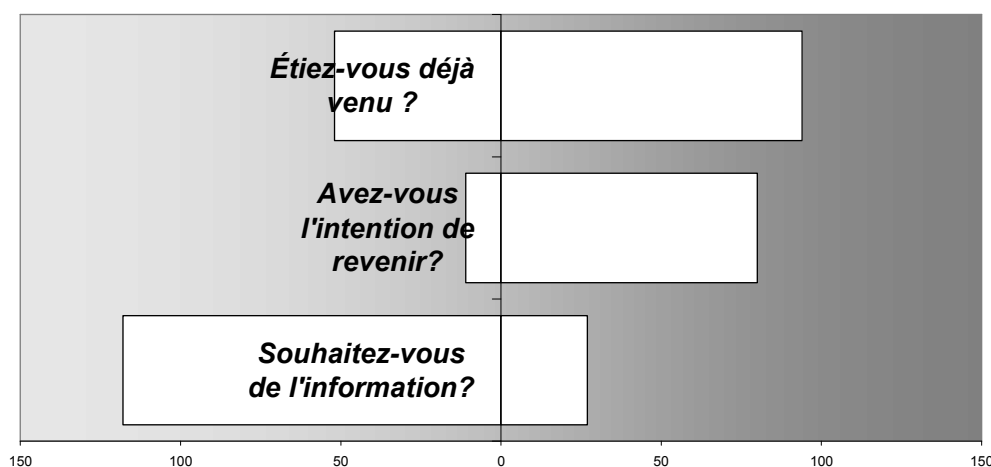
Les promenades sont les activités les plus fréquemment citées.

## Appréciation de l'endroit touristique



L'appréciation des visiteurs est bonne à très bonne.

## Fréquentation

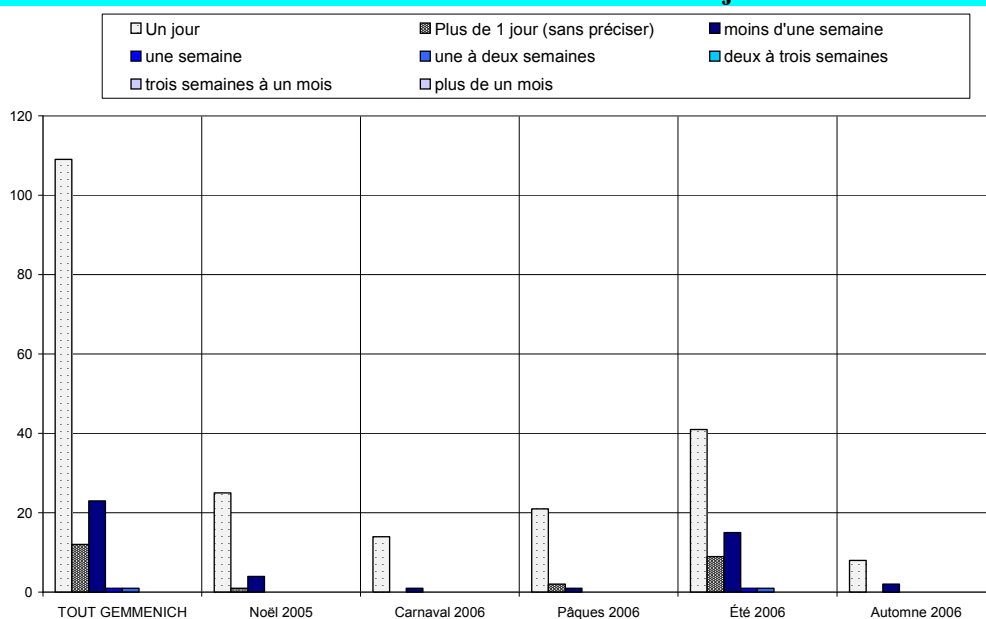


64% des personnes interrogées sont déjà venues dans la région.

88% ont l'intention d'y revenir.

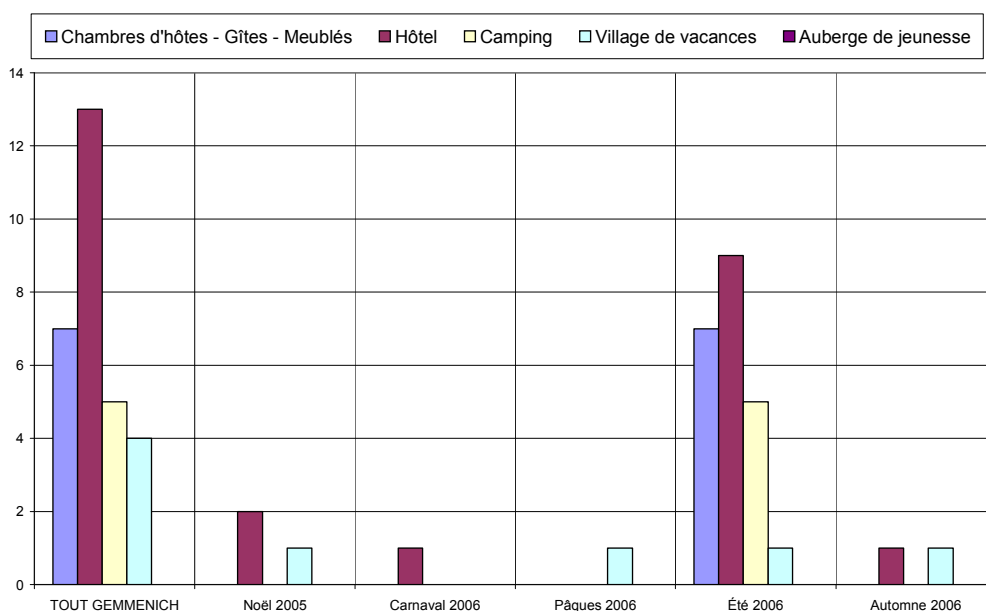
19% d'entre elles souhaitent être informée des activités futures.

## Durée du séjour

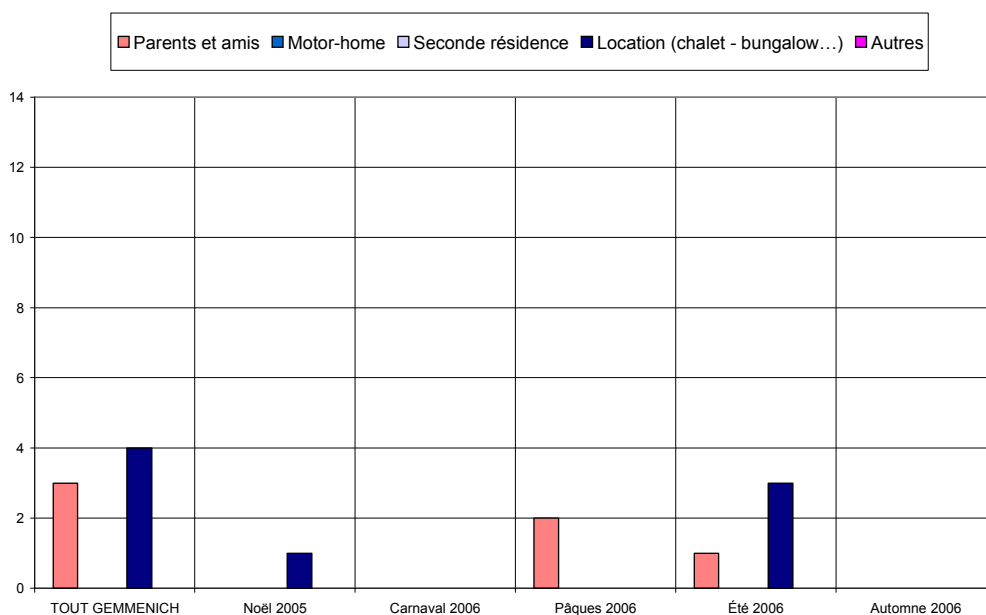


Le tourisme d'un jour prédomine, seuls 25% séjournent dans la région.

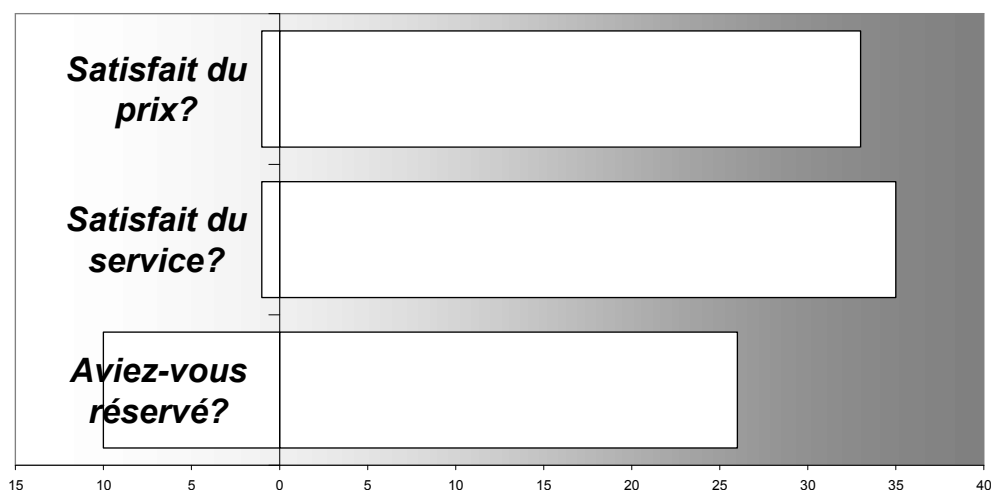
## Hébergement



Le type d'hébergement le plus fréquenté est l'hôtellerie (36%)

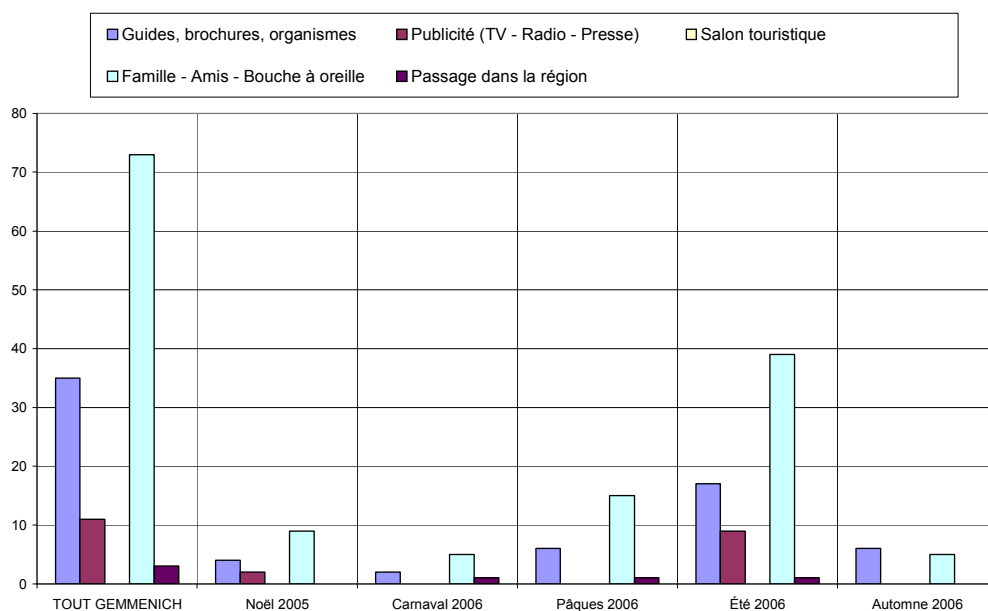


## Satisfaction en matière d'hébergement

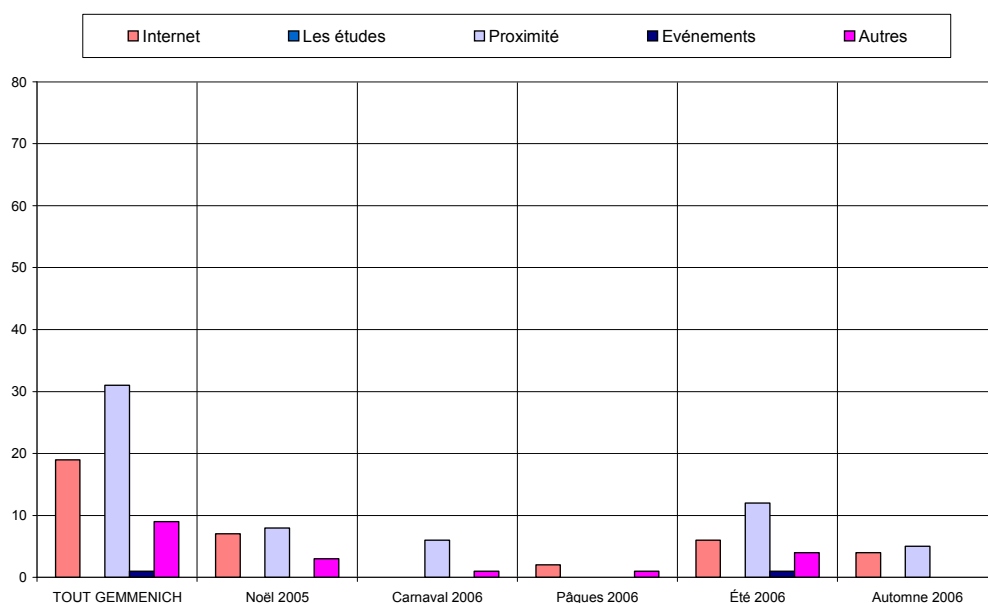


Le taux de satisfaction concernant l'hébergement est très élevé tant pour les prix que les services offerts. Remarque : il y a 72% de réservations.

## Sources d'information et de documentation



Les principales sources d'information sont le bouche à oreille (40%), les guides & brochures (19%) et l'Internet (10%) .



## ANALYSE VERTICALE – DIFFERENCES SIGNIFICATIVES

CRITERES	2004 <-> 2003	2005 <-> 2004	2006 <-> 2005
Nombre de questionnaire		Moins de questionnaires	Hausse des questionnaires
Langue des questionnaires	Plus de questionnaires complétés en allemand	Moins de questionnaires complétés en allemand, plus en anglais	
Région d'origine des personnes interrogées	Plus d'allemands		Moins d'allemands, plus de wallons
Région d'origine Belgique	Moins de liégeois		
Région d'origine Hollande			
Caractéristiques des visiteurs interrogés	Les salariés ne sont plus majoritaires		
Activités touristiques pratiquées			
Appréciation de l'endroit touristique			
Fréquentation		Hausse des demandes d'information	Baisse des demandes d'information
Durée du séjour	Forte baisse de la durée des séjours	Hausse de la durée du séjour	Baisse de la durée du séjour
Hébergement		Plus de diversité dans les modes d'hébergement	Plus d'hôtels
Satisfaction en matière d'hébergement			
Sources d'information et de documentation	Hausse de l'influence de la proximité au détriment des guides & brochures		Hausse du bouche à oreille et de l'Internet

## ANALYSE VERTICALE - QUESTIONS OUVERTES

	2003	2004	2005	2006
<b>Points positifs</b>	Nature : 93 x	Nature : 70 x	Nature : 25 x	Nature : 43 x
	Promenades : 17	Promenades : 9 x	Promenades : 6 x	
			Infrastructure : 8 x	Infrastructure : 18 x
			Parking : 2 x	
<b>Points négatifs</b>	Parking : 9 x	Parking : 3 x		
	Prix : 7 x		Prix : 5 x	Prix : 15 x
		Fréquentation : 10 x		
			Signalisation : 5 x	
				Route : 7 x
				Infrastructures : 12 x

180 Questionnaires

195 Questionnaires

122 Questionnaires

146 Questionnaires

TOUT GEMMENICH	GEMMENICH		Noël 2005		Carnaval 2006		Pâques 2006		Été 2006		Automne 2006	
Date :	du	28-déc	du	28-déc	du	3-mars	du	14-avr	du	19-juil	du	3-nov
	au	3-nov	au	28-déc	au	3-mars	au	14-avr	au	12-août	au	3-nov
<b>Langue du formulaire</b>												
Français	33	22,6%	4	13,3%	4	26,7%	6	25,0%	15	22,4%	4	40,0%
Néerlandais	89	61,0%	23	76,7%	4	26,7%	10	41,7%	48	71,6%	4	40,0%
Allemand	22	15,1%	3	10,0%	7	46,7%	8	33,3%	3	4,5%	1	10,0%
Anglais	2	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	1	10,0%
<b>Nombres</b>	Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours	Entretien	Jours
	146	6	30	1	15	1	24	1	67	2	10	1
			[30 Q. par jour sur 1 site(s)]		[15 Q. par jour sur 1 site(s)]		[24 Q. par jour sur 1 site(s)]		[34 Q. par jour sur 1 site(s)]		[10 Q. par jour sur 1 site(s)]	
<b>Domicile</b>												
Wallonie	34	23,3%	4	13,3%	5	33,3%	6	25,0%	16	23,9%	3	30,0%
Flandre	14	9,6%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,2%	12	17,9%	1	10,0%
Communauté germanophone	8	5,5%	0	0,0%	2	13,3%	5	20,8%	0	0,0%	1	10,0%
Région Bruxelloise	4	2,7%	1	3,3%	0	0,0%	1	4,2%	2	3,0%	0	0,0%
Hollande	71	48,6%	22	73,3%	4	26,7%	9	37,5%	33	49,3%	3	30,0%
France	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Allemagne	14	9,6%	3	10,0%	4	26,7%	2	8,3%	4	6,0%	1	10,0%
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	1	0,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	10,0%
<b>Zone postale belge</b>												
Bruxelles	6	10,2%	1	20,0%	0	0,0%	1	7,7%	4	13,3%	0	0,0%
Antwerpen	2	3,4%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	1	3,3%	0	0,0%
Leuven	8	13,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	20,0%	2	40,0%
Liège	38	64,4%	4	80,0%	6	100,0%	10	76,9%	15	50,0%	3	60,0%
Namur	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Charleroi	1	1,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%
Mons	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Brugge	3	5,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	2	6,7%	0	0,0%
Gent	1	1,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	3,3%	0	0,0%
<b>Zone postale néerlandaise</b>												
Amsterdam	3	4,7%	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	2	6,7%	0	0,0%
Den Haag	4	6,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	13,3%	0	0,0%
Rotterdam	8	12,5%	4	19,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	10,0%	1	33,3%
Breda	7	10,9%	2	9,5%	1	25,0%	0	0,0%	4	13,3%	0	0,0%
Eindhoven	5	7,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	4	13,3%	0	0,0%
Maastricht	30	46,9%	11	52,4%	3	75,0%	5	83,3%	9	30,0%	2	66,7%
Enschede	5	7,8%	2	9,5%	0	0,0%	0	0,0%	3	10,0%	0	0,0%
Zwolle	2	3,1%	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	3,3%	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	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Berlin	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Hambourg	1	10,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	25,0%	0	0,0%
Hanovre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Düsseldorf	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Cologne	9	90,0%	2	100,0%	2	100,0%	1	100,0%	3	75,0%	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	1	0,7%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,2%	0	0,0%	0	0,0%
de 17 à 25 ans	24	16,4%	3	10,0%	2	13,3%	4	16,7%	13	19,4%	2	20,0%
de 26 à 40 ans	42	28,8%	10	33,3%	2	13,3%	6	25,0%	20	29,9%	4	40,0%
de 41 à 60 ans	54	37,0%	13	43,3%	6	40,0%	8	33,3%	23	34,3%	4	40,0%
plus de 60 ans	25	17,1%	4	13,3%	5	33,3%	5	20,8%	11	16,4%	0	0,0%
<b>Profession</b>												
Etudiant	19	13,0%	0	0,0%	2	13,3%	4	16,7%	12	17,9%	1	10,0%
Sans profession	4	2,7%	1	3,3%	0	0,0%	0	0,0%	3	4,5%	0	0,0%
Indépendant	19	13,0%	4	13,3%	0	0,0%	2	8,3%	10	14,9%	3	30,0%
Salarié	61	41,8%	17	56,7%	6	40,0%	11	45,8%	23	34,3%	4	40,0%
Pensionné	28	19,2%	2	6,7%	7	46,7%	5	20,8%	13	19,4%	1	10,0%
Fonctionnaire	15	10,3%	6	20,0%	0	0,0%	2	8,3%	6	9,0%	1	10,0%
<b>Moyen de Transport</b>												
Véhicule individuel	134	91,8%	26	86,7%	12	80,0%	24	100,0%	62	92,5%	10	100,0%
Véhicule de groupe	2	1,4%	0	0,0%	1	6,7%	0	0,0%	1	1,5%	0	0,0%
Transport en commun	3	2,1%	2	6,7%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	0	0,0%
A pieds	7	4,8%	2	6,7%	2	13,3%	0	0,0%	3	4,5%	0	0,0%
<b>Groupe</b>												
individuellement	8	5,5%	1	3,3%	1	6,7%	1	4,2%	5	7,5%	0	0,0%
en couple	49	33,6%	9	30,0%	5	33,3%	11	45,8%	20	29,9%	4	40,0%
en famille	58	39,7%	14	46,7%	4	26,7%	8	33,3%	28	41,8%	4	40,0%
avec des amis	30	20,5%	6	20,0%	5	33,3%	4	16,7%	13	19,4%	2	20,0%
en groupe	1	0,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	0	0,0%
<b>Raison de la visite</b>												
professionnelle	4	2,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,2%	3	4,5%	0	0,0%
touristique	140	96,6%	30	100,0%	15	100,0%	23	95,8%	62	93,9%	10	100,0%
shopping	1	0,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	0	0,0%
<b>1ère visite ?</b>												
Oui	52	35,6%	9	30,0%	2	13,3%	7	29,2%	30	44,8%	4	40,0%
Non	94	64,4%	21	70,0%	13	86,7%	17	70,8%	37	55,2%	6	60,0%
<b>Activités pratiquées</b>												
Visites culturelles	54	24,1%	8	19,5%	0	0,0%	3	8,8%	38	32,2%	5	26,3%
Repas gastronomiques	18	8,0%	4	9,8%	0	0,0%	4	11,8%	9	7,6%	1	5,3%
Loisirs	35	15,6%	2	4,9%	0	0,0%	13	38,2%	17	14,4%	3	15,8%
Promenades	110	49,1%	27	65,9%	12	100,0%	12	35,3%	49	41,5%	10	52,6%
Activités sportives	7	3,1%	0	0,0%	0	0,0%	2	5,9%	5	4,2%	0	0,0%
<b>Durée du séjour</b>												

Un jour	109	74,7%	25	83,3%	14	93,3%	21	87,5%	41	61,2%	8	80,0%
Plus de 1 jour (sans préciser)	12	8,2%	1	3,3%	0	0,0%	2	8,3%	9	13,4%	0	0,0%
moins d'une semaine	23	15,8%	4	13,3%	1	6,7%	1	4,2%	15	22,4%	2	20,0%
une semaine	1	0,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	0	0,0%
une à deux semaines	1	0,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	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	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Distance</b>												
moins de 10 km	13	36,1%	4	100,0%	0	0,0%	2	66,7%	6	23,1%	1	50,0%
de 10 à 50 km	18	50,0%	0	0,0%	1	100,0%	1	33,3%	16	61,5%	0	0,0%
plus de 50 km	5	13,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	15,4%	1	50,0%
<b>Hébergement</b>												
Chambres d'hôtes - Gîtes - Meublés	7	19,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	7	26,9%	0	0,0%
Hôtel	13	36,1%	2	50,0%	1	100,0%	0	0,0%	9	34,6%	1	50,0%
Camping	5	13,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	19,2%	0	0,0%
Village de vacances	4	11,1%	1	25,0%	0	0,0%	1	33,3%	1	3,8%	1	50,0%
Auberge de jeunesse	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Parents et amis	3	8,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	66,7%	1	3,8%	0	0,0%
Motor-home	0	0,0%	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	0,0%
Location (chalet - bungalow...)	4	11,1%	1	25,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	11,5%	0	0,0%
Autres	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Services OK ?</b>												
Oui	35	97,2%	4	100,0%	1	100,0%	3	100,0%	25	96,2%	2	100,0%
Non	1	2,8%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	3,8%	0	0,0%
<b>Prix OK ?</b>												
Oui	33	97,1%	4	100,0%	1	100,0%	1	100,0%	25	96,2%	2	100,0%
Non	1	2,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	3,8%	0	0,0%
<b>Réservation</b>												
Oui	26	72,2%	4	100,0%	1	100,0%	1	33,3%	18	69,2%	2	100,0%
Non	10	27,8%	0	0,0%	0	0,0%	2	66,7%	8	30,8%	0	0,0%
<b>Déjà visité le site ?</b>												
Oui	20	87,0%	2	50,0%	1	100,0%	6	100,0%	10	90,9%	1	100,0%
Non	3	13,0%	2	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	9,1%	0	0,0%
<b>Source d'info</b>												
Guides, brochures, organismes	35	19,2%	4	12,1%	2	13,3%	6	24,0%	17	19,1%	6	30,0%
Publicité (TV - Radio - Presse)	11	6,0%	2	6,1%	0	0,0%	0	0,0%	9	10,1%	0	0,0%
Salon touristique	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Famille - Amis - Bouche à oreille	73	40,1%	9	27,3%	5	33,3%	15	60,0%	39	43,8%	5	25,0%
Passage dans la région	3	1,6%	0	0,0%	1	6,7%	1	4,0%	1	1,1%	0	0,0%
Internet	19	10,4%	7	21,2%	0	0,0%	2	8,0%	6	6,7%	4	20,0%
Les études	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Proximité	31	17,0%	8	24,2%	6	40,0%	0	0,0%	12	13,5%	5	25,0%
Evénements	1	0,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,1%	0	0,0%
Autres	9	4,9%	3	9,1%	1	6,7%	1	4,0%	4	4,5%	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	2	2,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	6,3%	1	2,0%	0	0,0%
moyenne	13	13,4%	0	0,0%	2	15,4%	2	12,5%	8	15,7%	1	25,0%
bonne	70	72,2%	10	76,9%	10	76,9%	13	81,3%	34	66,7%	3	75,0%
très bonne	12	12,4%	3	23,1%	1	7,7%	0	0,0%	8	15,7%	0	0,0%
<b>Intention de revenir</b>												
Oui	80	87,9%	9	75,0%	13	100,0%	14	100,0%	41	85,4%	3	75,0%
Non	11	12,1%	3	25,0%	0	0,0%	0	0,0%	7	14,6%	1	25,0%
<b>Info ?</b>												
Oui	27	18,6%	5	17,2%	0	0,0%	0	0,0%	22	32,8%	0	0,0%
Non	118	81,4%	24	82,8%	15	100,0%	24	100,0%	45	67,2%	10	100,0%

GEMMENICH	[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° : 23	23.5 Www.Bookit.Com	23.5 la dame de la tour ne parle pas assez bien l'anglais	23.5 propreté et ambiance	23.4 trop petite route pour arriver au site
Campagne : 1 du	23.5 Internet 23.4 Via Vlaanderen Vakantieland	23.4 vue 23.4 vite vu	23.5 belles vues 23.5 beauté du site, propre et sympa	23.4 trop de touristes, boutique 23.4 très chaud !
28-déc-05	23.4 Via Internet A Marketplaats.Nl	23.4 trop peu d'activités	23.4 vue, bois	23.4 route étroite
au	23.4 Via Internet	23.4 trop petite route qui mène au site	23.4 verdure, bois, cafétaria	23.4 quelques activités en plus
3-nov-06	23.4 Via Internet	23.4 situation (haut) d'où très chaud	23.4 tres bien	23.4 plus d'information en francais
	23.4 Via Internet	23.4 route trop étroite pour arriver au site, peu d'activités	23.4 tranquillité, propreté, calme, bancs	23.4 plus d'activités de détente
	23.4 Via Internet	23.4 route trop étroite pour arriver au site	23.4 terrasse, beauté du paysage	23.4 plus d'activités
	23.4 Via Internet	23.4 route dangereuse car trop petite	23.4 site varié, bois, nature, plaine de jeux, restaurant, curiosités	23.4 pas de prix d'entrée pour le plus haut pont aux 3 bornes
	23.4 Via Internet	23.4 peu d'activités	23.4 site bien situé et très intéressant	23.4 magnifique, cafétaria
	23.4 Via Internet	23.4 pas beaucoup de choses à faire (activités)	23.4 restaurant intérieur et extérieur	23.3 tour trop chère
	23.4 Rendu Sur Place	23.4 pas beaucoup d'activités	23.4 propreté, calme, banc partout sur le site	23.3 plus d'infos sur le panorama et sur la tour
	23.4 Pas Loïn De L'Hôtel	23.4 pas assez d'info et de brochures	23.4 pleine de jeux, attractions pour enfants	23.3 le tourisme est trop chère
	23.4 Landal Greenparks	23.4 pas assez d'activités, entrée payante	23.4 paysages, nature, convivial	23.3 la vue depuis la tour devrait être gratuite
	23.4 Landal	23.4 mauvaise route pour rejoindre le site	23.4 paysage verdoyant très joli	23.3 gratis pour la tour
	23.4 Internet	23.4 aucune activités	23.4 labyrinthe	23.3 entrée de la tour doit être gratuite
	23.4 Internet	23.3 trop peu de places de parking, entrée à la tour trop chère	23.4 environnement, plaine de jeux pour les enfants	23.1 plus de sentiers de promenade
	23.4 Happy Home	23.3 tour trop chère	23.4 environnement	23.1 peu de panneaux ou promenades sont indiquées (spécialement pédestre)
	23.4 Camping	23.3 prix pour monter dans la tour trop cher	23.4 calme	23.1 ici c'est merveilleux, nous découvrons toujours quelque chose d'autre
	23.1 Via Internet	23.3 prix pour monter dans la tour	23.4 calme	23.1 de meilleures indications pour les promenades
	23.1 Landal Greenpark	23.3 Prix pour monté dans la tour trop cher	23.4 cadre	23.1 continuer les efforts pour développer le tourisme actuel (propreté)
	23.1 Internet	23.3 Prix pour monté dans la tour trop cher	23.4 bonne organisation	23.1 c'est une belle région
		23.3 Prix pour monté dans la tour trop cher	23.4 bon fléchage pour les promenades	23.1 bon emplacement, météo idéale
		23.3 pas d'infos	23.4 belle vue	23.1 belle nature
		23.3 animation	23.4 beaucoup de sièges pour se reposer, nature	
		23.2 plus attirant surtout autour de la tour	23.4 beaucoup de renseignements partout sur le site	
		23.2 café fermé	23.4 beaucoup de bancs pour se reposer, cafétaria, propreté	
		23.2 agréable pour promenade et enfants	23.4 beaucoup d'activités	
		23.1 pas assez de personnes parlant les 3 langues	23.4 beau, bonne organisation	
		23.1 parking payant	23.4 beau paysage, tranquillité	
		23.1 indiquer les parcours	23.4 beau cadre	
		23.1 froid	23.4 bancs parout, environnement, cafétaria	
			23.4 banc, environnement cadre	
			23.3 nature, promenade, labyrinthe pour les enfants	
			23.3 nature, belle vue	
			23.3 nature	
			23.3 nature	
			23.3 le calme, la nature	
			23.3 labyrinthe	
			23.3 la vue, la nature	
			23.3 belle vue	
			23.3 bcp de nature	

			23.2 environs	
			23.2 bien aménagé (cafés,jeux,promenades)	
			23.2 belle nature	
			23.2 beaucoup de belles promenades.belle nature	
			23.2 amusant,promener	
			23.2 3 langues	
			23.1 neige	
			23.1 neige	
			23.1 nature	
			23.1 nature	
			23.1 montagnes,neige	
			23.1 belle nature	
			23.1 beauté de la nature,promenades bien organisées	
			23.1 beau,neige	
			23.1 beau	
			23.1 attractions pour enfants,petite restauration	
			23.1 activités pour les enfants	