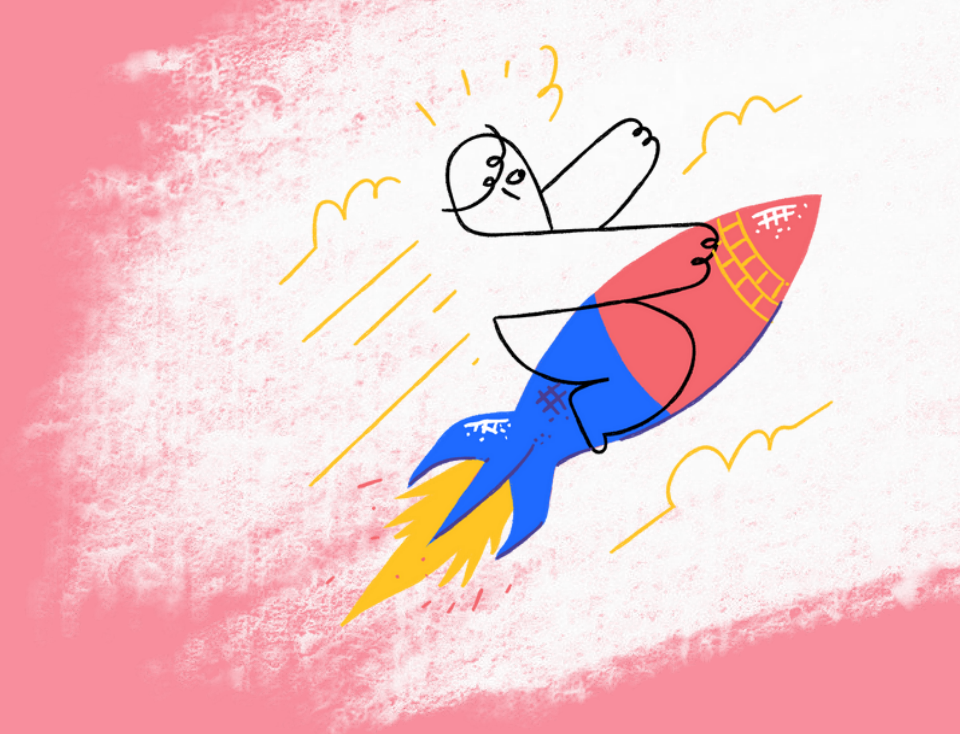


tipi

La tribu de tous les parents

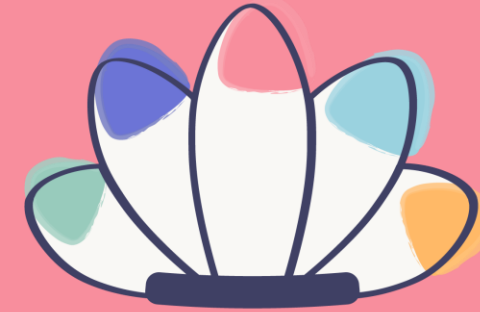
**RÉUNION DE PRÉSENTATION
AUX PARTENAIRES AMBASSADEURS TIPI**

– Jeudi 2 avril 2026 –



ORDRE DU JOUR

- **Présentation de la nouvelle version de Tipi**
- **Démonstration du back office partenaires**
- **Rôle et posture des ambassadeurs**
- **Outillage des ambassadeurs**
- **Relais et contacts CAF**



Ce qu'est tipi

Tipi est « l'application qui facilite vraiment la vie des parents », née d'un double constat :

Les parents sont en quête d'informations

(droits, démarches, structures, pros de la parentalité...) et passent parfois à côté de l'information à cause de messages dispersés.

Les partenaires expriment le besoin d'un outil de communication

pour informer les parents des actions sur le territoire.

Tipi a été conçue « en regroupant dans une seule appli les structures et leur offre locale riche et dynamique » pour « proposer des informations claires et vérifiées », « favoriser l'échange entre les professionnels et les familles » et « fédérer une communauté de parents ».



UNE APPLICATION QUI PROMET DONC BEAUCOUP DE CHOSES

Les parents sont emballés et
Tipi totalise **25k**
téléchargements

Donner accès à une base de connaissance fiable pour les parents d'enfant

- de 0 à 1 ans
- en bas âges
- en maternel
- en primaire
- préadolescent
- adolescent
- porteur d'handicap
- Et pour les futurs parents

Créer une communauté de parents

- grâce à un forum

Rendre l'apprentissage ludique

- grâce à des quizz
- grâce à des activités et des défis



Supporter les parents

- Grâce à un Chat (ou une ligne téléphonique - Caf 83)

Informers les parents

- grâce à des actualités

Proposer un annuaire des partenaires

- grâce à une carte interactive

Accompagner le parcours santé des enfants

- grâce à des rappels santé

Informers sur les événements famille et parentalité autour de chez eux

- grâce à un agenda

POURQUOI L'APPLI N'EST-ELLE PAS AUTANT UTILISÉE PAR LES PARENTS QU'ON LE VOUDRAIT ?

Raisons principales identifiées:

1. Malgré ses promesses, l'appli **n'arrive pas à répondre** assez efficacement **à un besoin des parents**
2. L'appli dans sa forme actuelle, **n'est pas adaptée pour répondre**
de manière simple **à un besoin des parents**

La pêche à l'information

- Les mères vont "à la pêche à l'information" **mobilisant de multiples sources pour trouver des activités**
- **Les acteurs sociaux sont les plus cités** parmi les sources d'information. (via la recommandation ou l'affichage).
- **Les réseaux sociaux et les sites web** arrivent juste derrière à égalité.
 - Il s'agit surtout des pages et **sites de ville et de municipalité**.
- Suivis ensuite **du bouche-à-oreille** : proches et autres parents.

"je me renseigne sur le site de Pau, chez mon assistante maternelle, les réseaux sociaux, le bouche à oreille. je vais à la pêche aux informations à gauche à droite, un peu partout, "

Camille, 42 ans, mère de 2 enfants





Identifier le besoin des parents :

Les parents doivent consulter **des sources variées** pour trouver des événements famille et parentalité.



Les mamans !
qui représentent
99% des utilisateurs

Ceci leur coûte en temps et en énergie.

Or, de façon générale, **les parents manquent précisément de temps et d'énergie.**

Ils sont en quête de simplicité.

D'une solution qui leur ferait gagner du temps et de l'énergie.

Pourquoi l'appli n'est-elle pas autant utilisée par les parents qu'on le voudrait ?

Raison numéro 1 identifiée :

L'appli ne centralise pas suffisamment les événements famille et parentalité

Elle devient donc un canal supplémentaire et contribue à rendre l'information encore plus diffuse.

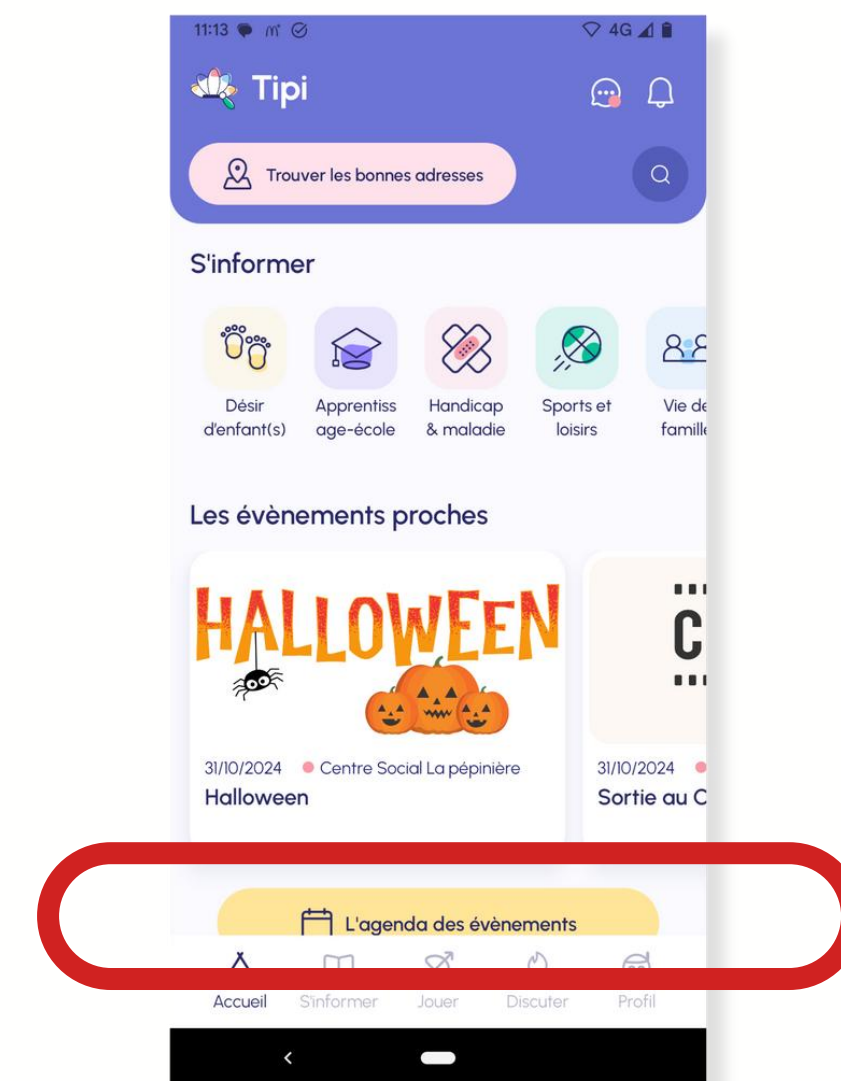
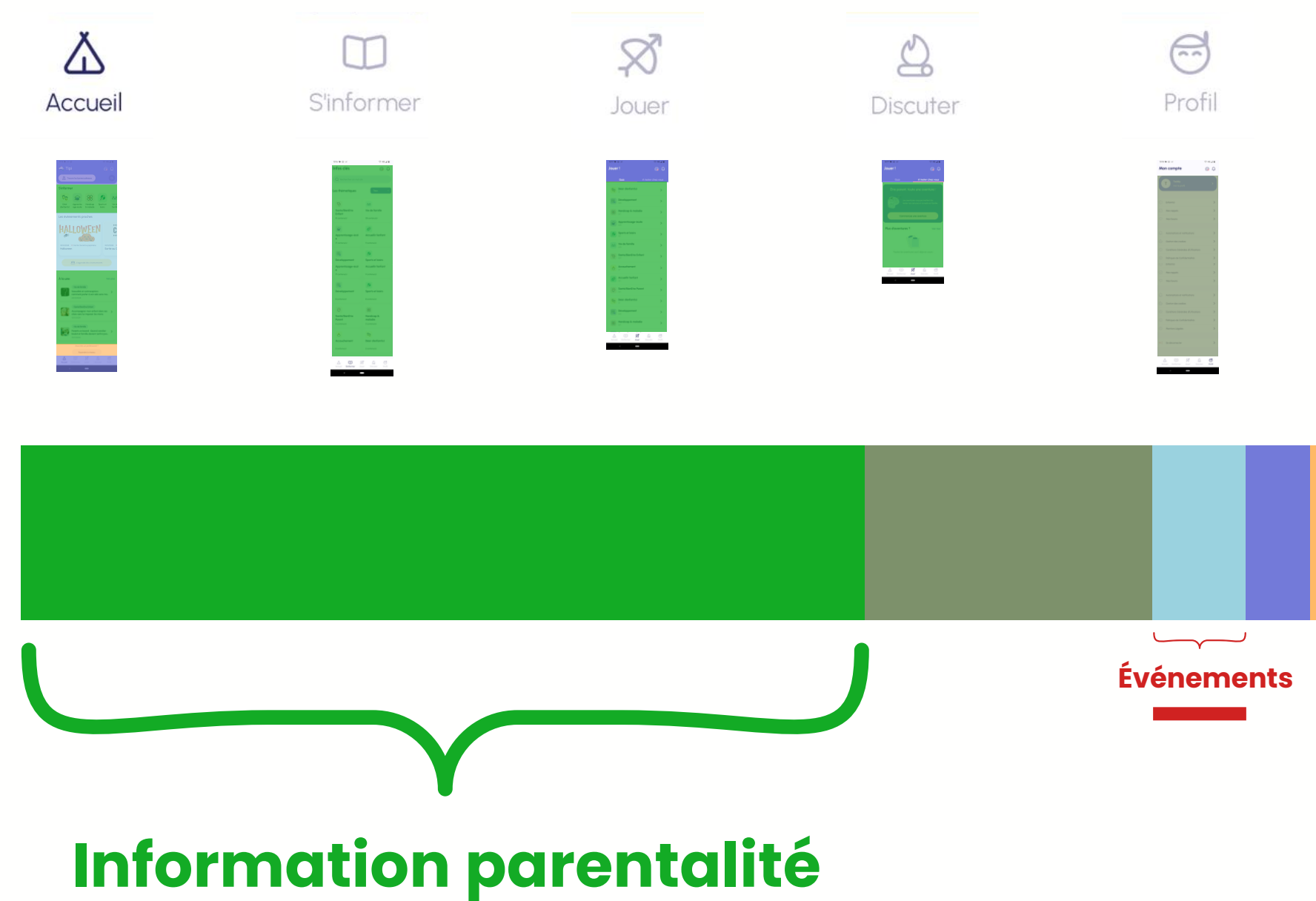
→ L'APPLI DANS SA FORME ACTUELLE, N'EST **PAS ADAPTÉE** POUR RÉPONDRE DE MANIÈRE SIMPLE À UN BESOIN DES PARENTS

POURQUOI L'APPLI N'EST-ELLE PAS ADAPTÉE POUR TROUVER FACILEMENT DES ÉVÉNEMENTS ?

L'information parentalité

Une présence prédominante

Part d'informations et d'événements dans les différents onglets :



Seul le bouton agenda permet d'accéder à un pop-up dédié aux événements.

Pourquoi l'appli n'est-elle pas autant utilisée par les parents qu'on le voudrait ?

Raison numéro 2 identifiée :

L'appli n'est pas suffisamment adaptée à la recherche d'événement.

Les événements y paraissent comme secondaires

Quel besoin Tipi v2 résout pour les familles ?

Finis les heures à fouiller les sites et les réseaux :

**Sur Tipi, retrouvez en un seul endroit
toutes les actions famille et parentalité
proposées autour de chez vous.**

Toutes* les actions famille et parentalité



Sont concernées

Les actions répondant à ces critères :

- adaptées aux familles
- gratuites ou accessibles
- ouvertes au grand public
- œuvrant pour les familles, la parentalité, l'inclusion, l'accès à la culture, la cohésion sociale au sens large ou l'accompagnement des publics.

Ne sont pas concernées :

Les actions répondant à ces critères :

- les actions ne respectant pas la charte et les valeurs de la Caf (laïcité, neutralité, universalité...)
- pratiquant des prix élevés
- relevant du coaching
- les acteurs utilisant des actions grand public comme "produit d'appel"

Travailler la quantité de l'offre

On veut embarquer sur Tipi :

- **Nos partenaires naturels : le réseau parentalité**
 - Structures parentalité, LAEP, centres sociaux, associations spécialisées...
- **Des contributeurs naturels : les acteurs publics**
 - Mairies, services municipaux, bibliothèques, médiathèques, équipements culturels, services de prévention et santé, ...
- **Des contributeurs associatifs en cohérence avec la charte Tipi et les valeurs de la Caf**
 - Associations œuvrant pour les familles, l'inclusion, l'accès à la culture, la cohésion sociale, la santé ou l'accompagnement des publics.

**Objectif
premier
de la nouvelle
version**



**L'adoption
de l'application
par les parents.**



Les Deux chantiers décisifs de l'offre de service

L'exhaustivité de l'offre

Un parent doit avoir une vision sur l'intégralité de l'offre parentalité et famille autour de lui.

La qualité de l'offre

Un parent doit avoir une information claire sur l'offre parentalité et famille autour de lui.



visibilité de l'offre

Toutes les offres famille sont regroupées

1

OFFRE ABONDANTE

"Tous les événements famille, enfin réunis au même endroit."

→ **Utilité perçue immédiate**

2

ATTIRE LES PARENTS

visibilité pour les parents

Les parents voient les offres en un seul endroit
En simplifiant la recherche, Tipi devient l'appli réflexe des parents pour organiser leurs sorties.

3

CRÉE DU TRAFIC

usage régulier de l'app

Les parents reviennent régulièrement consulter l'appli
car l'application centralise la quasi-totalité des événements familiaux.

4

REND VISIBLES LES PARTENAIRES

visibilité pour les partenaires

Le trafic rend visible nos partenaires

C'est le trafic des parents qui crée la visibilité des annonces partenaires : l'appli n'est qu'un support, qui, de façon critique, doit offrir une expérience fluide et agréable. La vraie valeur vient cependant de l'usage.

5

INCITE À POSTER SUR TIPI

visibilité de l'impact

Incite les partenaires à publier davantage

La visibilité des performances des annonces – nombre d'impressions, de clics... – ainsi que la fréquentation globale de l'appli incitent les partenaires à publier systématiquement leurs événements sur Tipi.

Une évolution de notre charte graphique



Les aplats de couleur ont été travaillés avec des textures : des coups de pinceau évoquent l'univers de l'enfance, apportent chaleur et proximité, tout en s'harmonisant avec les teintes pastel du logo.



Le bandeau de la coiffe est incurvé pour plus de douceur

Le bleu a été rendu plus neutre pour ne plus lutter avec les nombreuses couleurs pastels. Il a été réchauffé (ajout de rouge) pour ajouter chaleur et proximité.

Une évolution de notre charte graphique



La police utilisée a suffisamment de caractère pour vivre seule et être identifiable en tant que logo.

tipi

tipi

tipi

tipi

La typographie est ronde, régulière, douce et rassurante, évoquant ce que l'on attend de la sphère familiale. Sa graisse élevée, alliée à un bon contraste forme/contre-forme, assure une excellente lisibilité.

Le logo est composé en bas de casse (minuscules), un choix qui renforce la proximité et l'accessibilité auprès de la cible : l'usage des minuscules confère une tonalité plus officieuse et conviviale, là où les capitales véhiculent une image plus officielle et institutionnelle.



LES AMBASSADEURS : ACTEURS ESSENTIELS DU DEPLOIEMENT DE TIPI V2

Les Ambassadeurs Tipi

Tipi V2 se construit avec les partenaires, **à partir de leurs usages réels.**

En tant qu'ambassadeurs, **vous êtes au cœur de cette dynamique :**
vous facilitez l'appropriation de l'outil, vous faites remonter
les besoins du terrain et vous accompagnez son déploiement
au sein de vos réseaux.

Votre implication permet de créer une véritable dynamique territoriale :

vous devenez des **relais de confiance**, capables de donner envie,
de rassurer et de mettre en avant la valeur ajoutée de Tipi V2
dans l'accompagnement des parents

un outil qui valorise les structures et simplifie la mise en relation avec les familles.

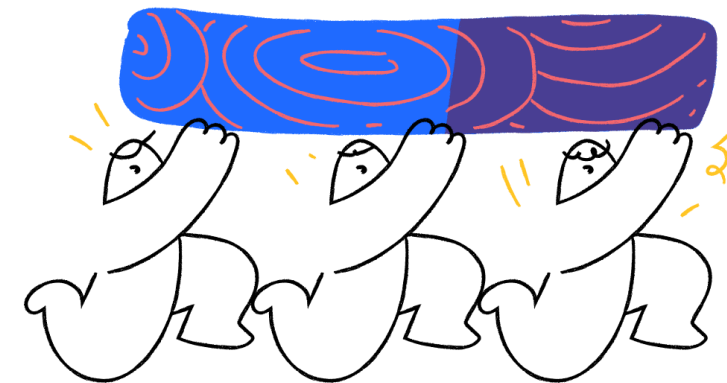
Le rôle des Ambassadeurs Tipi

Mobiliser

Présenter Tipi V2
aux structures locales et aux réseaux.

Expliquer son intérêt :

- 👉 meilleure visibilité des actions,
- 👉 accès facilité pour les parents,
- 👉 cohérence avec les politiques parentalités soutenues par la Caf.



Accompagner

👉 Faciliter les premiers pas :
démonstration de l'outil, prise en
main, compréhension des usages.

👉 Répondre aux premières
interrogations des structures ou
relayer vers l'équipe Caf.

Diffuser

👉 Utiliser les éléments de langage
communs :

« Tipi V2 se construit avec vous. L'outil valorise
vos actions, renforce la coordination et permet
de toucher davantage de parents. »

👉 Garantir une communication
homogène sur vos territoires.



PLANNING

Ambassadeurs Tipi

PÉRIODE / DATE	ACTIONS PRÉVUES
8 avril 2026	<ul style="list-style-type: none">• Sortie de l'application au format MVP (Minimum Viable Product)
30 avril 2026	<ul style="list-style-type: none">• Réunion de présentation de Tipi V2 aux partenaires Parentalité en présentiel (dans les locaux de la Caf du Var)• Co-accompagnement avec une conseillère de territoire en binôme et prise en main des comptes partenaire et de l'application
Fin avril → Mi-septembre	<ul style="list-style-type: none">• Accompagnement et réengagement du réseau sur l'espace Contributeurs (back office)• Appui à la gestion du compte Partenaires• Suivi régulier et résolution des difficultés en lien avec le support technique Caf
Début septembre	<ul style="list-style-type: none">• Sortie de l'application complète
Fin-Septembre / Fin-Octobre	<ul style="list-style-type: none">• Relais de communication pour le Mois des familles (dates exactes en cours de stabilisation)• Vérification des inscriptions des différents événements de son réseau de partenaires• Appui sur les outils mis à disposition par la Caf (kit de communication)
A plus long terme	<ul style="list-style-type: none">• Pérenniser l'accompagnement et l'accompagnement de nouveaux partenaires



OUTILLAGE AMBASSADEURS PARTENAIRES

Partage des éléments de langage

Pour assurer une communication cohérente partout dans le territoire,
les ambassadeurs s'appuient sur des formulations communes :

« Tipi V2 est un outil construit avec les partenaires, à partir des usages du terrain. »

« L'objectif est de valoriser vos actions et de renforcer le lien avec les parents. »

« Tipi facilite l'accès à l'information et rend visibles les ressources de votre territoire. »

« Vos retours sont essentiels : ils permettent d'adapter l'outil à vos pratiques réelles. »

Ces éléments de langage peuvent être utilisées lors de réunions, d'échanges informels, dans des mails ou pour introduire l'outil auprès de nouvelles structures.

Proposition de mail type

Bonjour,

Nous souhaitons vous informer du **déploiement de Tipi V2, la nouvelle version de l'outil qui recense et valorise les actions parentalité sur notre territoire.**

Cette application, soutenue par la Caf du Var, a été conçue à partir des retours des partenaires et des usages réels des familles. Son objectif est simple : **rendre vos actions plus visibles et faciliter la mise en relation avec les parents.**

Tipi V2 valorise les ressources locales, améliore le repérage des initiatives et propose une interface plus intuitive.

Pourquoi vous êtes concernés ?

En tant qu'acteur local de la parentalité, vos actions sont essentielles pour les familles. Tipi V2 vous permettra de :

- renforcer votre visibilité,
- faciliter l'orientation des parents,
- contribuer à une information claire et partagée sur l'ensemble du territoire.

Une démarche collaborative

Tipi V2 évolue grâce à vos retours. Nous vous invitons à rejoindre la démarche pour :

- découvrir les nouveautés,
- bénéficier d'un accompagnement à la prise en main,
- partager vos besoins et observations.

Prochaines étapes

Vous recevrez prochainement :

- le kit de communication pour relayer Tipi,
- des tutoriels et fiches pratiques pour vous aider à vous approprier l'outil.

Nous vous tiendrons informés des dates et modalités de participation.

Merci pour votre engagement au service des familles — et sachez que la Caf du Var reste pleinement mobilisée à vos côtés pour faciliter votre utilisation de Tipi V2.

Vos interlocuteurs privilégiés



Vos interlocuteurs à la Caf du Var

Vos conseillères territoriales

Accompagner les projets territoriaux de services aux familles en lien avec les thématiques d'intervention de la Caf
Animer la dynamique territoriale avec les acteurs du territoire en lien avec le déploiement des Conventions Territoriales Globales (CTG)



Céline Rasamison
06 14 11 22 05
LACS ET GORGES DU VERDON
PROVENCE VERDON
VINON SUR VERDON
celine.rasamison@caf83.caf.fr



Ines Capellari
06 19 04 92 12
PROVENCE VERTE
SAINTE ZACHARIE
ines.capellari@caf83.caf.fr



Laure Merlengi
06 09 41 90 57
SUD SAINTE BAUME
TPM OUEST
laure.merlengi@caf83.caf.fr



Valérie Thollon
06 14 81 55 92
TOULON
valerie.thollon@caf83.caf.f



Zoé Flohic
06 60 53 77 41
TPM EST
VALLÉE DU GAPEAU
zoe.flohic@caf83.caf.fr



Gaëlle Myslicki
06 22 79 32 98
DRACÉNIÉ PROVENCE VERDON
AGGLOMÉRATION
gaelle.myslicki@caf83.caf.fr



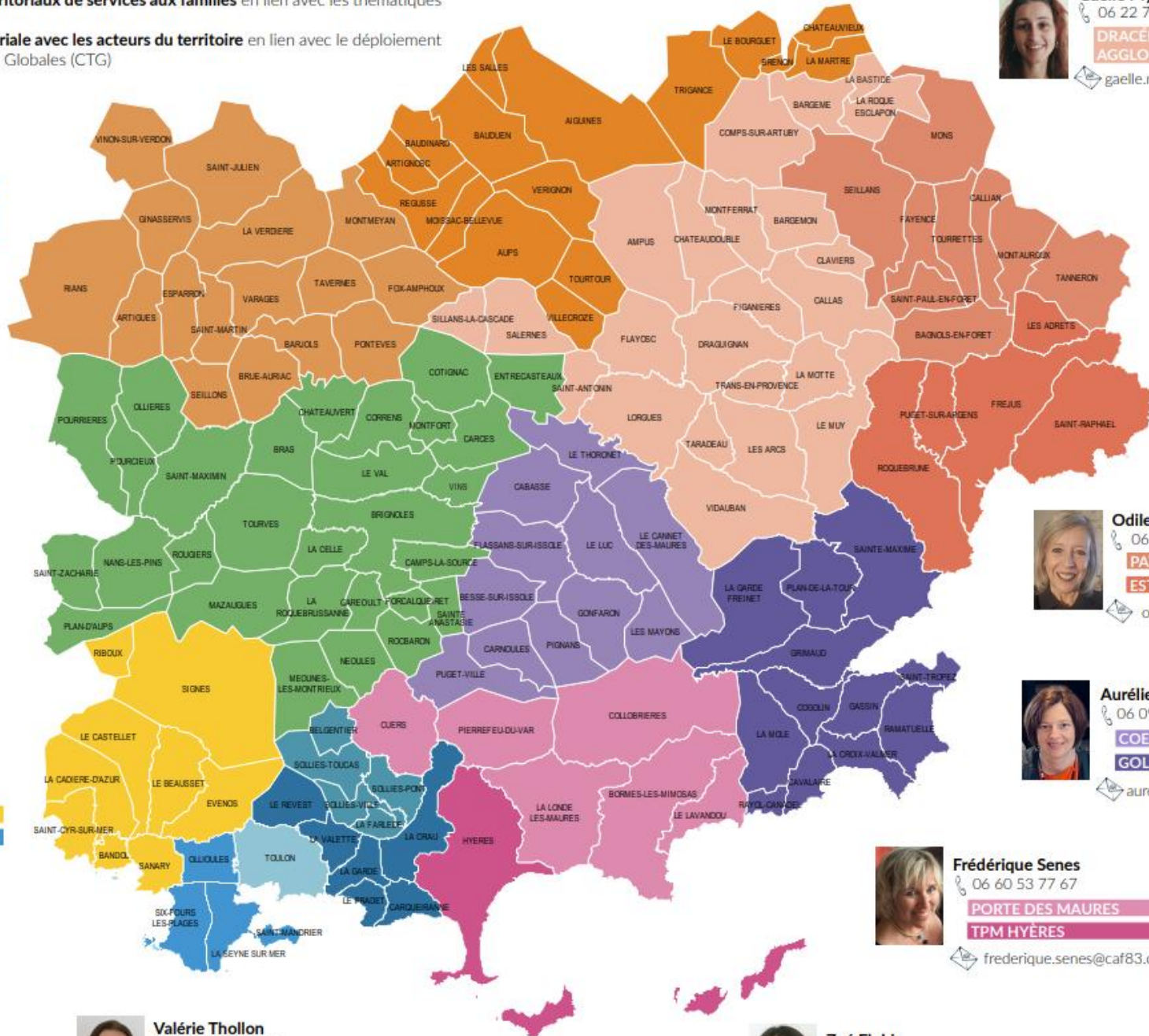
Odile Mauguier
06 18 88 77 71
PAYS DE FAYENCE
ESTEREL CÔTE D'AZUR AGGLOMÉRATION
odile.mauguier@caf83.caf.fr



Aurélie Allais
06 09 41 11 49
COEUR DU VAR
GOLFE DE SAINT TROPEZ
aurelie.allais@caf83.caf.fr



Frédérique Senes
06 60 53 77 67
PORTE DES MAURES
TPM HYÈRES
frederique.senes@caf83.caf.fr



Créateur de contenu
et aide technique Partenaires Tipi
Christophe BEAUFORT
christophe.beaufort@caf83.caf.fr
04 94 36 35 19

Conseillère thématique Parentalité
Camille LAOUT
camille.laout@caf83.caf.fr
04 94 09 74 21 – 06 18 37 00 33

**Et vos conseillères
de territoires**





tipi

Tipi devient **une plateforme** où toutes l'offre famille et parentalité correspondant aux valeurs de la Caf se retrouvent.

**L'application est donc un projet collectif
dont le succès repose sur la participation de chacun.**



Merci
de faire partie de l'aventure !