Enquête mobilité des habitants

Guide de mise en œuvre

Ce guide accompagne le questionnaire type d'Itinéraire Bis. Il couvre les quatre étapes d'une enquête réussie :

	Contenu
1	Mettre le questionnaire en ligne avec Microsoft Forms (pas à pas, correspondance des questions, branchements, paramètres)
2	Faire connaître l'enquête : calendrier, impression et diffusion papier dans les structures partenaires, textes prêts à l'emploi (réseaux sociaux, site, presse, panneaux, mairies, employeurs), publics éloignés
3	Analyser les réponses : préparation, représentativité, indicateurs clés, croisements, questions ouvertes, fiabilité
4	Représenter les résultats avec des outils gratuits : quel graphique pour quelle question, quels outils

Une grille d'analyse Excel complète ce guide : plan de codage des 47 questions, calcul de représentativité et de pondération, liste des indicateurs, modèle de codage des réponses libres.

> Repères : 47 questions, 79 items (lignes de tableaux comprises), environ 15 minutes. Une enquête volontaire n'est pas une EMC² : elle éclaire les pratiques, les freins et les attentes, mais ne remplace pas une enquête par tirage aléatoire pour mesurer des parts modales officielles.

1 Mettre l'enquête en ligne avec Microsoft Forms

1.1 Avant de commencer

- Utilisez le compte Microsoft 365 de la collectivité, pas un compte personnel : un compte personnel gratuit plafonne à 200 réponses (1 000 avec un abonnement payant), un compte professionnel en accepte jusqu'à 5 millions.
- Prévenez votre délégué à la protection des données et inscrivez l'enquête au registre des traitements. Le formulaire ne doit collecter aucune donnée nominative.
- Préparez le questionnaire Word adapté : communes, pôles, noms des services, dates. Forms doit reprendre exactement les mêmes libellés pour fusionner réponses papier et en ligne.

1.2 Créer le formulaire

- forms.office.com › Nouveau formulaire. Titre : « Enquête sur vos déplacements » (90 caractères maximum).
- Description (1 700 caractères maximum) : reprendre le texte d'introduction et la mention de protection des données du questionnaire.
- Thème : bouton « Style » › couleur personnalisée aux couleurs de la collectivité ; image d'en-tête facultative (bandeau de la CdC, photo du territoire).

1.3 Créer les sections

Une section par partie du questionnaire (bouton « Insérer une nouvelle » › « Section ») :

Section	Titre	Questions
Accueil	Avant de commencer	
1	Vous et votre foyer	Q1, Q2, Q3, Q4, Q5, Q6, Q7, Q8, Q9, Q10, Q11, Q12
2	Votre travail ou vos études	Q13, Q14, Q15, Q16, Q17, Q18, Q19
3	Vos habitudes de déplacement	Q20, Q21, Q22, Q23, Q24, Q25
4	Ce qui vous freine, ce qui vous aide	Q26, Q27, Q28, Q29, Q30, Q31, Q32, Q33
5	Vos pratiques et les solutions existantes	Q34, Q35, Q36, Q37, Q38, Q39, Q40, Q41
6	Vos attentes et vos besoins	Q42, Q43, Q44, Q45, Q46, Q47

1.4 Choisir le bon type de question

Sur le questionnaire papier	Dans Forms	Réglage
Une seule réponse	Choix	Laisser « Plusieurs réponses » désactivé
Plusieurs réponses possibles	Choix	Activer « Plusieurs réponses »
3 réponses maximum	Choix	Activer « Plusieurs réponses » ; garder « (3 réponses maximum) » dans le libellé : Forms ne bloque pas au-delà
Commune de résidence (Q1)	Texte	Réponse courte ; harmoniser l'orthographe des communes avant l'analyse
Option à compléter (« Une autre commune : … »)	Choix	Bouton « Ajouter l'option Autre » (une seule par question). S'il y en a plusieurs (Q21) : options simples puis une question Texte « Précisez le lieu »
Éléments en bleu-gris (⟪car⟫, ⟪train⟫, ⟪transport à la demande⟫…)	—	Services qui n'existent pas partout : les supprimer de la question ou des réponses si le service n'existe pas sur votre territoire
Tableau à une réponse par ligne	Likert	Lignes = affirmations, colonnes = réponses ; chaque ligne compte comme une question
Classement des 3 priorités (Q43)	Classement	Consigne : « placez en tête vos 3 priorités » ; seuls les 3 premiers rangs sont analysés
Réponse libre (Q47)	Texte	Activer « Réponse longue »

1.5 Questions obligatoires

Activez « Obligatoire » pour toutes les questions, sauf les facultatives : Q12, Q17, Q36, Q38, Q39, Q40, Q47. Une question facultative de trop vaut mieux qu'un abandon en cours de route.

1.6 Branchements (aller à la bonne section)

Menu « ... » en haut à droite du formulaire › « Branchement ». Pour chaque réponse, choisissez la destination :

Question	Réponse	Aller à
Q5	En emploi (temps plein ou partiel), apprentissage, étudiant(e), lycéen(ne)	Section 2 · Votre travail ou vos études
Q5	Recherche d'emploi, retraité(e), au foyer, autre situation	Section 3 · Vos habitudes de déplacement
Fin de la section 2	—	Section 3 (destination par défaut)

Q36, Q38, Q39 et Q40 restent visibles par tous mais facultatives : leurs libellés précisent à qui elles s'adressent. Ce choix évite des branchements fragiles.

1.7 Paramètres (menu « ... » › « Paramètres »)

- Qui peut répondre : « Tout le monde peut répondre ». Ne cochez pas « Enregistrer le nom ».
- Date de début et date de fin : 4 à 6 semaines, hors vacances scolaires si possible.
- Message de remerciement personnalisé : reprendre le texte « Merci ! » du questionnaire.
- Notifications par e-mail : désactivées (inutile au-delà de quelques réponses).
- Saisie des questionnaires papier : ajoutez à la fin une question facultative « Réservé à la saisie : questionnaire papier » (case à cocher). Les agents la cochent ; les répondants en ligne l'ignorent. Vous pourrez ainsi comparer les deux publics.

1.8 Tester avant d'ouvrir

- Bouton « Aperçu » : vérifier en version ordinateur et mobile (la majorité répondra sur smartphone).
- Faire 3 à 5 réponses tests en suivant chaque branchement, chronométrer (objectif : 15 minutes au plus), puis supprimer ces réponses (onglet « Réponses » › « ... » › « Supprimer toutes les réponses »).
- Faire relire par une personne extérieure au projet : si une question nécessite une explication, reformulez-la.

1.9 Diffuser et récupérer les réponses

- Bouton « Collecter les réponses » : copier le lien court, télécharger le QR code (image PNG) pour les affiches, ou copier le code d'intégration pour le site de la CdC.
- Onglet « Réponses » › « Ouvrir les résultats dans Excel » : le fichier se met à jour automatiquement. Une ligne = un répondant, une colonne = une question (une colonne par ligne de tableau Likert).

Alternatives sans compte Microsoft : Framaforms (libre, hébergé en France, gratuit) ou LimeSurvey (libre, plus complet, nécessite un hébergement). Les principes de ce guide s'appliquent.

2 Faire connaître l'enquête : kit de communication

2.1 Calendrier type

Quand	Action	Supports
2 semaines avant	Préparer les relais : mairies, CCAS, associations, employeurs, écoles et collèges ; imprimer questionnaires et affiches ; installer les urnes dans les structures partenaires	Mail aux mairies, affiches, urnes, questionnaires papier
Jour J (lancement)	Annoncer l'enquête partout le même jour	Communiqué de presse, post de lancement, article site, application d'alerte
J + 2 semaines	Première relance, chiffre de participation	Post de relance, panneau lumineux, présence sur un marché
J + 4 semaines	Dernière semaine	Post « dernière chance », rappel aux mairies
Clôture	Remercier, annoncer la date de restitution	Post et article de remerciement
2 à 3 mois après	Restituer les résultats	Réunion publique, article, synthèse illustrée

2.2 Imprimer et diffuser la version papier

La version papier est indispensable pour toucher les habitants peu connectés. Elle se prépare avant le lancement.

- Impression : A4 recto verso agrafé, ou livret A5 ; noir et blanc suffisant ; supprimer la notice et, si vous le souhaitez, l'en-tête Itinéraire Bis. Ajouter le QR code de la version en ligne en première page.
- Quantités : prévoir 30 à 50 exemplaires par mairie (davantage pour le bourg-centre), plus un stock pour les structures partenaires ; ajuster après la première semaine selon les retraits.
- Encart possible dans le bulletin intercommunal ou municipal distribué dans les boîtes aux lettres, avec dépôt en mairie.

Points de dépôt et de collecte (urne fermée, affiche, stylos) :

Structures et équipements	Pourquoi
Mairies, siège de la CdC, France Services	Lieux de passage, accueil pouvant aider à remplir
CCAS, épiceries sociales, associations caritatives	Publics en précarité, souvent sans voiture
Résidences autonomie, EHPAD, clubs d'aînés, aides à domicile, portage de repas	Personnes âgées, peu connectées
Médiathèques, maisons de santé, pharmacies	Fréquentation régulière et diversifiée
Commerces de proximité, marchés	Habitants des hameaux et des petites communes
Collèges, lycées, mission locale, auto-écoles	Jeunes de 15 ans et plus, sans permis
Gares, haltes, arrêts de car principaux, aires de covoiturage	Usagers actuels des transports

- Collecte : relever les urnes chaque semaine (ou demander aux mairies de transmettre les questionnaires), noter le nombre recueilli par point de dépôt.
- Saisie : numéroter chaque questionnaire papier, le saisir dans le formulaire en ligne en cochant « Réservé à la saisie : questionnaire papier », puis l'archiver jusqu'à la fin de l'analyse.

2.3 Message clé

« 15 minutes pour améliorer vos déplacements. » Une idée, un bénéfice, un lien. Montrez que les réponses serviront à décider (transport à la demande, covoiturage, vélo…) et annoncez dès le départ la restitution des résultats.

2.4 Textes prêts à l'emploi

Réseaux sociaux — lancement (Facebook, Instagram)

> 🚌🚲🚗 Comment vous déplacez-vous au quotidien ? Qu'est-ce qui vous complique la vie ?
> [Nom de la CdC] lance une grande enquête sur la mobilité pour construire, avec vous, des solutions adaptées à notre territoire : transport à la demande, covoiturage, vélo, lignes de car…
> ⏱️ 15 minutes, anonyme, jusqu'au [date].
> 👉 [lien court] — version papier en mairie.
> #Mobilité #[NomDuTerritoire] #EnquêteMobilité

Réseaux sociaux — relance (J + 2 semaines)

> Déjà [nombre] réponses à notre enquête mobilité, merci ! 🙏
> Habitants de [hameaux / communes peu représentées], votre avis compte aussi : pas de voiture, horaires décalés, enfants à accompagner… vos réponses nous aident à prioriser.
> 👉 [lien court] · 15 minutes · jusqu'au [date]

Réseaux sociaux — dernière chance

> ⏳ Plus que [x] jours pour répondre à l'enquête mobilité de [nom de la CdC] !
> 15 minutes pour peser sur les futurs services de transport du territoire. 👉 [lien court]

LinkedIn — à destination des employeurs

> Vos salariés ont-ils du mal à venir travailler ? [Nom de la CdC] mène une enquête sur les déplacements des habitants pour développer covoiturage, transport à la demande et itinéraires cyclables.
> Aidez-nous en relayant le questionnaire à vos équipes : [lien court] (15 minutes, anonyme, jusqu'au [date]).

Article pour le site ou le bulletin intercommunal (≈ 150 mots)

> Enquête mobilité : donnez votre avis !
> Comment se déplace-t-on sur le territoire de [nom de la CdC] ? Quelles difficultés rencontrez-vous pour aller travailler, faire vos courses, vous soigner ou accompagner vos enfants ? Quelles solutions seriez-vous prêts à utiliser ?
> Pour répondre à ces questions et construire sa politique de mobilité, [nom de la CdC] lance une enquête auprès de tous les habitants de 15 ans et plus, du [date] au [date].
> Le questionnaire est anonyme et prend environ 15 minutes. Il est accessible en ligne sur [lien court] ou en flashant le QR code ci-contre. Une version papier est disponible dans toutes les mairies, où une urne permet de la déposer.
> Les résultats seront présentés [date / lieu]. Merci de votre participation !

Communiqué de presse (≈ 200 mots)

> [Ville], le [date] — [Nom de la CdC] lance une enquête sur les déplacements de ses habitants
> Du [date] au [date], [nom de la CdC] invite les [nombre] habitants de ses [nombre] communes à répondre à une enquête sur leurs déplacements quotidiens. Objectif : mieux connaître les pratiques, les difficultés et les attentes de chacun pour bâtir une politique de mobilité adaptée à un territoire [rural / peu dense].
> « [Citation du président ou du vice-président en charge de la mobilité : pourquoi cette enquête, ce qu'elle permettra de décider.] »
> Le questionnaire, anonyme, prend environ 15 minutes. Il porte sur les habitudes de déplacement, les freins rencontrés (absence de transport, coût, distances, sécurité), la connaissance des services existants et les solutions souhaitées : transport à la demande, covoiturage, vélo, transport solidaire…
> Il est accessible en ligne sur [lien] et en version papier dans les mairies et à [lieux]. Les résultats seront restitués lors de [réunion / atelier] en [mois].
> Contact presse : [nom, fonction, téléphone, e-mail]

Application d'alerte (PanneauPocket, IntraMuros, Illiwap…) — ≈ 300 caractères

> Enquête mobilité : comment vous déplacez-vous ? Qu'est-ce qui vous manque ? Répondez en 15 min avant le [date] : [lien court]. Questionnaire papier disponible en mairie. Anonyme. Vos réponses aideront [nom de la CdC] à améliorer les transports du territoire.

Panneau lumineux — ≈ 60 caractères

> ENQUÊTE MOBILITÉ · 15 MIN · [lien court] · AVANT LE [date]

E-mail aux mairies (relais)

> Objet : Enquête mobilité — merci de relayer auprès de vos habitants
> Madame, Monsieur le Maire, [nom de la CdC] lance du [date] au [date] une enquête sur les déplacements des habitants. Nous vous remercions de bien vouloir : afficher l'affiche jointe en mairie et aux lieux fréquentés ; mettre à disposition les questionnaires papier et l'urne ; relayer le lien sur vos supports (site, bulletin, application, réseaux sociaux) ; nous signaler toute personne qui souhaiterait être aidée pour répondre. Les questionnaires papier seront collectés le [date]. Contact : [nom, téléphone].

E-mail aux employeurs, établissements scolaires, associations

> Objet : Aidez-nous à améliorer les déplacements sur le territoire
> [Nom de la CdC] mène une enquête sur la mobilité des habitants de 15 ans et plus. Pourriez-vous la transmettre à vos salariés / élèves / adhérents ? Lien : [lien court] — 15 minutes, anonyme, jusqu'au [date]. Merci pour votre relais !

Affiche et flyer (A4, A3, format carré 1080 × 1080 pour les réseaux)

> Titre : « Vos déplacements, parlons-en ! »
> Sous-titre : Enquête mobilité · 15 minutes · anonyme
> Corps : Aller au travail, faire ses courses, se soigner, accompagner les enfants… Dites-nous ce qui marche et ce qui manque.
> QR code + lien court · « Jusqu'au [date] » · « Version papier en mairie » · logo de la CdC

Script oral (accueil en mairie, marché, France Services)

> « Bonjour, [nom de la CdC] fait une enquête sur la façon dont les habitants se déplacent, pour améliorer les transports. Ça prend un quart d'heure, c'est anonyme. Vous voulez que je vous aide à y répondre, ou je vous laisse le questionnaire ? »

2.5 Toucher les publics éloignés

Une enquête en ligne attire surtout des personnes actives, motorisées et connectées. Pour entendre les autres :

- Personnes âgées : clubs d'aînés, portage de repas, aides à domicile, CCAS ; proposer une saisie assistée.
- Jeunes (15 ans et plus) : collèges, lycées, mission locale, points information jeunesse.
- Personnes sans voiture ou en insertion : France Services, France Travail, associations caritatives, auto-écoles sociales.
- Habitants des hameaux : questionnaire papier distribué avec le bulletin, permanence sur le marché.

2.6 Combien de réponses viser ?

Nombre de réponses	Marge d'erreur (≈, à 95 %)	Ce que cela permet
50	± 14 points	Premières tendances, à manier avec prudence
100	± 10 points	Grandes tendances à l'échelle de la CdC
200	± 7 points	Comparaisons simples (bourg / hameaux, actifs / retraités)
400	± 5 points	Analyses par secteur ou par groupe d'âge
1 000	± 3 points	Analyses fines, par commune pour les plus grandes

Repère : viser 1 à 3 % des habitants de 15 ans et plus, et au moins 30 réponses par secteur que l'on souhaite analyser séparément. La marge d'erreur suppose un échantillon représentatif : elle ne corrige pas le biais d'une enquête à participation volontaire.

3 Analyser les réponses

3.1 Préparer la base de données

- Exporter les réponses (Forms › « Ouvrir les résultats dans Excel ») et enregistrer une copie brute à ne jamais modifier.
- Supprimer les réponses tests, les doublons évidents (mêmes réponses, même minute) et les réponses vides.
- Harmoniser l'écriture des lieux saisis en texte (Q1, Q13, Q21) : une même commune doit être écrite d'une seule façon.
- Écarter les questionnaires remplis à moins de la moitié ; conserver les autres, même incomplets.
- Renommer les colonnes avec les codes de la grille d'analyse (Q1, Q20_1, Q20_2…) : les tableaux croisés deviennent lisibles.

3.2 Vérifier la représentativité, puis pondérer si besoin

Comparer la répartition des répondants à celle de la population (INSEE, recensement, population de 15 ans et plus) sur quatre variables : sexe (Q3), âge (Q4), commune ou secteur (Q1), situation (Q5). La feuille « Représentativité » de la grille d'analyse fait le calcul.

- Écarts inférieurs à 5 points : analyser les résultats bruts en signalant les écarts.
- Écarts plus importants (fréquent : plus de femmes, plus d'actifs, moins de jeunes et d'aînés) : appliquer un poids à chaque répondant. Poids = part du groupe dans la population ÷ part du groupe parmi les répondants. Se limiter à une ou deux variables (âge, secteur) pour éviter des poids extrêmes ; plafonner les poids à 3.
- Toujours indiquer dans la restitution le nombre de répondants, la période, et si les résultats sont pondérés.

3.3 Les indicateurs clés

Indicateur	Questions	Calcul
Part des foyers sans voiture	Q8	% de « Aucune »
Part des personnes sans permis	Q10	% de « Non » + « En cours » + « Je ne conduis plus »
Part modale domicile-travail/études	Q16	% par mode parmi les répondants de la section 2
Temps et distance domicile-travail	Q14, Q15	Répartition par classe ; part des trajets de moins de 10 km (potentiel vélo, VAE)
Nombre moyen de déplacements par jour	Q22	Moyenne avec les centres de classe : 0 ; 1,5 ; 3,5 ; 5,5 ; 7,5
Part des personnes multimodales	Q23	% ayant coché au moins 2 modes hors marche
Part trouvant les déplacements difficiles	Q26	% « Plutôt difficile » + « Très difficile »
Taux de renoncement	Q29	% ayant renoncé au moins une fois ; détail par motif
Tension budgétaire	Q28	% « Une difficulté importante »
Dépendance automobile	Q33	% « Renoncer à la plupart de mes activités »
Notoriété des services	Q35	% « Je l'utilise » + « Je connais » pour chaque service
Principaux freins	Q30	% de répondants citant chaque frein (total > 100 %)
Priorités d'action	Q43	Score : 3 points au 1er rang, 2 au 2e, 1 au 3e ; classer par score total
Potentiel de report modal	Q42, Q44	% « Oui, certainement » + « Oui, peut-être » par levier et par service

3.4 Les croisements qui font parler les données

- Par secteur géographique (Q1, regrouper les petites communes) : où les difficultés et les attentes se concentrent.
- Par type de logement (Q2) : bourg-centre contre hameaux et maisons isolées, clé en milieu rural.
- Par âge (Q4) et situation (Q5) : jeunes sans permis, actifs aux horaires décalés, personnes âgées.
- Par équipement (Q8, Q10) : profils vulnérables (sans voiture, sans permis) contre motorisés.
- Par distance domicile-travail (Q15) : potentiel du vélo (< 10 km) et du covoiturage (> 15 km).

Règle : ne pas commenter un sous-groupe de moins de 30 répondants (le regrouper ou le signaler « effectif faible »).

3.5 Traiter chaque type de question

- Une seule réponse : pourcentages des répondants à la question (hors non-réponses).
- Plusieurs réponses : pourcentage de répondants ayant coché chaque option ; le total dépasse 100 %.
- Tableaux d'accord (Likert) : regrouper « tout à fait » et « plutôt » d'accord ; présenter en barres divergentes.
- Classement : score pondéré (3-2-1) et part des répondants plaçant chaque action en 1re position.

3.6 Coder les réponses libres (Q47, options « Autre »)

- Lire une cinquantaine de réponses et définir 8 à 12 thèmes (ex. : fréquence des cars, transport à la demande, covoiturage, sécurité vélo, état des routes, tarifs, information, services de proximité).
- Attribuer à chaque réponse 1 ou 2 thèmes dans la feuille « Codage réponses libres », puis compter.
- Sélectionner 5 à 10 citations représentatives, anonymisées, pour illustrer la restitution.
- Un assistant d'IA peut proposer un premier codage : il doit toujours être relu et corrigé.

3.7 Interpréter avec prudence

- Les répondants sont volontaires : les résultats décrivent tendances et ressentis, pas des chiffres officiels. Pour les flux domicile-travail, compléter avec les données INSEE (fichier « mobilités professionnelles »).
- Un écart de moins de 5 points entre deux groupes n'est pas significatif avec quelques centaines de réponses.
- Croiser avec le diagnostic quantitatif (offre existante, équipements, données INSEE) avant de conclure.

3.8 Restituer

Une synthèse de 8 à 12 pages suffit : qui a répondu ; comment on se déplace ; ce qui freine ; ce qui est attendu ; 3 à 5 enseignements pour l'action. Présenter aux élus, puis aux habitants (réunion publique, article, atelier), comme annoncé lors du lancement.

4 Représenter les résultats avec des outils gratuits

4.1 Quel graphique pour quelle question ?

Type de question	Graphique conseillé
Une seule réponse, peu de modalités	Barres horizontales triées du plus grand au plus petit (éviter les camemberts au-delà de 3 parts)
Plusieurs réponses, freins, priorités	Barres horizontales triées, en % de répondants, avec le nombre de répondants en note
Tableaux d'accord ou de satisfaction	Barres divergentes : désaccord à gauche, accord à droite
Fréquences par mode (Q34), modes par motif (Q20)	Barres empilées à 100 % ou tableau coloré (heatmap)
Résultats par commune ou secteur	Carte des communes colorée par valeur (choroplèthe)
Classement des priorités	Barres horizontales du score pondéré
Indicateurs clés	Chiffres clés en grand, avec une phrase d'explication
Réponses libres	Barres des thèmes codés + citations ; éviter les nuages de mots, peu lisibles

4.2 Les outils

Outil	Coût et accès	Pour quoi faire
Microsoft Forms (onglet Réponses)	Inclus	Premiers résultats question par question, en temps réel ; insuffisant pour les croisements
Excel ou LibreOffice Calc	Inclus / libre et gratuit	Tableaux croisés dynamiques, pondération, graphiques en barres : l'outil principal
Datawrapper	Gratuit (compte)	Graphiques soignés et cartes prêtes à publier sur le site ; export image
RAWGraphs	Libre, gratuit, sans compte	Graphiques plus originaux (alluvial, flux) ; données traitées dans le navigateur
Looker Studio	Gratuit (compte Google)	Tableau de bord interactif relié au fichier de réponses
QGIS + ADMIN EXPRESS (IGN)	Libres et gratuits	Cartes par commune ou par secteur (taux de réponse, difficultés, attentes)

Attention aux outils dont la version gratuite rend les données publiques (Flourish par exemple) : n'y déposer que des résultats agrégés, jamais la base des réponses.

4.3 Cinq règles pour des graphiques lisibles

- Un graphique = un message, écrit dans le titre (« 1 habitant sur 4 a renoncé à un déplacement faute de transport »).
- Barres triées, étiquettes de valeur directement sur les barres, pas de 3D ni d'effets.
- Une couleur principale (celle de la collectivité), une couleur d'accent pour ce qui doit ressortir.
- Toujours indiquer le nombre de répondants (n = ...), la source et la date de l'enquête.
- Mêmes échelles et mêmes couleurs d'un graphique à l'autre pour comparer facilement.

> Ce questionnaire est un simple sondage auprès de la population : il ne s'assimile pas à une enquête mobilité certifiée Cerema (EMC²), qui repose sur un échantillon tiré au sort et un protocole normalisé. Il éclaire les pratiques, les freins et les attentes des habitants, sans produire de chiffres officiels. Guide fourni à titre indicatif par Itinéraire Bis, à adapter au contexte de chaque collectivité. Octobre 2026.