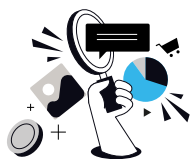


BAROMÈTRE DE SATISFACTION DES PARTENAIRES 2025 : les résultats !

Nous remercions l'ensemble de nos partenaires pour le temps consacré à l'enquête, lancée en septembre dernier. Votre participation nous a apporté de précieuses informations quant à vos attentes et à la façon dont nous pouvons améliorer notre service.

Le profil des répondants



Le BSP a mobilisé **245** de nos partenaires (257 en 2024).



La majorité de ces partenaires sont issus des collectivités territoriales (20%) et des équipements de services aux familles



38 % d'entre-eux interviennent à l'échelle départementale et 69 % à l'échelle de TPM



Les acteurs de la Petite Enfance et de la Parentalité sont les plus représentés

Votre satisfaction globale



Un taux de **satisfaction globale** de 

3,34 sur 4

Une satisfaction globale en nette amélioration depuis 2022



84%

des répondants se déclarent satisfaits de la **qualité de leur partenariat** avec la Caf



+4 points

comparé à 2024



Enfin, vous êtes **85%** à estimer que la **Caf du Var est au rendez-vous de ses engagements** (contre 88% en 2024)



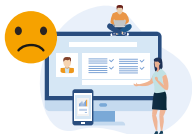
Ce que vous nous avez dit et vos attentes prioritaires

Les modes de contacts et les réponses apportées



82 %

des répondants se disent satisfaits
de **la réponse apportée à leur demande**
(83% en 2024)



Les référentiels de service
à destination des partenaires
d'accès aux droits
restent **peu connus**



65 % des partenaires d'accès aux droits
sont satisfaits (contre 68 % en 2024),
mais **le besoin d'un interlocuteur
clairement identifié reste très fort**



Les retours des partenaires
restent mitigés concernant **la qualité**
et les délais de réponse du 3230,
ainsi que **de la messagerie Mon Compte partenaire**

L'information et la communication de la Caf



89 %

de partenaires
satisfaits

Une communication globalement bien perçue,
mieux alignée avec les attentes des partenaires



+16 points

depuis 2022

La satisfaction des partenaires d'accès
aux droits (81%), bien qu'en progression
(+3 points vs 2024), reste en retrait
et constitue un axe de travail prioritaire



L'information fournie par la Caf
est jugée **claire et de qualité** par

92 % des répondants

La nouvelle question "**qui me concerne**"
atteint **92 %** de satisfaction



**2 supports
phares**

Le Flash Info Partenaires



83 %

de partenaires
satisfaits

Le site Partenaires



82 %

Le nouveau site partenaires
gagne rapidement
en visibilité et en usage

des répondants
le connaissent
et 55 %
s'y connectent
au moins une fois
par mois

L'accompagnement de la Caf du Var



De manière globale, la satisfaction sur **les accompagnements proposés** par la Caf est de :

3,3 sur 4 😊



contre 3,2 en 2024



82 %

des répondants ont déjà assisté à un webinaire

vous êtes

55 %

des répondants ont déjà assisté à une formation



Avec un taux de satisfaction global sur tous les items (accessible et de qualité, claire, proactive et adaptée aux besoins) de : **95 %**



Avec un taux de satisfaction global sur tous les items (accessible et de qualité, claire, proactive et adaptée aux besoins) de : **97 %**



Les partenaires de l'accès aux droits souhaitent **être davantage accompagnés** pour optimiser l'accompagnement des publics

Les aides financières aux partenaires



65 %

des partenaires ont déjà bénéficié d'une subvention ou d'une prestation de service de la Caf du Var



Avec un taux de satisfaction global de : **93 %**



23 %

ont bénéficié d'un rendez-vous des droits. Ce dispositif est largement plébiscité par nos partenaires



100 %

de partenaires satisfaits



92 %

sont satisfaits de la mise en place de **Démarches Simplifiées**



Les partenaires soulignent **deux difficultés principales** :

- ➔ un besoin de simplification des financements, notamment des notifications de paiement jugées peu lisibles
- ➔ une multiplication des plateformes (Élan, Mon Compte, Démarches simplifiées) qui complexifie les démarches

Le partenariat avec la Caf du Var



La majorité de nos partenaires estime bien connaître les missions, les champs d'intervention et l'offre de service de la Caf



L'organisation de la Caf et les offres populationnelles demeurent peu ou non connues par une grande partie des répondants



74 %

déclarent connaître **les orientations stratégiques** (contre 82% en 2024)



75 %

déclarent connaître **la démarche partenariale Caf&co** et 18 % s'y engagent régulièrement



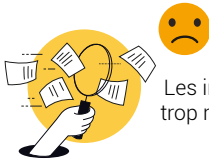
66 %

estiment que la Caf est à l'écoute **sur les enjeux RSO**, 41 % la jugent proactive et force de proposition



92 %

sont convaincus par **l'influence positive des CTG sur les territoires**



Les informations sont encore jugées trop nombreuses et pas assez ciblées



+9 points

depuis 2024

TUPI : niveau de connaissance et usages partenaires



La tribu de tous les parents



67 %

des répondants connaissent **l'application TIPI** et 17% seraient prêts à y contribuer



+15 points

depuis 2024



L'application est surtout utilisée par les partenaires pour **faire connaître leurs actions**



La moitié des répondants concernés par l'application éprouvent des difficultés à y contribuer



Les axes d'amélioration engagés ou poursuivis

- A** Tous les partenaires
B Les partenaires d'accès aux droits
C Les gestionnaires de structures financées par la Caf
D Les partenaires institutionnels



Mettre en place un accompagnement structuré et adapté des partenaires d'accès aux droits (CCAS, UTS, bailleurs), fondé sur une consultation préalable visant à identifier précisément leurs besoins



Renforcer la supervision des réponses CDAP afin d'améliorer la complétude et la conformité des informations



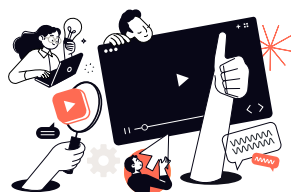
Simplifier l'ergonomie de TIPI pour offrir au partenaire contributeur un parcours facilité et une valorisation renforcée de ses actions et événements



Déployer la nouvelle offre « Caf Académie » visant à former, accompagner et outiller les partenaires, tout en leur offrant un lieu ressource pour coconstruire, innover et mettre en œuvre des actions au service des usagers



Déployer, en début d'année, une communication dédiée aux kits partenaires pour les acteurs de chaque parcours, via des webinaires ou des mailings ciblés



Développer une communication toujours plus ciblée grâce au nouveau site web partenaires



Lancer une évaluation qualitative de la nouvelle campagne de subventions multi-thématiques 2026, reposant sur des focus groups associant les partenaires