

RAPPORT

de l'enquête

Les modalités de voyage des individus



**PAR ADÉLIA LARGHI; ALIZÉE MONET ; ALIYA BAGHDADI BUT 1
TD2 ANNÉE UNIVERSITAIRE 2024-2025**

SOMMAIRE

P3. L'introduction

P4. L'élaboration du questionnaire

P5-15. Le dépouillement de l'enquête

P16-17. L'analyse des questions

P18. La conclusion

ANNEXES. Le questionnaire

L'INTRODUCTION

Dans le cadre de la Saé 21 : Conception et méthodes d'enquête, nous avons été amenées à créer une enquête sous forme de questionnaire portant sur le thème de notre choix et nous avons choisi d'étudier les modalités de voyage des individus. Le fait de faire ce genre d'enquête permet de mieux comprendre les comportements, les opinions ou les besoins d'un public cible sur un sujet donné, en recueillant des données quantitatives et/ou qualitatives directement auprès des personnes concernées.

Une enquête est un outil de recherche consistant à interroger un échantillon représentatif de la population afin de collecter des informations fiables, comparables et analysables. Dans un premier temps, il faut établir de façon rigoureuse et réfléchie le questionnaire, ensuite il faut le diffuser et enfin, il faut analyser les réponses. Elle peut avoir plusieurs objectifs, tels que : mesurer un phénomène, identifier des tendances, évaluer des pratiques ou encore formuler des recommandations.

Notre enquête avait pour objectif principal d'identifier les principaux facteurs influençant les choix des individus pour organiser leurs vacances. À travers ce travail, nous avons cherché à mieux cerner les raisons pour lesquelles certaines personnes partent en vacances ou non ; comment ils choisissent leur destination ou autre, en interrogeant un panel de personnes.

Ce rapport présente donc les différentes étapes de notre enquête, depuis l'élaboration du questionnaire jusqu'à l'analyse des résultats, en passant par la diffusion du sondage.

L'ÉLABORATION

du questionnaire

CHOIX DU THÈME

J'ai choisi de m'intéresser aux modalités de voyage des individus parce que c'est un sujet qui parle à tout le monde. On voyage tous, que ce soit souvent ou rarement, pour le plaisir ou par obligation. C'est un thème qui permet de mieux comprendre les habitudes de chacun : comment les gens se déplacent, ce qu'ils recherchent dans un voyage, ou encore les modes ou les contraintes (comme l'écologie ou le budget).

MISE EN FORME DU QUESTIONNAIRE

Ensuite, on a veillé à formuler des questions simples, compréhensibles par tous, et dans un ordre logique pour ne pas perdre le répondant. On a aussi alterné entre des questions fermées (choix multiples, oui/non) pour faciliter l'analyse des réponses, et quelques questions ouvertes pour laisser la parole aux gens et récolter des avis plus personnels.

CHOIX DES QUESTIONS

Pour élaborer notre questionnaire, nous avons suivi les consignes données par l'enseignant afin de construire un outil à la fois clair, cohérent et utile pour l'analyse. On a commencé par définir les grandes idées qu'on voulait explorer autour du voyage : les moyens de transport utilisés, la fréquence des déplacements, les motivations (travail, loisirs, etc.), les préférences personnelles et les éventuelles contraintes.

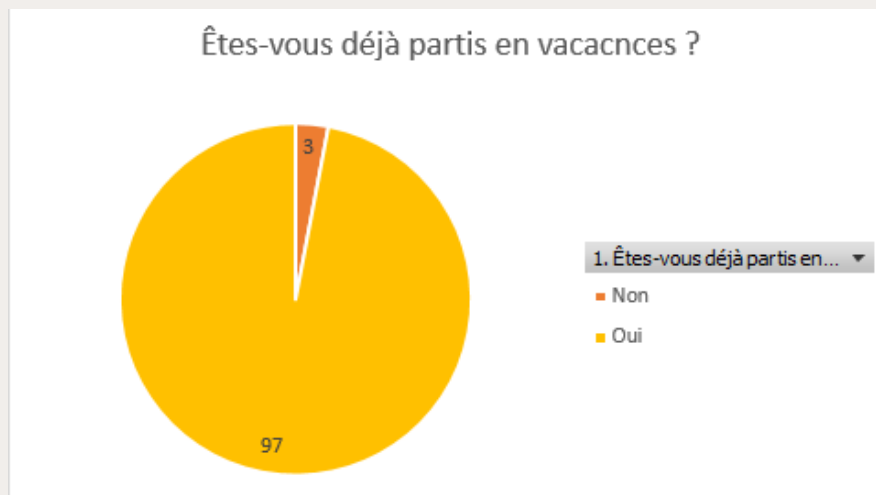
DIFFUSION

Nous avons essayé de diffuser à différentes catégories de personne afin d'avoir des réponses qui pourraient correspondre à tout le monde et d'avoir des résultats plus concrets.

LE DÉPOUILLEMENT

de l'enquête

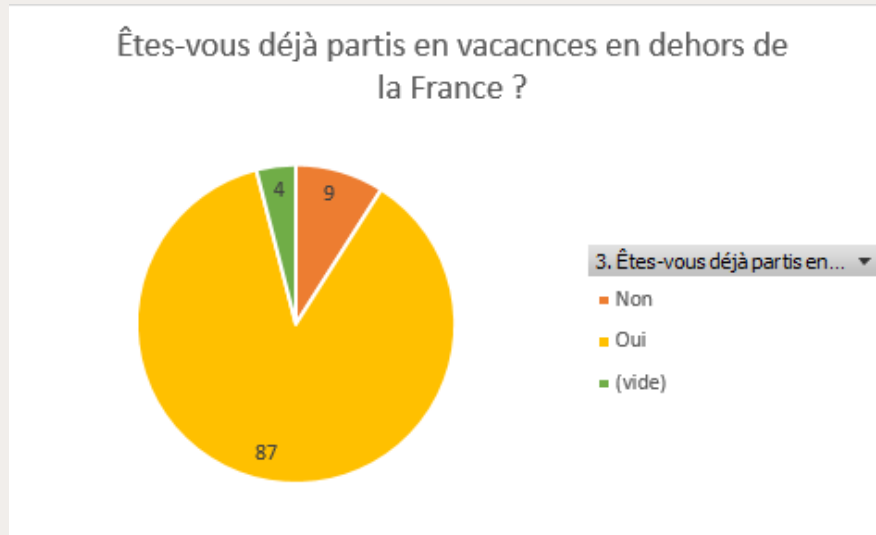
Question 1 : Sur les 100 personnes ayant répondu au questionnaire, 97 % ont indiqué avoir déjà voyagé, contre seulement 3 % qui ne l'ont jamais fait. Ce résultat montre très clairement que le voyage fait partie de l'expérience de vie de la quasi-totalité des répondants. Cela suggère que le public interrogé est familiarisé avec les modalités de déplacement, ce qui est pertinent pour le reste de l'enquête. Le faible pourcentage de non-voyageurs (3 %) pourrait s'expliquer par des facteurs comme l'âge (par exemple des répondants très jeunes), des contraintes financières, ou un manque d'opportunités. Ce premier résultat valide donc la pertinence de poursuivre l'analyse sur les habitudes, les préférences et les critères de choix des modes de transport chez cette population.



Question 2 : Parmi les 100 répondants, 69 % ont indiqué posséder un passeport, tandis que 31 % ne l'ont pas. Ce résultat montre que la majorité des répondants (69 %) possède un passeport, ce qui laisse supposer qu'ils sont préparés à voyager à l'international, ou du moins ouverts à cette possibilité. C'est un élément intéressant, surtout dans le cadre d'une enquête sur les modalités de voyage, car cela pourrait indiquer une propension à voyager au-delà des frontières nationales. Cependant, le fait que 31 % des répondants n'aient pas de passeport mérite également d'être souligné. Cette proportion peut être due à différents facteurs. En outre, ce résultat pourrait aussi indiquer que les voyages locaux ou nationaux sont plus populaires ou accessibles pour une partie de la population interrogée, ce qui est un point intéressant à vérifier dans les réponses suivantes



Question 3 : Sur les 100 répondants, 87 % ont répondu "oui", indiquant qu'ils ont déjà voyagé hors de France, tandis que 9 % ont répondu "non", et 4 % n'ont pas répondu. Ce résultat montre que la majorité des répondants ont une expérience de voyage à l'international. 87 % des voyageurs suggère que les déplacements au-delà des frontières françaises sont courants ou accessibles pour cette population, ce qui est particulièrement pertinent pour analyser les choix de modes de transport internationaux. Les raisons de ces voyages à l'étranger peuvent être multiples : tourisme, affaires, études... La réponse "non" (9 %) montre un pourcentage relativement faible de personnes qui n'ont pas voyagé à l'international, ce qui pourrait refléter des contraintes économiques, une préférence pour les voyages nationaux, ou un manque d'opportunités.



Question 4 : Tous les répondants (100 %) ont répondu "oui" à cette question, indiquant que voyager est perçu comme une chose importante dans leur vie.

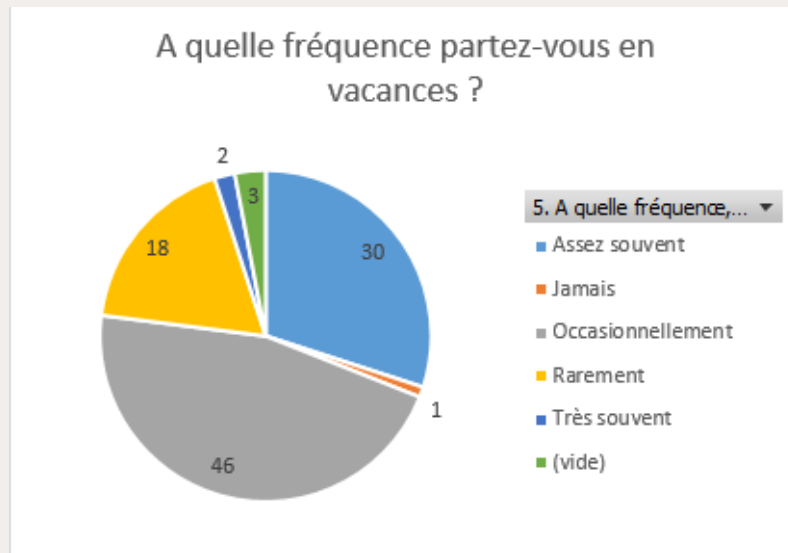
Ce résultat est particulièrement significatif car il montre qu'il existe un réel intérêt parmi les répondants sur l'importance de voyager. Il peut être interprété comme un signe de curiosité, de désir d'évasion, ou encore de volonté de découverte et d'enrichissement personnel à travers les voyages.

Cependant, un tel résultat peut aussi inviter à questionner pourquoi ces répondants perçoivent le voyage comme important. Est-ce lié à des facteurs externes (comme la mode, la disponibilité de moyens de transport accessibles) ou des facteurs internes (l'envie de découvrir de nouvelles cultures, l'ouverture d'esprit, etc.) ?

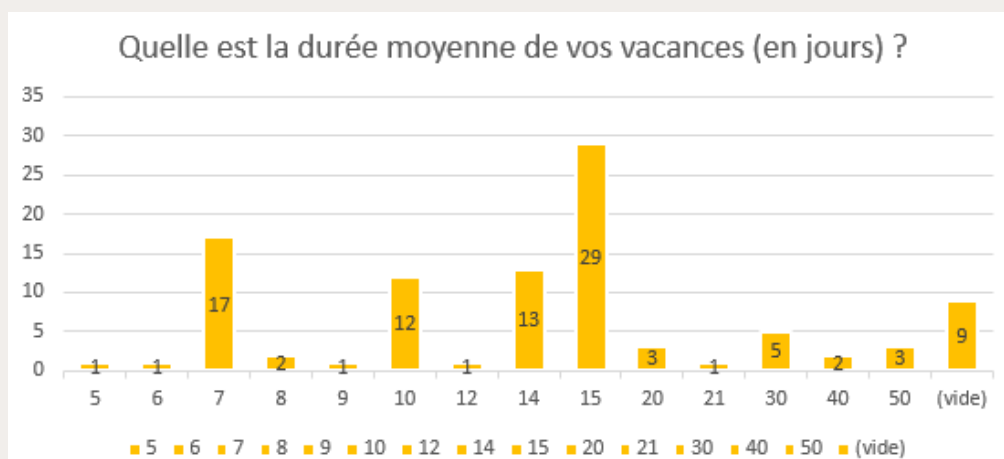


Question 5 : Le fait que 46 % des répondants partent occasionnellement en vacances indique que, pour une large proportion de la population interrogée, les vacances ne sont pas une activité régulière, mais plutôt un événement ponctuel qui survient selon les occasions.

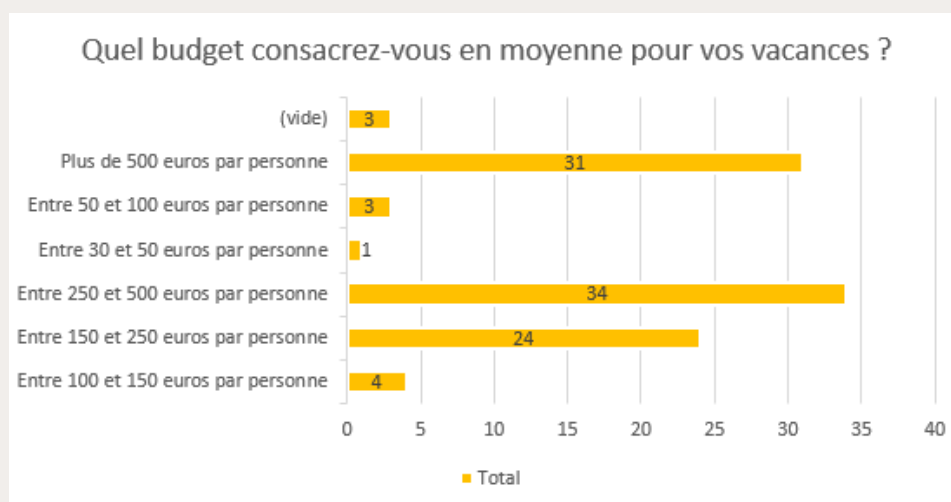
La catégorie "assez souvent" (30 %) suggère que ces répondants prennent des vacances relativement fréquemment, ce qui pourrait signifier qu'ils ont plus de liberté ou de moyens pour se permettre des pauses régulières. C'est une proportion importante, ce qui montre qu'une grande partie des répondants considère les vacances comme une activité courante, voire nécessaire. D'autre part, les 18 % qui partent "rarement" peuvent représenter des individus pour qui le voyage est moins prioritaire, peut-être par choix personnel ou en raison de restrictions économiques. Les 2 % qui partent "très souvent" sont probablement des personnes ayant un mode de vie plus flexible, ou des privilégiés par leurs conditions de travail ou leur situation financière. Le 1 % des répondants qui ne partent jamais en vacances est relativement faible, mais mérite d'être noté. Cette réponse pourrait être liée à des facteurs tels que des contraintes économiques, des obligations familiales ou professionnelles, ou encore un désintérêt pour les voyages. Les 3 % restant n'ont pas répondu.



Question 6 : Le pic le plus élevé se situe à 15 jours, avec 29 % des répondants qui choisissent une durée de vacances de cette longueur. Cela pourrait correspondre à des vacances standard, souvent considérées comme un bon compromis. Les durées de 7 à 14 jours sont également bien représentées, avec des pourcentages assez variés (de 12 % à 17 %), ce qui indique qu'une majorité de répondants optent pour des vacances de durée moyenne. Cela semble cohérent avec les attentes classiques pour un voyage de vacances : suffisamment long pour se reposer, mais pas trop long pour ne pas empiéter sur les responsabilités professionnelles ou familiales. Les vacances de longue durée (comme 30, 40 ou 50 jours) représentent une petite proportion, mais sont tout de même notées chez 9 % des répondants. Cela pourrait indiquer des périodes de vacances prolongées liées à des circonstances particulières, comme des sabbatiques, des vacances à l'étranger, ou des congés longs. Enfin 9% n'ont pas donné de réponse.



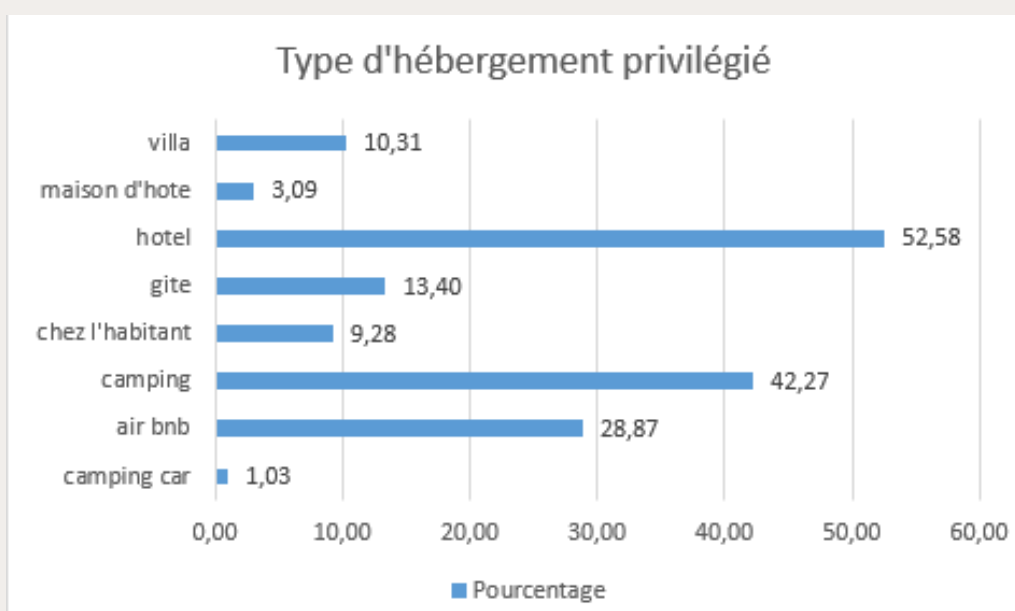
Question 7 : Le budget moyen des répondants semble se concentrer principalement dans la fourchette des 250 à 500 €, avec 34 % des personnes qui déclarent dépenser cette somme pour leurs vacances. Cela suggère que pour une grande partie des répondants, les vacances représentent un investissement modéré. Les 24 % des répondants qui allouent entre 150 et 250 € pour leurs vacances indiquent que beaucoup de personnes privilégient des vacances accessibles, sans aller dans des dépenses trop élevées, ce qui pourrait être lié à une gestion raisonnée des finances personnelles, ou à des choix de destinations et de moyens de transport plus abordables. Les catégories plus basses de dépenses (50-100 €, 30-50 €) représentent des pourcentages faibles (3 % et 1 %), ce qui pourrait suggérer que ces répondants choisissent des vacances très économiques. En revanche, les 4 % qui dépensent plus de 500 € pour leurs vacances indiquent que cette proportion de répondants a un budget vacances plus élevé. Les 3% restants n'ont pas répondu.



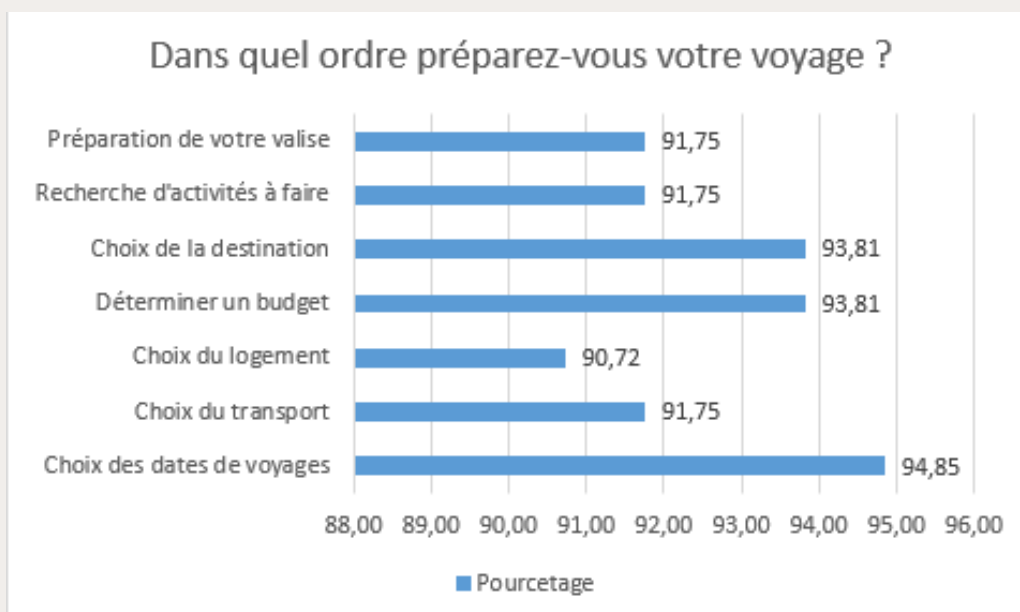
Question 8 : L'hébergement à l'hôtel arrive en tête, avec plus de la moitié des répondants (52,58 %) qui le privilégient. Cela montre une préférence marquée pour le confort, la praticité et les services offerts par ce type de logement. Le camping, en deuxième position avec 42,27 %, reste une option très populaire. Cela peut traduire une volonté de faire des vacances plus proches de la nature, à moindre coût, et dans un cadre souvent plus convivial ou familial.

Les locations Airbnb (28,87 %) connaissent aussi un succès notable. Cette préférence peut s'expliquer par le rapport qualité/prix, la flexibilité (par exemple, cuisiner sur place), et l'aspect plus authentique ou local de ce type de logement. Les gîtes (13,40 %) et villas (10,31 %) représentent des choix plus spécifiques, souvent associés à des séjours en famille, à la campagne ou dans des environnements calmes, voire luxueux dans le cas des villas.

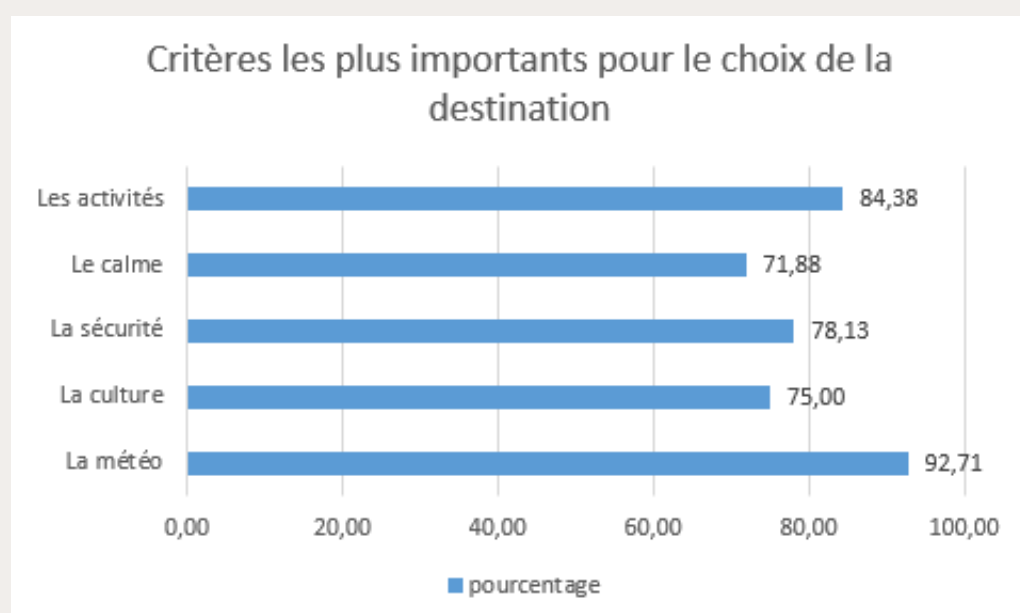
Les logements chez l'habitant (9,28 %) et les maisons d'hôtes (3,09 %) sont moins choisis, bien que ces options soient souvent moins chères et permettent un contact plus direct avec les populations locales. Leur faible score peut s'expliquer par un besoin d'intimité ou une préférence pour les solutions autonomes. Enfin, le camping-car (1,07 %) reste marginal dans cet échantillon, probablement en raison de coûts d'équipement ou de logistique.



Question 9 : Le choix des dates de voyage (94,85 %) est l'étape la plus fréquemment citée, ce qui montre qu'elle constitue souvent le point de départ de l'organisation. C'est une décision logique, car elle conditionne la disponibilité des hébergements, des transports, ou même des prix. Vient ensuite le choix de la destination et la définition du budget (93,81 %), ce qui montre que les décisions financières et les envies géographiques sont très souvent liées. Le choix du transport (91,75 %) et du logement (90,72 %) sont également des étapes centrales dans le processus. Leur importance est logique : ce sont des éléments incontournables pour tout déplacement. Le fait qu'ils arrivent après les dates et la destination montre que les voyageurs se projettent d'abord dans leur séjour avant de régler les aspects logistiques. Enfin, la préparation de la valise et la recherche d'activités (91,75 %) interviennent aussi massivement, mais souvent en fin de parcours.



Question 10 : En tête, la météo s'impose comme le facteur déterminant, mentionnée par 92,71 % des répondants. Ce résultat confirme l'importance d'un climat favorable pour garantir un séjour agréable. Ensuite, les activités proposées jouent également un rôle central dans le processus de décision, avec 84,38 % des personnes interrogées les plaçant parmi les priorités. Cela souligne l'attente d'expériences variées et enrichissantes sur place. La sécurité constitue également une préoccupation majeure pour 78,13 % des sondés, traduisant le besoin de voyager en toute sérénité, dans un environnement perçu comme sûr. Par ailleurs, la culture locale représente un critère important pour 75 % des participants, révélant un intérêt marqué pour la découverte patrimoniale et l'enrichissement culturel. Enfin, le calme est un critère essentiel pour 71,88 % des répondants, illustrant une recherche de détente et de tranquillité lors des séjours.

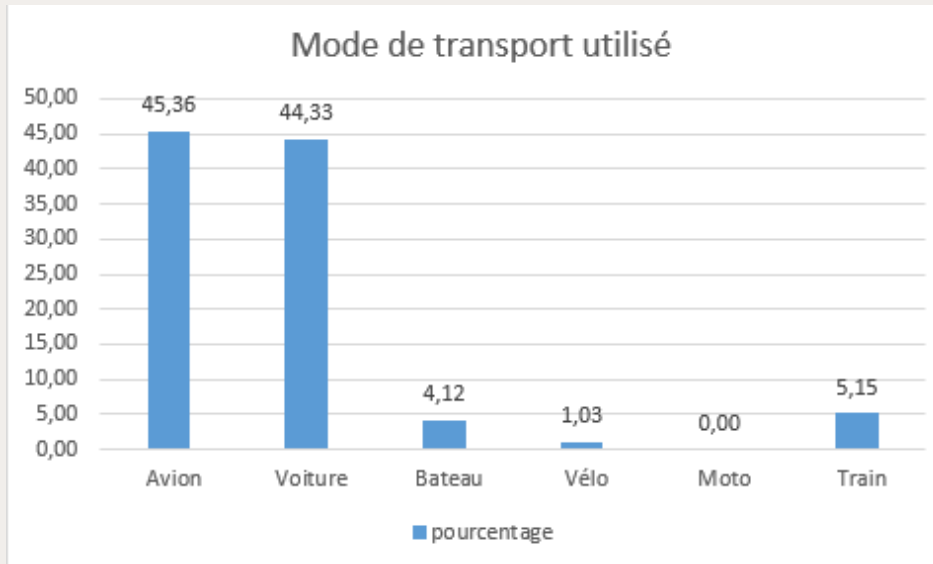


Question 11 : Les résultats révèlent une forte préférence pour les moyens de transport individuels ou rapides (l'avion et la voiture)

- L'avion est légèrement en tête avec 45,36 % des répondants le choisissant comme mode de transport privilégié. Ce chiffre témoigne d'une volonté de couvrir de longues distances rapidement.
- La voiture suit de très près avec 44,33 %, ce qui souligne l'attrait pour la flexibilité, l'autonomie, et la possibilité d'explorer les environs une fois sur place.

En revanche, les autres modes de transport sont moins utilisés :

- Le train ne rassemble que 5,05 % des réponses, ce qui peut s'expliquer par un accès limité aux destinations ou par une préférence pour des moyens plus rapides ou plus directs.
- Le bateau est choisi par 4,12 % des participants, probablement car on ne peut pas aller partout avec.
- Enfin, le vélo, avec seulement 1,03 %, reste une option très minoritaire.



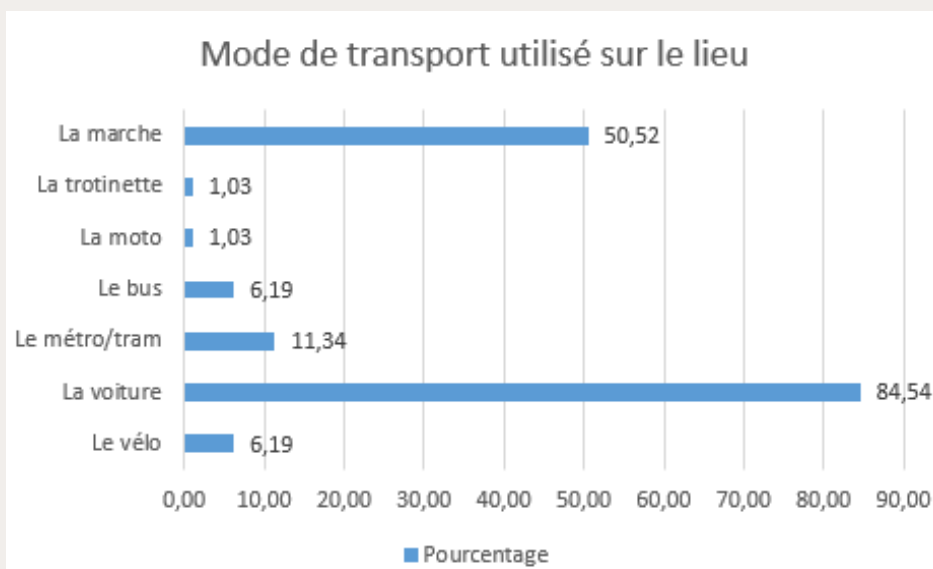
Question 12 : L'analyse des résultats montrent que les deux moyens de déplacement sur place les plus fréquents sont :

- La voiture est le moyen de transport le plus utilisé avec 84,54 % des réponses.
- Suivie par la marche, choisie par 50,52 % des répondants.

Ce qui montre que les répondants valorisent dans un premier temps une autonomie via l'usage de la voiture, qui permet de se déplacer facilement d'un endroit à un autre quand on le souhaite, mais aussi l'usage fréquent de la marche à pied, probablement pour les déplacements de courte distance (promenades, activités touristiques, accès à la plage ou aux commerces, etc.).

Les autres moyens de transport sont beaucoup moins représentés :

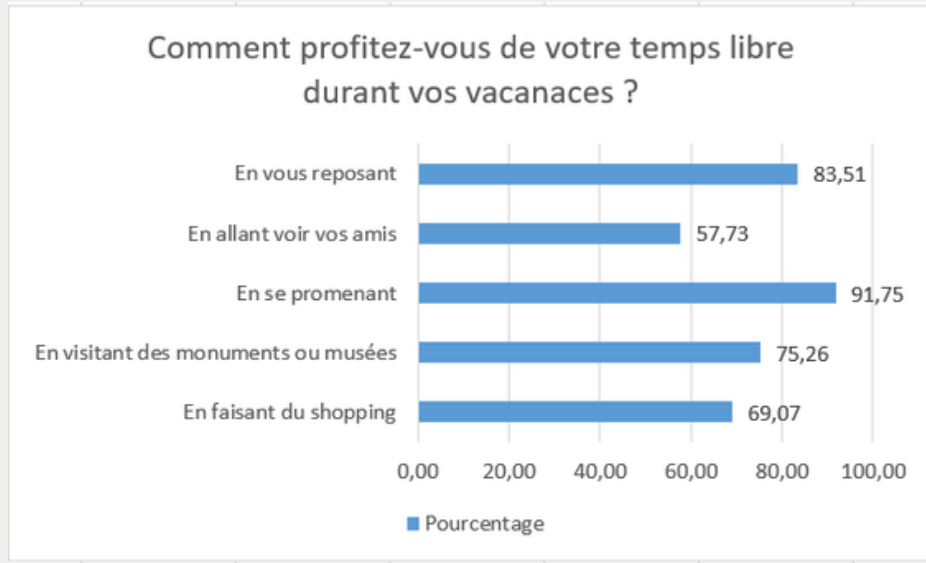
- Le métro/tram (11,34 %) et le bus (6,19 %) sont peu utilisés, ce qui peut s'expliquer par un hébergement situé en dehors des grandes villes, ou peu de transport en commun.
- Le vélo (6,19 %) et la trottinette (1,03%) sont peu utilisés.



Question 13 : Les répondants de l'enquête ont été invités à classer différentes activités selon leur préférence :

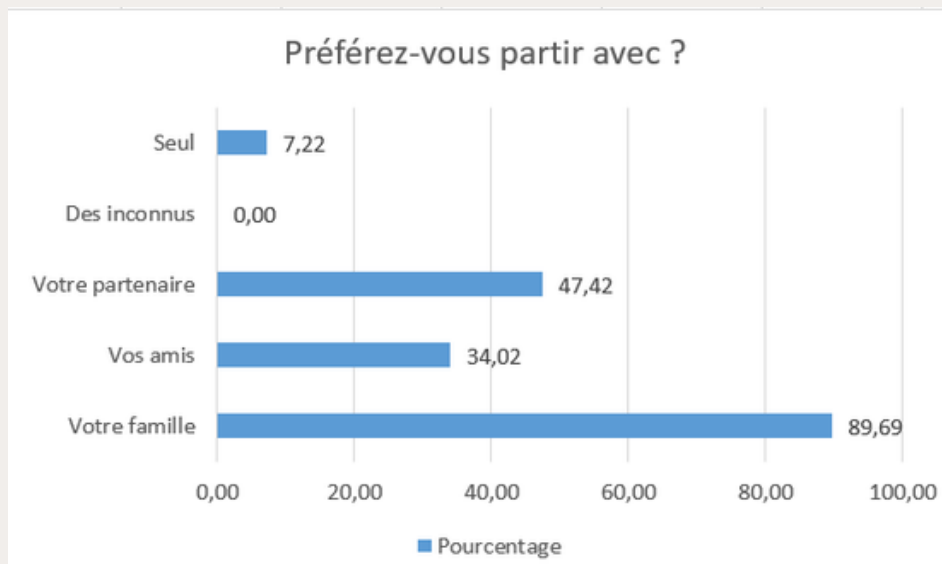
- La promenade arrive largement en tête avec 91,75 %, ce qui montre que les participants apprécient avant tout des activités simples, accessibles et relaxantes, en lien direct avec l'environnement du lieu visité.
- En deuxième position, le repos est cité par 83,51 % des personnes, ce qui confirme que les vacances sont perçues avant tout comme un moment de détente et de récupération.
- Visiter des monuments ou musées (75,26 %) montre l'intérêt pour la découverte culturelle.
- Faire du shopping est également bien représenté (69,07 %), ce qui peut être lié au plaisir d'acheter des souvenirs ou de profiter de boutiques locales spécifiques à la destination.
- Enfin, aller voir des amis est mentionné par 53,73 % des répondants. Ce chiffre reste élevé mais arrive en dernier dans l'ordre de préférence, suggérant que, pour beaucoup, les vacances sont aussi un moment plus personnel ou familial.

Ces résultats montrent que les vacances sont avant tout perçues comme une période reposante et ressourçante, où l'on recherche un équilibre entre détente, découverte et loisirs personnels.



Question 14 : Les réponses à cette question montrent une préférence très claire des participants pour des vacances en famille ou intime :

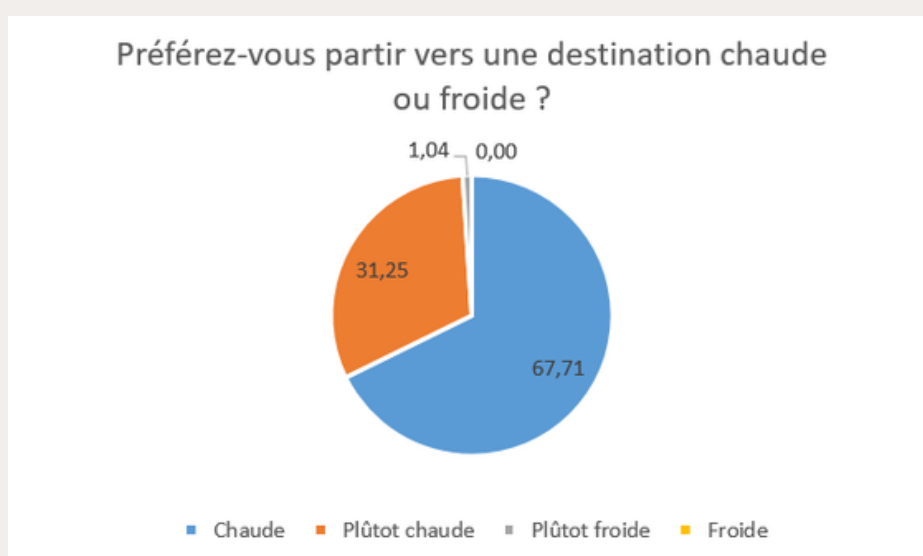
- La famille est de loin la première réponse, avec 89,69 % des répondants. Cela souligne l'importance accordée à des vacances conviviales, où les liens familiaux sont valorisés.
- Le partenaire de vie arrive ensuite avec 47,42 %, ce qui témoigne d'un fort attrait pour des vacances en couple.
- Les amis sont cités par 34,02 % des personnes. Cette option reste appréciée, mais arrive après les sphères plus proches (partenaire et famille), ce qui montre que pour une majorité, les vacances sont perçues comme un moment plus privé que festif.
- Très peu de répondants préfèrent partir seuls (7,22 %), et aucun n'a choisi l'option "avec des inconnus" (0 %). Ces chiffres confirment que le besoin de lien, de sécurité et de familiarité est dominant lorsqu'il s'agit de voyager.



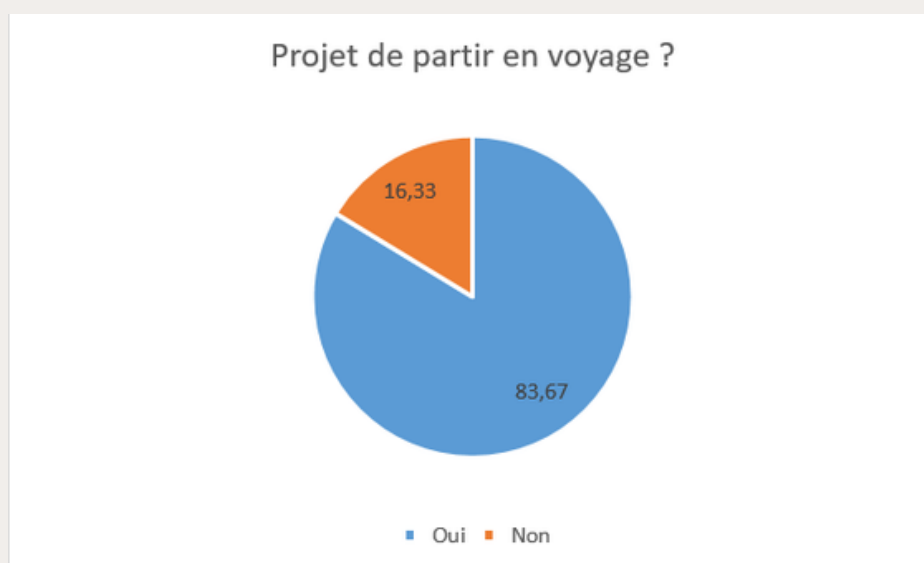
Question 15 : Les résultats montrent que la majorité des répondants (71,13% des répondants) privilégient les destinations urbaines pour leurs vacances. Cela peut s'expliquer par l'attractivité des villes, offrant plus d'activités culturelles, sociales et de loisirs. Les villes sont perçues comme des lieux dynamiques et modernes. En revanche, près de 29% des répondants (ce qui est beaucoup moins que pour la ville mais qui reste un pourcentage important) choisissent la campagne, ce qui montre un intérêt pour des vacances plus reposantes et calme. Cette préférence pourrait refléter le besoin de déconnexion, et d'un rythme de vie plus lent, loin de l'agitation urbaine. Ces résultats suggèrent une tendance générale vers les destinations urbaines, mais aussi un intérêt notable pour les séjours en milieu rural.



Question 16 : Les résultats montrent une nette préférence pour les destinations chaudes, avec 67,71% des répondants choisissant explicitement une destination chaude et 31,25% optant pour une destination plutôt chaude. Cela montre une forte attirance pour les lieux offrant des températures élevées, qui font penser à des vacances de détente au soleil (plages, activités extérieures). Seuls 1,04% des répondants préfèrent des destinations plutôt froides, tandis que personne n'a opté pour des destinations froides, ce qui souligne la réelle préférence pour les destinations chaudes. Ces résultats indiquent que la chaleur est un critère majeur dans le choix des vacances pour la grande majorité des participants.



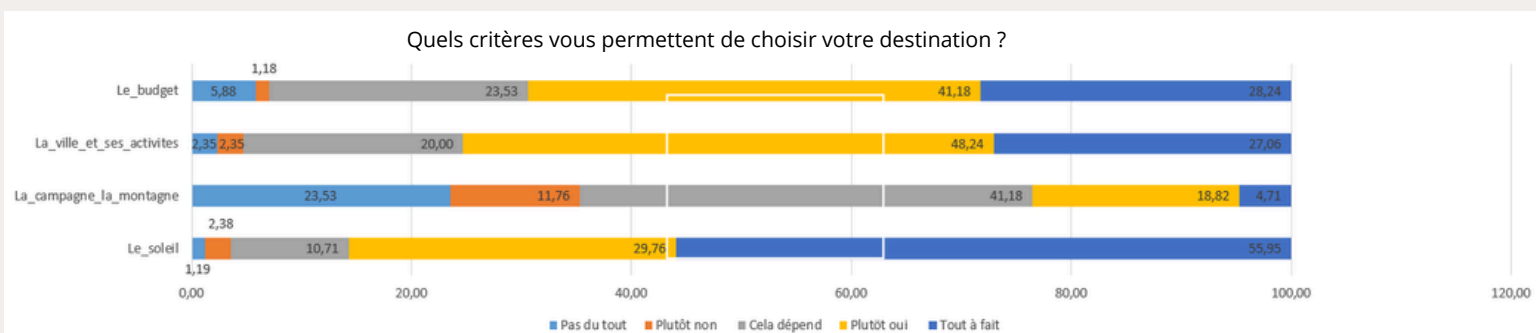
Question 18 : La grande majorité des répondants (plus de 83%) prévoient de partir en voyage prochainement, ce qui traduit un fort intérêt pour le départ en vacances. Ce résultat prouve que les répondants ont un besoin de changement, de repos ou d'évasion après une période de routine. À l'inverse, 16,33% n'ont pas de projet de départ, ce qui peut être lié à des raisons personnelles, financières ou professionnelles. Ces résultats montrent une dynamique de mobilité assez importante chez les participants, et une envie de partir en vacances prochainement.



Question 20 : Cette question portée sur les critères qui influencent le choix de la destination des répondants :

- dans un premier temps le budget qu'à le répondant, il y a 28,24% de "tout à fait important" ; 41,18% de "plutôt important", 23,53% de "cela dépend" et le reste soit les 7,06% restants sont soit "plutôt pas important" ou "pas du tout important"
- ensuite ils ont répondu par rapport à l'importance de la ville et des activités proposées, il y a 27,06% de "tout à fait important" ; 48,24% de "plutôt important", 20% de "cela dépend" et le reste soit les 4,70% restants sont soit "plutôt pas important" ou "pas du tout important"
- puis pour le fait que la destination se situe en ville ou à la campagne, il y a eu 4,71% de "tout à fait important" ; 18,82% de "plutôt important", 41,18% de "cela dépend" et le reste soit les 25,29% restants sont soit "plutôt pas important" ou "pas du tout important"
- enfin, pour le soleil il y a 55,95% les répondants qui sont "tout à fait important" ; 29,76% de "plutôt important", 10,71% de "cela dépend" et le reste soit les 3,57% restants sont soit "plutôt pas important" ou "pas du tout important"

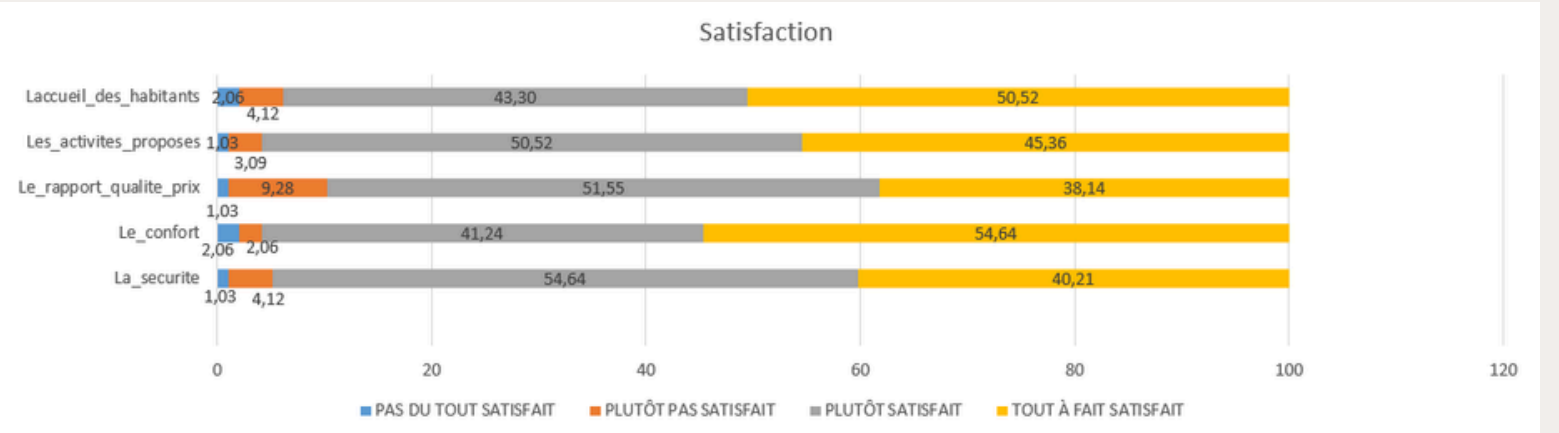
Globalement, le budget et les activités sur place sont des critères majeurs dans le choix de la destination, suivis de la météo (ensoleillement), qui semble jouer un rôle presque aussi important. En revanche, le type d'environnement (ville ou campagne) a un impact plus variable selon les préférences individuelles, comme en témoigne la forte proportion de réponses "cela dépend".



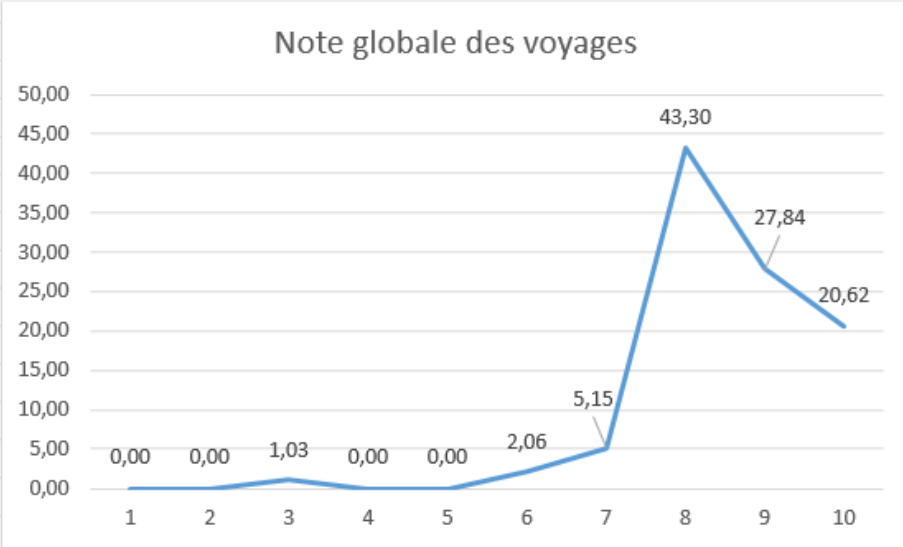
Question 23 : Cette question portée sur la satisfaction qui les répondants avaient de leurs voyages passés en fonction de différents critères :

- dans un premier temps l'accueil des habitants qui obtient 50,52% de "tout à fait satisfait" ; 43,30% de "plutôt satisfait" et le reste soit les 6,18% restants sont soit "plutôt pas satisfait" ou "pas du tout satisfait"
- ensuite ils ont répondu par rapport aux activités proposées sur leur lieu de vacances : 45,36% des répondants sont "tout à fait satisfait" ; 50,52% de "plutôt satisfait" et le reste soit les 4,12% restants sont soit "plutôt pas satisfait" ou "pas du tout satisfait"
- puis pour le rapport qualité-prix de leur séjour il y a 38,14% les répondants qui sont "tout à fait satisfait" ; 51,55% de "plutôt satisfait" et le reste soit les 10,31% restants sont soit "plutôt pas satisfait" ou "pas du tout satisfait"
- après, pour le confort de leur vacances il y a 54,64% les répondants qui sont "tout à fait satisfait" ; 41,24% de "plutôt satisfait" et le reste soit les 4,12% restants sont soit "plutôt pas satisfait" ou "pas du tout satisfait"
- enfin, pour la sécurité qu'ils ont perçu pendant leur séjour, il y a 40,21% les répondants qui sont "tout à fait satisfait" ; 54,64% de "plutôt satisfait" et le reste soit les 5,15% restants sont soit "plutôt pas satisfait" ou "pas du tout satisfait"

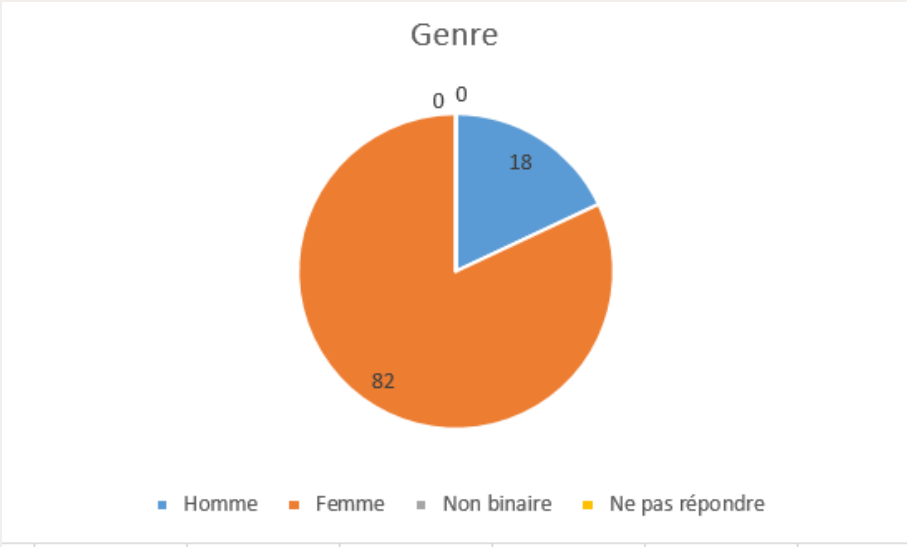
De manière générale, les résultats montrent un haut niveau de satisfaction parmi les répondants. Les critères du confort et des activités proposées obtiennent les meilleurs scores, tandis que le rapport qualité-prix semble être le critère le plus critiqué, bien qu'il reste globalement bien noté.



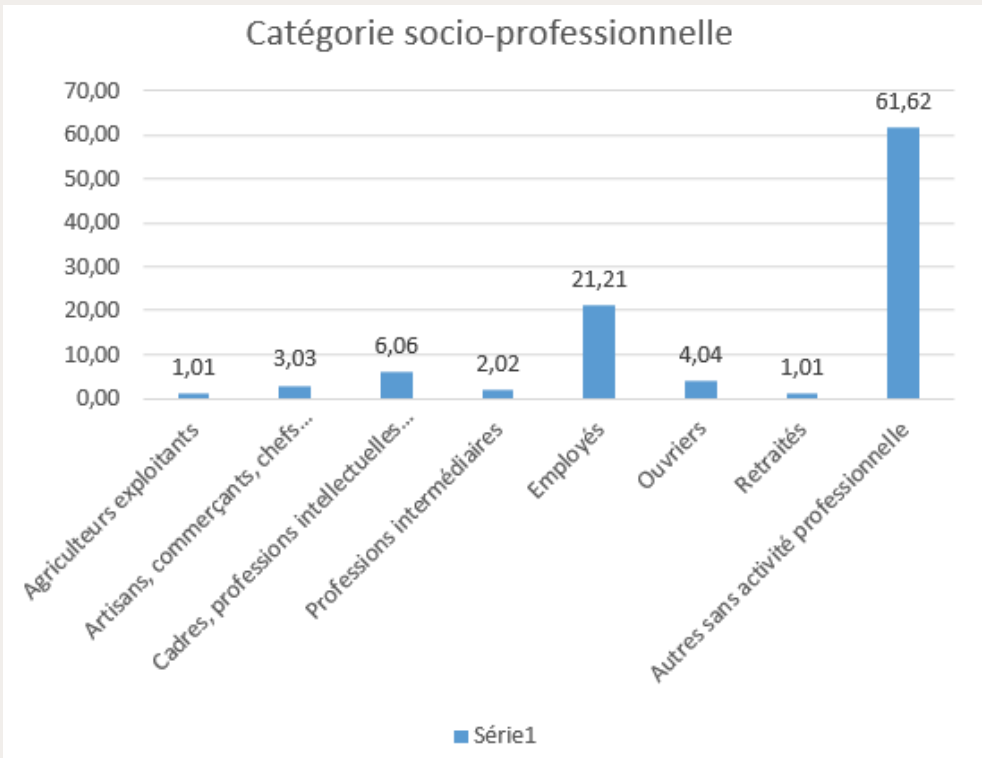
Question 24 : Les résultats montrent que la plupart des répondants sont très satisfaits de leurs vacances. La note la plus donnée est 8/10 (43,30%), suivie par 9/10 (27,84%) et 10/10 (20,62%). Très peu de personnes ont donné une note inférieure à 7, ce qui montre globalement un bon niveau de satisfaction. Ces chiffres suggèrent que les vacances se passent plutôt bien pour la majorité, avec des expériences jugées positives. Seuls quelques rares répondants ont attribué des notes faibles. En résumé, les vacances laissent généralement une bonne impression aux personnes interrogées.



Question 25 : La majorité des personnes ayant répondu au questionnaire sont des femmes, avec 82% des réponses. Les hommes représentent seulement 18% des participants. Cette différence peut influencer les résultats de l'enquête, surtout si certaines préférences varient selon le genre. Donc, les résultats reflètent surtout un point de vue féminin, ce qui est bon à garder en tête pour l'interprétation globale.



Question 27 : La grande majorité des répondants (plus de 61%) sont des étudiants ou des personnes sans activité professionnelle, ce qui influence forcément le profil global de l'enquête. Les employés représentent la deuxième catégorie la plus présente avec 21,21%, ce qui reste significatif. Les autres catégories (cadres, ouvriers, commerçants, etc.) sont présentes en très faibles proportions. Ces chiffres montrent que l'échantillon est principalement jeune ou en début de parcours professionnel, ce qui peut expliquer certaines réponses, notamment en lien avec le budget, les projets de voyage ou les préférences. C'est un point important à garder en tête pour comprendre les résultats.



ANALYSE

des questions

- **Les questions fermées dichotomiques :** Une question fermée dichotomique est une question à laquelle on ne peut répondre que par deux choix possibles, généralement "oui" ou "non". C'est une question très directe, utile pour obtenir une réponse claire et rapide. Dans notre questionnaire, il y a 6 questions de ce type (les questions 1 ; 2 ; 3 ; 4 ; 15 ; 18).
- **Les questions fermées à réponse unique :** Une question fermée à réponse unique propose plusieurs choix, mais le répondant ne peut en sélectionner qu'un seul. Elle permet de connaître l'option principale ou la plus représentative pour la personne interrogée. Dans notre questionnaire, il y a 6 questions de ce type (les questions 5 ; 7 ; 16 ; 22 ; 25 ; 27)
- **Les questions fermées à choix multiples :** Une question fermée à choix multiples propose plusieurs réponses possibles, et le répondant peut en choisir plusieurs en même temps. Elle permet d'avoir une vision plus complète des préférences ou des habitudes de la personne. Dans notre questionnaire, il y a 4 questions de ce type (les questions 8 ; 11 ; 12 ; 14)
- **Les questions avec notation :** Une question avec notation demande au répondant de donner une note à quelque chose (par exemple de 1 à 10) pour exprimer un avis, un niveau de satisfaction ou une préférence. C'est pratique pour mesurer l'intensité d'une opinion. Dans notre questionnaire, il y a 1 question de ce type (la question 24)
- **Les questions fermées ordonnées :** Une question fermée ordonnée propose plusieurs réponses classées dans un ordre (ex : du moins au plus), et le répondant doit choisir celle qui correspond le mieux à son niveau d'accord, de satisfaction ou de fréquence, par exemple. Dans notre questionnaire, il y a 3 questions de ce type (les questions 9 ; 10 ; 13)
- **Les questions fermées échelle :** Une question fermée à échelle propose une série de réponses graduées (comme de "pas du tout d'accord" à "tout à fait d'accord"). Elle permet de mesurer l'intensité d'une opinion ou d'un ressenti de façon plus précise. Dans notre questionnaire, il y a 2 questions de ce type (les questions 20 ; 23)

ANALYSE

des questions

- **Les question ouvertes numériques :** Une question ouverte numérique demande au répondant de donner un chiffre ou une valeur précise (par exemple : âge, nombre de voyages par an, budget, etc.). Elle laisse une liberté de réponse, mais sous forme de nombre uniquement. Dans notre questionnaire, il y a 1 question de ce type (la question 6)
- **Les questions ouvertes code :** C'est une question ouverte qui demande une réponse précise sous forme de code, comme un code postal... La personne répond librement, mais en donnant une valeur standardisée qui peut être utilisée directement pour le tri ou l'analyse. Dans notre questionnaire, il y a 2 questions de ce type (les questions 26 ; 28)
- **Les questions ouvertes texte :** Une question ouverte texte permet au répondant de répondre librement avec ses propres mots. Elle est utile pour recueillir des avis, impressions, idées ou explications plus personnelles, sans limite de choix. Dans ce questionnaire, il y a 3 questions de ce type (les questions 17 ; 19 ; 21)

CONCLUSION

La question principale de notre enquête était : "Qu'est-ce qui pousse les individus à choisir tel ou tel voyage ?" Afin de répondre à cette question, nous avons posé un grand nombre de questions pour savoir si les 100 individus interrogés avaient un intérêt pour le voyage, puis pour comprendre sur quels critères ils se basent pour faire leur choix et enfin comment vivent-ils leurs vacances. L'analyse que nous avons fait des 23 questions du questionnaire révèle une vision nuancée des comportements, préférences et motivations des individus en matière de voyage. Plusieurs tendances se ressortent de cette enquête.

Tout d'abord, le voyage est une expérience qui intéresse presque tout le monde, puisque la majorité des répondants (94%) ont déjà voyagé. La fréquence de départ et la durée moyenne de séjour (entre 1 et 2 semaines) indiquent que le voyage est une habitude régulière pour beaucoup de personnes, souvent en lien avec les congés annuels ou les vacances scolaires.

Le budget reste un facteur central, et les résultats confirment qu'il influence beaucoup le type de voyage choisi. Une majorité des participants voyagent avec un budget inférieur à 1000€, ce qui veut dire des destinations accessibles, souvent en France ou en Europe, et des moyens de transport plus économiques comme la voiture ou le train. Les motivations principales au voyage tournent autour du besoin de repos et de découverte culturelle. Les critères comme le climat, le coût de la vie sur place et la sécurité influencent le choix des destinations.

Les activités recherchées sur place, comme les balades, les visites culturelles, ou encore le shopping, montre l'envie d'entrer dans la culture du pays ou de la région visitée. Cependant, il existe deux types de voyageurs, ceux qui souhaitent se reposer et ceux qui préfèrent un voyage actif, ce qui est souvent lié à l'âge et à la situation socio-professionnelle.

En résumé, les résultats de ce questionnaire montrent que le voyage est une expérience qui est de plus en plus appréciée par les individus et que cette expérience est de plus en plus conditionnée par différentes contraintes.