

# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- **Bref rappel de l'action**
- **Enquête en deux phases réalisée  
auprès d'un échantillon de la cible de  
la distribution**
- **Résultats dans les attractions &  
musées participants**

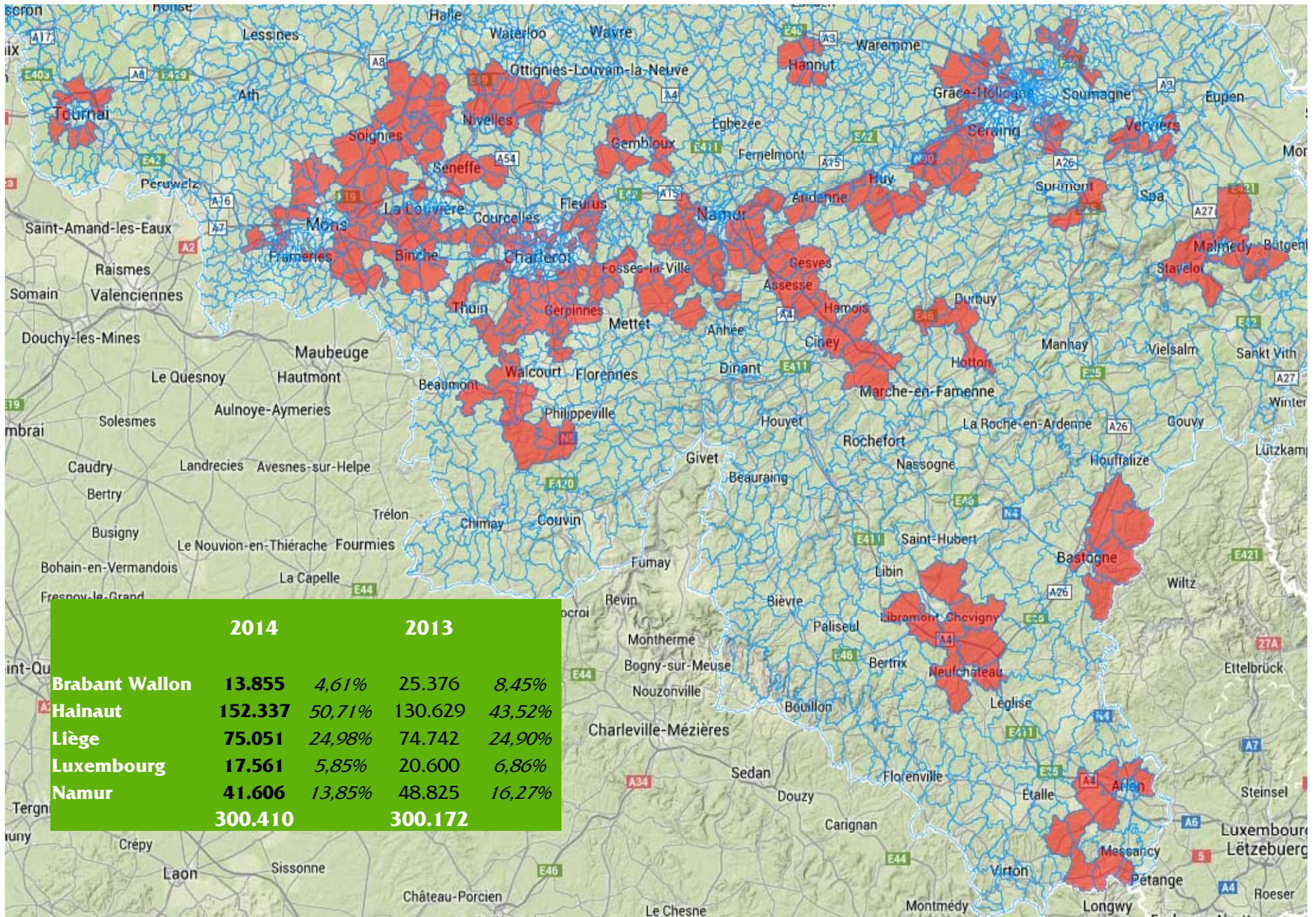


# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- Distribution en solo 1<sup>ère</sup> quinzaine de juillet du guide 365.be, édition Wallonie auprès de **300.410** ménages en Wallonie en toutes-boîtes avec « réajustement » de la distribution + **84.000** exemplaires dans les « **Intermarché** » de Wallonie + **47.500** exemplaires via les **Maîtres boulangers** début septembre soit un **total de 431.910 exemplaires!**
- Enquête pour évaluer la distribution du guide et évaluer la consommation en attractions auprès des ménages dans les zones où le guide a été distribué.
- 2<sup>ème</sup> enquête téléphonique fin septembre, pour connaître l'utilisation du guide et/ou de ses coupons par les ménages ayant conservé le guide.









# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- Echantillon de 2013 était de 600 personnes en face-to-face dans 10 communes sélectionnées de la distribution.
- Echantillon de **2014** est de 93 personnes en face-to-face dans 34 zones de distribution (28% à Liège, 27% à Namur, 25% en Hainaut et 20% en Luxembourg).
- 2 enquêteurs « internes » ont assuré le travail de terrain, et ce en 4 jours entre le 7 et le 20 juillet de 9h30 à 16h en semaine.
- Les enquêtes devaient être réalisées en porte-à-porte, dans le strict respect des zones de distribution et devaient obtenir un maximum de coordonnées des personnes interrogées, en vue de la réalisation de l'enquête téléphonique de septembre.



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

Avez-vous reçu ce guide la semaine dernière?					
2013	Nbr	% cit.	2014	Nbr	% cit.
<i>Oui, c'est certain</i>	225	37,5 %	<i>Oui, c'est certain</i>	82	<b>88%</b>
<i>Oui, c'est probable</i>	74	12,3 %	<i>Oui, c'est probable</i>	9	<b>10%</b>
<i>Non</i>	301	50,2%	<i>Non</i>	2	2%

**98%**

Si oui, l'avez-vous conservé?					
2013	Nbr	% cit.	2014	Nbr	% cit.
<i>Oui</i>	197	69,9%	<i>Oui, c'est certain</i>	66	<b>72%</b>
			<i>Oui, c'est probable</i>	8	<b>9%</b>
<i>Non</i>	85	30,1%	<i>Non</i>	18	20%

**81%**



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- En 2013, sur base du nombre de personnes touchées par la distribution, nous avons estimé le nombre de 104.430 exemplaires conservés.
- En 2014, sur base des nouveaux chiffres, nous passons à 238.000 exemplaires conservés!
- **Il y a eu un vrai travail de fond sur la distribution pour améliorer qualitativement cette dernière, cela se traduit donc dans les chiffres!**



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

**Vous ou l'un des membres de votre ménage, comptez-vous visiter une attraction/musée repris dans ce guide dans les 6 prochains mois ?**

<b>2013</b>	Nbr	% cit.	<b>2014</b>	Nbr	% cit.
<i>Oui, c'est certain</i>	114	38,6%	<i>Oui, c'est certain</i>	42	45%
<i>Oui, c'est probable</i>	110	37,3%	<i>Oui, c'est probable</i>	28	30%
<i>Non</i>	71	24,1%	<i>Non</i>	23	25%

**Vous ou l'un des membres de votre ménage, avez-vous visité une attraction/musée repris dans ce guide au cours des 6 derniers mois ?**

<b>2013</b>	Nbr	% cit.	<b>2014</b>	Nbr	% cit.
<i>Oui</i>	282	47%	<i>Oui</i>	29	31%
<i>Non</i>	318	53%	<i>Non</i>	64	<b>69%</b>



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

Accepteriez-vous d'être recontactés par téléphone vers la fin septembre?

<b>2013</b>	Nbr	% cit.	<b>2014</b>	Nbr	% cit.
<i>Oui</i>	218	73,6%	<i>Oui</i>	69	74,2%
<i>Non</i>	78	26,4%	<i>Non</i>	24	25,8%





# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- La 2<sup>ème</sup> phase consistait à interroger les 69 répondants ayant accepté d'être contactés par téléphone à la fin du mois de septembre (contre 218 en 2013).
- L'objectif était de savoir si ces personnes s'étaient rendues dans une des attractions reprises dans le toutes-boîtes et si elles avaient utilisé les coupons de réduction.



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

## DONNÉES DE LA RÉCOLTE

	2013	2014
<b>Nombre de numéros disponibles</b> (base de sondage)	<b>218</b>	<b>69</b>
<i>Nombre de numéros appelés</i>	218	69
<b>Nombre d'enquêtes réalisées</b>	<b>165</b>	<b>51</b>
<b>Taux de sondage</b>	<b>76%</b>	<b>74%</b>



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

Avez-vous conservé ce guide contenant des coupons de réductions?					
2013	Nbr	% cit.	2014	Nbr	% cit.
<i>Oui, c'est certain</i>	65	39,4%	<i>Oui, c'est certain</i>	29	60,4%
<i>Oui, je pense</i>	34	20,6%	<i>Oui, c'est probable</i>	8	16,6
<i>Non</i>	66	40,0%	<i>Non</i>	11	23,0%

77%

Depuis la réception de ce guide en juillet dernier, vous ou un membre de votre ménage, avez-vous visité au moins une attraction/musée repris dans ce guide?

2013	Nbr	% cit.	2014	Nbr	% cit.
<i>Oui, c'est certain</i>	80	48,5%	<i>Oui, c'est certain</i>	27	56,2%
<i>Oui, je pense</i>	3	1,8%			
<i>Non</i>	82	49,7%	<i>Non</i>	21	43,8%



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

## En 2013...

- 29 % ont visité une attraction en utilisant un coupon
- 28 % ont visité une attraction sans coupon disponible
- 43 % ont visité une attraction **sans utiliser** le coupon disponible

## En 2014...

- 26 % ont visité une attraction en utilisant un coupon
- 30 % ont visité une attraction sans coupon disponible
- 44 % ont visité une attraction **sans utiliser** le coupon disponible





# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

**Vous ou un membre de votre ménage comptez visiter une attraction/musée repris dans ce Guide d'ici la fin 2014?**

<b>2013</b>	<b>Nbr</b>	<b>% cit.</b>	<b>2014</b>	<b>Nbr</b>	<b>% cit.</b>
<i>Oui, c'est certain</i>	25	15,2%	<i>Oui, c'est certain</i>	19	39,6%
<i>Oui, c'est probable</i>	45	27,3%	<i>Oui, c'est probable</i>	21	43,7%
<i>Non (probablement pas)</i>	95	57,6%	<i>Non (probablement pas)</i>	18	16,7%

**83,3%**



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

Souhaiteriez-vous recevoir à nouveau ce Guide en 2015?

<b>2013</b>	Nbr	% cit.	<b>2014</b>	Nbr	% cit.
<i>Oui</i>	156	94,5%	<i>Oui</i>	46	95,8%
<i>Non</i>	9	5,5%	<i>Non</i>	2	4,2%



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

**Ce Guide correspond-il à vos attentes pour l'organisation de vos excursions?**

<b>2013</b>	Nbr	% cit.	<b>2014</b>	Nbr	% cit.
<i>Pas du tout</i>	4	2,4%	<i>Pas du tout</i>	0	0,0%
<i>Plutôt non</i>	17	10,3%	<i>Plutôt non</i>	1	2,0%
<i>Plutôt oui</i>	83	50,3%	<i>Plutôt oui</i>	22	45,8%
<i>Tout à fait</i>	58	35,2%	<i>Tout à fait</i>	22	45,8%
<i>NSP</i>	3	1,8%	<i>NSP</i>	3	6,2%%

**91,6%**



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

Autres éléments appréciés dans le Guide 365	
2013	2014
Eventail d'activités, donner des idées	Eventail d'activités, donner des idées, reprend l'offre de sa région
Organisation par province	Organisation par province
Agréable, clair & bien fait	Agréable, clair & bien fait
Pratique (prix, carte, infos SNCB,...)	Pratique (prix, carte,...)
Bons de réductions	Adapté aux familles avec enfants
Pas besoin d'aller sur internet	Site internet bien fait
Gratuit	





# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

Éléments à améliorer dans le Guide 365	
2013	2014
Complet, très bien conçu, il ne manque rien	Réductions pour les grandes attractions ou plus importantes
Réductions pour les grandes attractions ou plus importantes, réductions avec transport	Plus d'attractions hors de Belgique
Plus d'attractions	
Plus de descriptions	
Infos, photos & pictos adaptés pour les enfants	
Infos itinéraires, plans,...	
Plus d'attractions de Belgique et d'Europe	
Plus de photos	
Guide par région,...	
Classement par thème	
Promos pour hôtels ou restaurants	
Mise en valeur des petites attractions	



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- Au 30.09.2014 <sup>1</sup>, nous avons **2.145 coupons** (2.070 coupons en 2013) utilisés dans les attractions représentant **4.704 adultes** et **2.406 enfants** (4.921 adultes et 2.580 enfants en 2013).
- Ce qui représente une moyenne de 2 adultes et 1 enfant par coupon.
- 10 % des attractions participantes n'ont pas eu de retour de coupons (18% en 2013).

<sup>1</sup> Taux de réponse de 80%



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- Le **chiffres d'affaires**<sup>2</sup> généré est lui aussi identique à 2013, **85.000 €**. Le **CA par coupon** est de **39,58 €**
- Trois offres en 2013 ont fortement influencé les résultats (Paire-Daiza, Aquafun et Plopsa) et ont généré près de 20.000 € de CA.
- Les coupons ont donc été utilisés en 2014 sur un nombre plus important d'attractions : 59 attractions ayant eu des retours en 2013 contre **90 attractions en 2014**.

<sup>2</sup> Basé uniquement sur les 26% de visites avec coupons. Pour rappel 44% ont oublié leurs coupons



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

## Résultats vs provenance des visiteurs

- C'est dans les provinces du **Brabant wallon**, de **Namur** et de **Liège** qu'il y a le taux d'utilisation le plus élevé des coupons par rapport au nombre d'exemplaires distribués dans ces provinces.
- Le **chiffre d'affaires** le plus élevé **par habitant** et **par coupon** est généré par les habitants du **Hainaut**, **Liège**, et **Namur**.





# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

## Résultats vs attractions par province

- Le **Brabant wallon** a eu **70%** de ses coupons en provenance du **Brabant wallon** et du **Hainaut**.
- **Liège** a eu **67%** de coupons en provenance de **Liège** et 24% de **Namur** et du **Hainaut**.
- **Namur**, a eu **39%** en provenance du **Hainaut** et **31%** de **Namur**.
- Le **Luxembourg** a un taux important en provenance de **Liège** et du **Hainaut** mais les données sont biaisées par une trop grand variable « indéterminés ».
- Le **Hainaut**, en a eu **64%** en provenance de sa province et 16% de **Namur**.



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

## Résultats vs attractions par province

- Ce sont les **provinces** de **Luxembourg**, de **Namur** puis de **Liège** qui ont obtenu **le plus de visiteurs** grâce aux coupons.
- Les **chiffres d'affaires** les plus importants sont générés dans les attractions du **Hainaut**, de **Liège** puis de **Namur**.
- Le **chiffres d'affaires par coupon** est le plus élevé dans les attractions de **Hainaut**, de **Liège** et de **Namur**.
- A noter que cette année 2% du chiffre d'affaires généré provient de visiteurs de Bruxelles, de Flandre ou de France (186 personnes au total).



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- **238.000 personnes auraient conservé le guide deux semaines après la diffusion, c'est un bien meilleur score qu'en 2013! La distribution a donc été clairement améliorée.**
- **95,8 % du public souhaite à nouveau recevoir ce guide! C'est un outil pour redécouvrir sa région!**
- **Une telle édition devrait être à nouveau réalisée, idéalement en collaboration avec Bruxelles.**



# ÉVALUATION DU 2<sup>ème</sup> TOUTES-BOÎTES À DESTINATION DES FAMILLES EN WALLONIE

- Il faut encore améliorer la distribution dans le Hainaut et à Liège. Vu le potentiel de « visiteurs », nous devrions obtenir de meilleurs résultats en nombre de coupons par rapport au nombre d'exemplaires distribués. D'autant plus que ce sont ces deux provinces qui ont le CA par habitant et par coupon le plus élevé .

