

ENQUÊTE DE SATISFACTION 2024

Avril 2025

SOMMAIRE

Introduction.....Page 4

Ce qu'il faut retenir.....Page 5

Une participation en hausse.....
Un niveau de satisfaction très élevé.....
Les suites à donner pour tenir compte des messages passés par les
adhérents.....

L'UTPF vue par ses adhérents.....Page 10

La connaissance de l'UTPF.....
Les activités jugées prioritaires pour les adhérents.....
L'appréciation de l'efficacité et du dynamisme de l'UTPF.....
Les points forts et les axes d'amélioration de l'UTPF.....

Evaluation des actions de l'UTPF.....Page 16

Les actions d'influence.....
Les actions dans le champ du dialogue social et de la formation.....

Evaluation des services aux adhérents.....Page 22

L'accueil.....
L'organisation des réunions.....
L'information des adhérents.....
Les publications.....
La communication et l'évènementiel.....
Le site internet et l'espace adhérent.....

INTRODUCTION

La présente enquête de satisfaction est réalisée chaque année dans le cadre de la procédure de certification de l'UTPF.

Il s'agit de la dix-septième édition de cette enquête.

Elle permet à l'UTPF d'obtenir un retour qualitatif sur le travail accompli et d'affiner les objectifs qu'elle se fixe afin de répondre au mieux aux attentes de ses adhérents.

Pour cette nouvelle édition, et dans la continuité des travaux de simplification déjà engagés lors de l'édition précédente, l'UTPF a repris la même structure que celle de l'an dernier, rendant ainsi l'enquête plus accessible et les comparaisons plus aisées.

Le questionnaire se divise en trois parties :

1. La première vise à recueillir la perception des adhérents sur leur organisation professionnelle. Ces questions portent sur :
 - Leur connaissance de l'UTPF.
 - Les activités jugées prioritaires.
 - Leur perception générale du dynamisme et de l'efficacité de l'UTPF.
 - Les points forts et les points d'amélioration dans l'action de l'UTPF.
2. La deuxième partie concerne l'évaluation des actions de l'UTPF en matière d'influence, ainsi que dans le champ du dialogue social et de la formation.
3. Enfin, la dernière partie vise à évaluer la satisfaction des adhérents concernant les services suivants :
 - L'accueil.
 - L'organisation de réunions.
 - L'information des adhérents.
 - Les publications.
 - La communication et l'événementiel.
 - Le site internet et l'espace adhérent.

L'enquête de satisfaction, réalisée au moyen d'un questionnaire, a été envoyée en janvier 2025 aux membres adhérents, qu'ils soient membres ou non du Conseil d'administration, d'une commission ou d'un groupe de travail de l'UTPF.

Ce projet de rapport a été transmis pour commentaires aux Directeurs et Directeurs adjoints (membres du CODIR) le 14 mars. Il a été présenté à la Déléguée générale lors d'une réunion dédiée le 3 avril avant d'être dévoilé au Conseil d'administration de l'UTPF lors de sa réunion du 10 avril 2025. Une présentation sera également faite à l'ensemble des salariés de l'UTPF avant une transmission plus large aux adhérents.

CE QU'IL FAUT RETENIR

UNE PROGRESSION DE LA PARTICIPATION

Sur les 615 personnes sollicitées, 161 ont répondu, soit un taux de retour de 26,2 %, en hausse de 0,8 point par rapport à l'année 2023 (152 répondants sur 599 sollicités, soit un taux de participation de 25,4 %).

Bien que le niveau de participation soit équivalent à celui de 2021, le nombre de répondants a augmenté cette année, en partie grâce à une sollicitation plus large (615 contre 599).

Cette progression, une nouvelle fois confirmée, est essentielle pour assurer une meilleure représentativité des résultats de satisfaction des adhérents.

A noter que la progression de la participation n'est pas que quantitative. Elle s'observe également dans la progression cette année encore du nombre d'expressions libres reçues. En effet, l'enquête donne à plusieurs reprises la possibilité aux adhérents de s'exprimer librement, permettant ainsi de recueillir leurs opinions, suggestions et commentaires de manière ouverte et non structurée. La tendance de l'année dernière se confirme donc avec des expressions libres encore plus nombreuses, preuve d'un engagement et d'un souhait accru de nos adhérents de partager leurs attentes et besoins. Cette augmentation des retours libres est en tous cas un indicateur positif de l'implication des adhérents dans l'amélioration continue de nos services et de l'UTPF de manière générale.

Éléments d'analyse :

- Branche d'appartenance

Parmi ces 161 répondants :

- 66 % sont issus d'une entreprise de transport urbain.
- 46 % sont issus d'une entreprise de transport ferroviaire.

Il convient de noter que les répondants avaient la possibilité de s'enregistrer en tant qu'entreprise de transport urbain et ferroviaire. En effet, un certain nombre d'entreprises adhérentes opèrent maintenant dans ces deux activités, ce qui explique un total supérieur à 100 %.

- Appartenance à une commission, un groupe de travail et/ou au Conseil d'administration

Au total 71 % des répondants disent posséder au moins un mandat¹ au sein de l'UTPF, ce qui signifie qu'ils font partie d'une des 8 commissions permanentes et/ou d'un groupe de travail (GT) et/ou du Conseil d'administration.

Parmi eux :

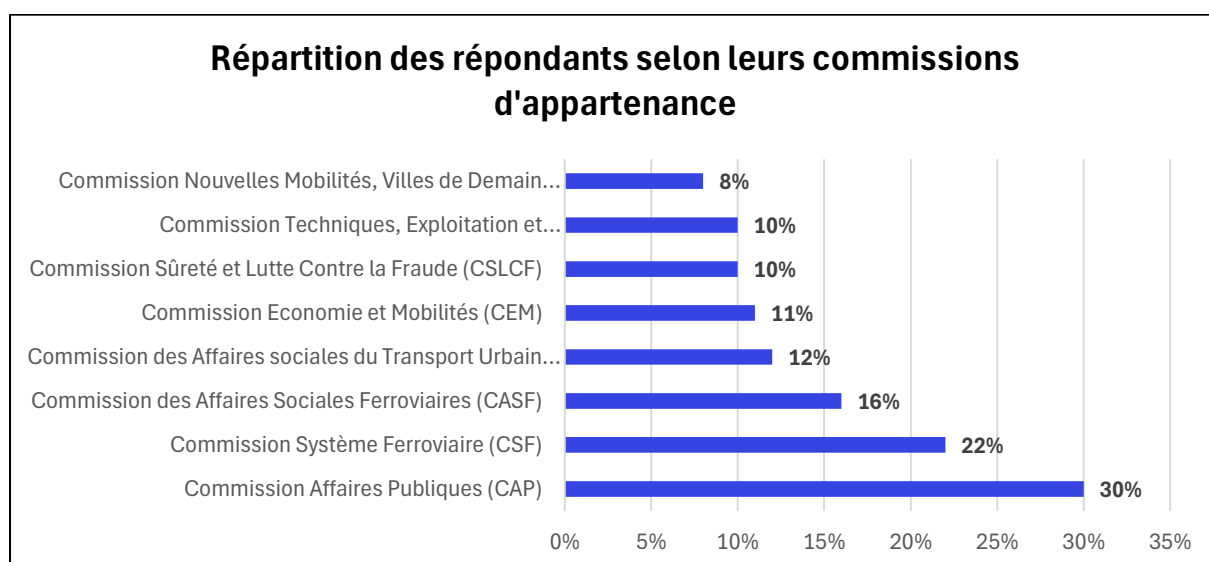
- 56 % sont membres d'une commission.
- 28 % sont membres d'un groupe de travail (GT).
- 6 % sont membres du Conseil d'Administration (CA).

¹ Dans un objectif de clarification, nous nous interrogeons sur le fait de faire évoluer le terme de « mandat », afin d'éviter la confusion liée à ce que pourrait représenter cette terminologie.

Cette participation très majoritaire de personnes ayant une implication dans les activités de l'UTPF est somme toute logique et elle se retrouve au fil des enquêtes. L'année dernière, 68% des répondants étaient également membres d'une commission, d'un groupe de travail et/ou du Conseil d'administration.

Pour l'UTPF, ce distinguo (entre répondants ayant un mandat – donc une implication – et ceux n'en ayant pas) permet d'offrir une grille de compréhension pour l'analyse de certains résultats de l'enquête, la perception de nos actions s'avérant souvent différente entre ces deux types d'acteurs.

Nous nous sommes enfin interrogés sur les commissions d'appartenance des répondants ayant indiqué appartenir à l'une des 8 commissions permanentes. Le tableau ci-dessous montre que 30 % de ces répondants font partie de la Commission des Affaires Publiques (CAP). L'année dernière déjà (avec 27 %), la CAP avait fourni un contingent important de répondants. Cela s'explique par des relances bilatérales personnalisées mais aussi par le fait que la CAP est l'une des commissions les plus importantes en termes de taille (avec 50 membres dont 27 ont répondu à l'enquête).



UN NIVEAU DE SATISFACTION QUI DEMEURE TRES ELEVE

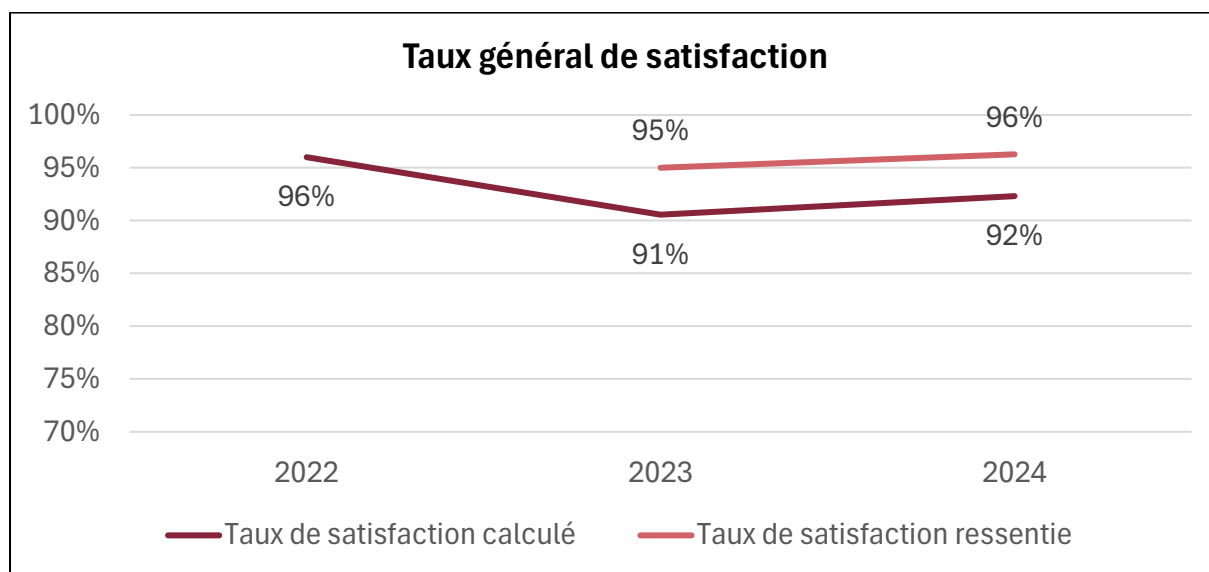
Le taux global de satisfaction pour l'année 2024 demeure élevé, atteignant **92 %**, soit une hausse d'un point par rapport à l'année précédente (91 %).

Bien que ce chiffre reste inférieur à celui de 2022 (96 %), il est important de noter que la dynamique du taux de satisfaction repart à la hausse, fruit du travail mené par l'UTPF pour toujours mieux répondre aux attentes de ses adhérents.

Rappel méthodologique :

Le taux global de satisfaction est calculé selon la méthodologie appliquée lors des enquêtes précédentes, à savoir la moyenne des évaluations des trois aspects du questionnaire : la perception de l'UTPF, l'évaluation des actions et l'appréciation des services proposés.

Comme l'an dernier, nous avons directement interrogé les adhérents en leur proposant d'évaluer globalement leur satisfaction vis-à-vis de l'UTPF en attribuant une note sous forme d'étoiles. Il est intéressant de noter que le degré de satisfaction varie en fonction de l'approche utilisée pour interroger les adhérents. Lorsque la question de la satisfaction globale de l'UTPF est posée directement, le taux de satisfaction atteint 96 %. Toutefois, cette mesure reflète davantage un ressenti. C'est pourquoi la méthodologie retenue pour évaluer la satisfaction globale demeure inchangée par rapport aux éditions précédentes, reposant sur la moyenne des évaluations des trois parties du questionnaire.



LES SUITES A DONNER POUR TENIR COMPTE DES MESSAGES PASSES PAR LES ADHERENTS

Comme chaque année, les résultats de l'enquête constituent une source d'information précieuse pour les équipes de l'UTPF afin d'améliorer en permanence les services proposés et les actions à mettre en œuvre.

Dans cette optique, bien que des premières réunions d'analyse des résultats aient déjà eu lieu avec les départements de l'UTPF, un processus sera mis en place pour assurer un suivi des actions engagées, en particulier dans les thématiques :

- Affichant un taux de satisfaction en baisse par rapport à l'année dernière ;
- Affichant un taux de satisfaction certes en hausse mais encore en-deçà des 80 %.

Cette démarche s'inscrit dans une logique d'exigence et d'amélioration continue.

D'ores et déjà, l'UTPF prévoit la mise en œuvre de plusieurs actions :

- **Intensifier la démarche de mieux « faire savoir »** pour renforcer la visibilité des services, publications et actions auprès des adhérents (avec une attention particulière aux réseaux locaux de transport urbain) mais aussi auprès du public extérieur (via notamment la presse nationale et régionale).
- **Organiser davantage de rendez-vous d'information**, ouverts à tous les adhérents, à travers les *Décryptages de l'UTPF*.
- Poursuivre la réflexion sur la **restructuration des salons annuels (co)organisés par l'UTPF** (y compris les conférences GART-UTPF sur site).

Un bilan et une analyse des actions mises en œuvre seront réalisés l'année prochaine à l'occasion de la prochaine édition de l'enquête de satisfaction.

TABLEAU DE SYNTHÈSE

	2023	2024
TAUX DE SATISFACTION GLOBALE	91 %	92 %
	152 répondants	161 répondants
L'UTPF vue par ses adhérents		
Connaissance de l'UTPF	91 %	87 %
<i>Connaissance des missions de l'UTPF</i>	90 %	92 %
<i>Connaissance de nos services et publications</i>	90 %	86 %
<i>Connaissance de nos actions</i>	93 %	82 %
Efficacité et dynamisme de l'UTPF	91 %	94 %
<i>Efficacité</i>	88 %	93 %
<i>Dynamisme</i>	93 %	95 %
Evaluations des actions de l'UTPF		
Actions d'influence	88 %	91 %
<i>Notoriété de l'UTPF dans le milieu institutionnel</i>	88 %	92 %
<i>Evaluation des actions d'influences aux niveaux national et européen</i>	88 %	90 %
Actions dans le champ du dialogue social et de la formation	89 %	91 %
<i>Dialogue social</i>	92 %	92 %
<i>Attractivité et Formation</i>	86 %	90 %
Evaluation des services aux adhérents		
Accueil	99 %	99,5 %
<i>Au téléphone</i>	99 %	99 %
<i>Dans nos locaux</i>	99 %	100 %
Organisation de réunions	94 %	97 %
<i>Qualité des dossiers préparatoires</i>	94 %	97 %
<i>Qualité des réunions</i>	96 %	97 %
<i>Suites opérationnelles</i>	92 %	98 %
Information des adhérents	93 %	95 %
<i>Veille informative</i>	98 %	98 %
<i>Lettre aux adhérents</i>	91 %	99 %
<i>Brief presse</i>	90 %	90 %
<i>Réponses aux questions</i>	92 %	94 %
Les publications	97 %	99,6 %
Communication et événementiel	80 %	78 %
<i>Presse et médias</i>	66 %	70 %
<i>Réseaux sociaux</i>	77 %	78 %
<i>Conférences organisées par l'UTPF dans le cadre de l'EUMO 2024</i>	97 %	86 %
Espace adhérent sur le site UTPF	87 %	91 %
<i>Site internet UTPF.fr</i>	82 %	92 %
<i>Espace adhérent sur le site UTPF</i>	87 %	90 %

Partie I : L'UTPF vue par ses adhérents

A. La connaissance de l'UTPF

- **Présentation des résultats**

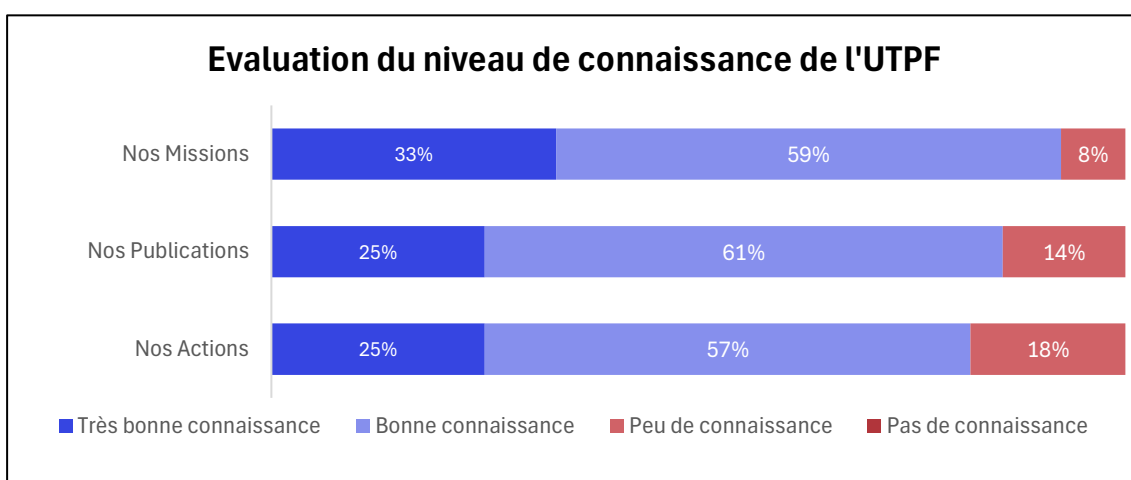
Dans cette nouvelle édition, nous avons interrogé les adhérents sur leur niveau de connaissance des missions, des services et publications, ainsi que des actions de l'UTPF.

Le taux global de connaissance, qui correspond au pourcentage de répondants déclarant avoir une très bonne ou une bonne connaissance des différents éléments évalués (missions, services et publications, actions) au sein de l'UTPF, atteint cette année 87 %.

87%
de connaissance
globale

Bien que ce taux demeure élevé, il enregistre une baisse de quatre points par rapport à l'édition précédente.

Dans le détail, la connaissance des missions progresse de deux points, atteignant 92 %. En revanche, la connaissance des services et publications, ainsi que celle des actions, reculent respectivement de quatre points (86 %) et de onze points (82 %) par rapport à l'édition précédente.



- **Analyse des résultats**

L'analyse des résultats souligne que les répondants ayant une connaissance limitée des services, publications et actions de l'UTPF sont, pour deux tiers, ceux qui ne détiennent pas de mandat (dans le sens où ils ne sont impliqués ni au Conseil d'administration, ni dans des commissions ou groupes de travail). Ce résultat est somme toute prévisible dans la mesure où ceux qui ne participent pas directement aux travaux sont aussi ceux qui ont moins de chance de connaître directement nos activités.

A l'inverse, et sans que nous ayons forcément une explication à ce stade, nous nous interrogeons sur le dernier tiers des répondants, qui détiennent un mandat mais déclarent pourtant avoir une faible connaissance de nos missions et publications.

Par ailleurs, 65 % des personnes déclarant avoir une faible connaissance des actions mises en œuvre par l'UTPF appartiennent à la branche des entreprises de transport urbain, dont près de 70 % sont issus d'un réseau local de transport. Ce résultat met en évidence que le tissu local, essentiellement constitué de représentants des entreprises de transport urbain, affiche une connaissance plus limitée de nos actions. Sans surprise, ces représentants locaux sont souvent ceux qui ne détiennent par ailleurs aucun mandat au sein de l'UTPF, par opposition aux répondants du transport urbain qui exercent leur activité dans les sièges sociaux des groupes, souvent situés en région parisienne, et qui sont eux davantage impliqués dans les activités de la fédération.

Dans la continuité de la précédente enquête, il apparaît essentiel que l'UTPF poursuive ses efforts pour renforcer ses liens avec l'ensemble des adhérents, en particulier ceux ne détenant pas de mandat en son sein, afin de mieux promouvoir ses services, publications et actions tout au long de l'année. Ces résultats font écho aux points d'amélioration soulevés par les répondants, qui mettent notamment en avant le nécessité de renforcer la communication auprès des adhérents et d'améliorer la diffusion des notes et contenus internes.

Dans cette optique, l'UTPF travaille sur plusieurs aspects pour renforcer encore les liens avec l'ensemble des adhérents. D'une part, un travail est mené afin de pouvoir intégrer davantage de réseaux locaux de transport dans les commissions et groupes de travail. A titre d'exemple, l'UTPF a pris l'attache de plusieurs réseaux locaux de transport urbain pour leur proposer d'envoyer des représentants au sein des groupes de travail Affaires juridiques et Assurances.

D'autre part, une réflexion interne a débuté afin d'élargir la communication de l'UTPF à un plus grand nombre de représentants des entreprises adhérentes. A cette fin, il est par exemple envisagé de proposer systématiquement à tous les Directeurs des réseaux locaux de transport urbain que les membres de leurs comités de direction (Codir) puissent recevoir directement les communications de la fédération.

Enfin, l'UTPF a également engagé une refonte du guide des services aux adhérents. Cette démarche vise à mieux mettre en valeur les avantages de l'adhésion à la fédération et à clarifier les possibilités d'implication dans les travaux collectifs.

B. Les activités prioritaires pour les adhérents

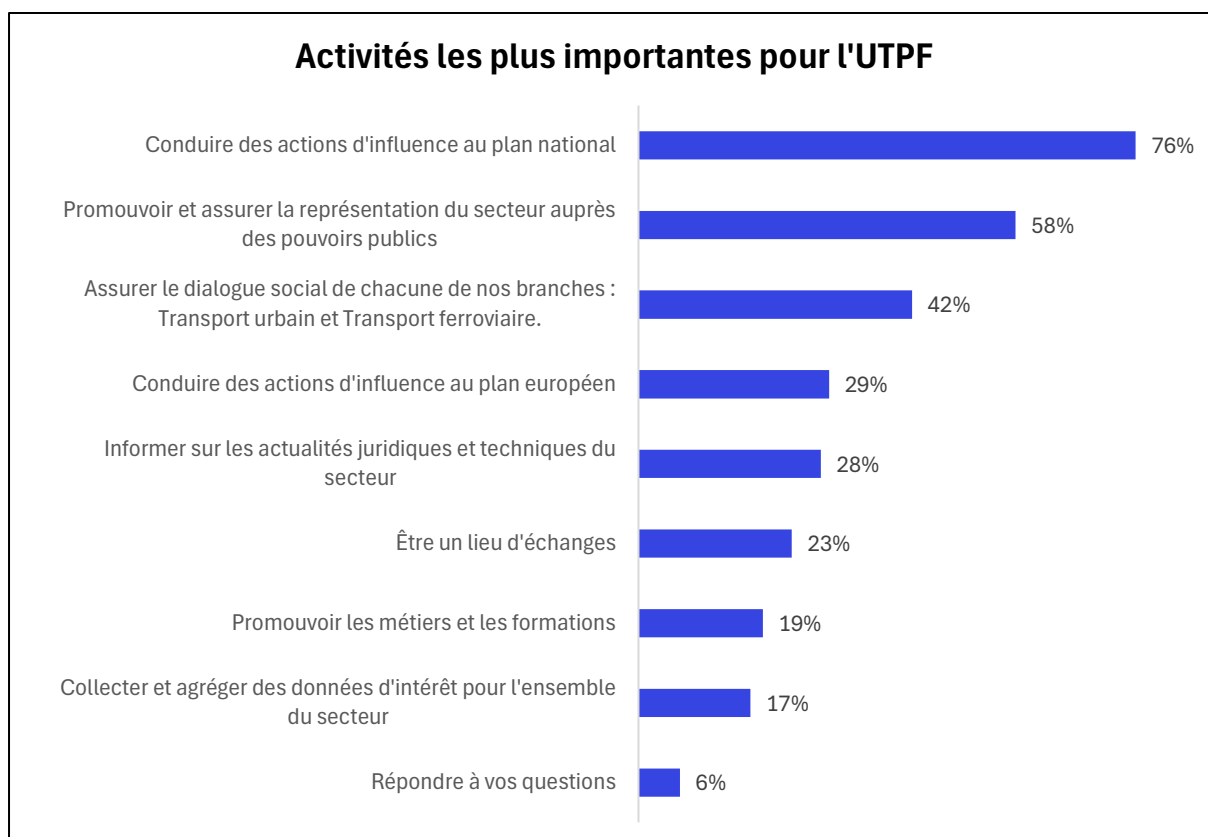
- **Présentation des résultats**

Dans le cadre de l'enquête, les répondants ont eu l'opportunité de sélectionner jusqu'à trois activités qu'ils considèrent comme les plus prioritaires parmi neuf options proposées. L'édition 2024 a fait apparaître une nouvelle priorité intégrée dans le questionnaire par l'UTPF : la collecte et l'agrégation des données d'intérêts pour l'ensemble du secteur.

Il est à noter que trois activités se démarquent, chacune ayant recueilli plus de 40 % des votes.

Comme l'année dernière, il s'agit à nouveau de :

- a. Conduire des actions d'influence au niveau national (76 %).
- b. Promouvoir et assurer la représentation du secteur auprès des pouvoirs publics (58 %).
- c. Assurer le dialogue social de chaque branche : transport urbain et transport ferroviaire (42 %).



- **Analyse des résultats**

Les priorités des adhérents restent inchangées par rapport à la précédente édition. Comme nous l'avons déjà analysé l'année dernière, ces résultats demeurent subjectifs, et la forte adhésion aux deux premières activités peut en partie s'expliquer par la participation importante à l'enquête des membres de la Commission des Affaires publiques (qui représentent 16 % des répondants au total).

A ce stade, le lancement du grand programme de formation « Transformeurs », dont l'UTPF assure le pilotage, n'a pas modifié les priorités des répondants. Toutefois, ce dispositif, officiellement lancé au cours du second semestre 2024, poursuit progressivement sa montée en puissance. Il est donc prématuré d'en tirer des conclusions à ce stade.

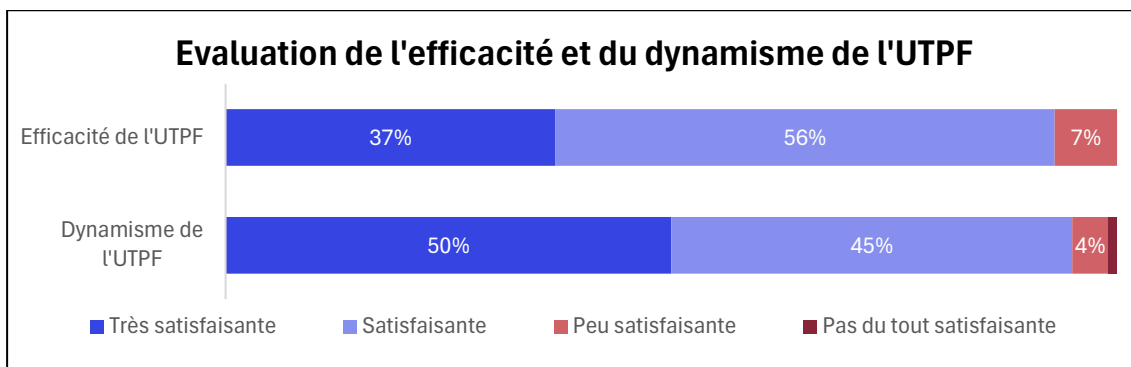
Enfin, le degré de priorisation de la mission de réponse aux questions des adhérents enregistre une baisse de huit points par rapport à l'édition précédente. Bien que les répondants saluent la qualité du travail des collaborateurs de l'UTPF, nous constatons cette diminution sans pouvoir l'expliquer de manière rationnelle à ce stade.

C. L'appréciation de l'efficacité et du dynamisme de l'UTPF

- **Présentation des résultats**

Nous avons sollicité les adhérents afin de recueillir leur perception de l'efficacité et du dynamisme de l'UTPF. Les résultats révèlent une progression de trois points du taux d'appréciation global par rapport à l'année précédente, atteignant 94 %.

Plus précisément, l'appréciation de l'efficacité enregistre une forte progression de cinq points, passant de 88 % à 93 % par rapport à l'année dernière. Quant à la satisfaction liée au dynamisme de l'UTPF, elle progresse de deux points, passant de 93 % à 95 %.



• Analyse des résultats

Ces deux dynamiques positives démontrent que le travail fourni par l'UTPF au cours de l'année 2024 s'est traduit par des résultats concrets attestant de son efficacité :

- lauréat du programme « France 2030 » avec le grand projet de formation *Transformeurs* ;
- montage du dispositif « Stop fraude » ;
- nombreuses actions d'influence dans le cadre du projet de loi de finances et de la proposition de loi sur le renforcement de la sécurité dans les transports.
- négociations annuelles avec les partenaires sociaux.

D. Les points forts et les points d'amélioration de l'UTPF

Afin de mieux cerner les attentes de nos adhérents, nous les avons interrogés sur les points forts de l'UTPF ainsi que sur les axes d'améliorations possibles.

Cette année, l'enquête 2024 a recensé **101 citations spontanées** (soit cinq de plus par rapport à 2023) qui mettent en avant les points forts de l'UTPF aux yeux de ses adhérents.

Les principaux points forts soulignés sont :

- La représentativité et l'influence.
- Les compétences et l'expertise.
- L'organisation et la structure.
- La réactivité et l'agilité.
- La qualité des échanges et la concertation.

Le nuage de mots suivant reprend les citations spontanées exprimant les points forts de la fédération.

LES POINTS FORTS DE L'UTPF

Instance structurée et bien organisée

Lobbying et représentation du secteur

Qualité des collaborateurs et de leur travail

Animation des échanges et écoute des adhérents

Capacité à fédérer les acteurs

Rôle de concertation entre les acteurs

Forte présence auprès des pouvoirs publics

Dynamisme et agilité des équipes

Expertise juridique, technique et réglementaire

Capacité de réponse rapide aux évolutions du secteur

Travail collectif efficace

Connaissance approfondie du secteur et des sujets

Présence de commissions et groupes de travail

Influence dans les décisions

(Plus la police est grande, plus la citation a été mentionnée par les répondants.)

Parallèlement, **67 commentaires** concernant les axes d'amélioration ont été identifiés, soit une nette diminution par rapport à l'édition précédente (avec 15 commentaires de moins).

Les principaux points d'amélioration concernent :

- La visibilité et l'influence.
- La structuration et organisation.
- L'expertise et contenus.
- La communication et vulgarisation.

Comme l'année dernière, plusieurs commentaires ont été mentionnés à plusieurs reprises, et certains points forts se révèlent, pour certains, être aussi des points d'amélioration pour d'autres.

La nette diminution des commentaires liés aux points d'amélioration constitue néanmoins un motif de satisfaction et souligne le travail mené par l'UTPF pour répondre aux attentes de ses adhérents.

Le nuage de mots suivant reprend les citations spontanées exprimant les points d'amélioration pour la fédération.

LES POINTS D'AMÉLIORATION DE L'UTPF

Organiser des échanges réguliers

Mieux communiquer auprès des adhérents

Éviter le consensus bloquant

Améliorer les relations avec d'autres fédérations

Plus de juristes spécialisés en réglementation

Rôle de concertation entre les acteurs

Améliorer la représentativité et la reconnaissance

Reprendre les notes juridiques

Mieux organiser les réunions

Valoriser les productions

Mieux structurer la transmission des notes et contenus internes

Développer l'expertise métier et juridique

Développer l'influence européenne

Anticiper les actions

(Plus la police est grande, plus la citation a été mentionnée par les répondants.)

Partie II : Evaluation des actions de l'UTPF

A. Les actions d'influence

Le taux général de satisfaction concernant les actions d'influence de l'UTPF résulte de la moyenne de la satisfaction des actions menées en 2024 et de l'appréciation que les adhérents ont de la notoriété de l'UTPF dans les milieux institutionnels.

Le taux de satisfaction à l'égard des actions d'influence est chaque année, depuis 2018, très élevé.

Pour l'année 2024, le taux de satisfaction est en hausse par rapport à l'année 2023 et atteint 91 % (contre 88 % en 2023, soit une hausse de trois points).

Cette progression de la satisfaction s'explique notamment par une **hausse significative de quatre points** de la satisfaction des adhérents concernant la notoriété de l'UTPF dans les milieux institutionnels.

91%
de satisfaction
globale

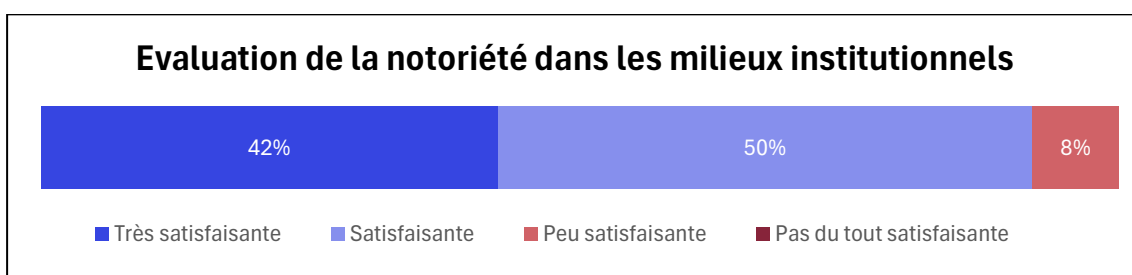
L'évaluation des actions menées en 2024 est également en hausse par rapport à l'année précédente, atteignant 90 % contre 88 % en 2023.

Les nombreuses actions d'influence et leur efficacité, déjà évoquées plus haut, peuvent expliquer cette dynamique positive de la satisfaction à l'égard des actions d'influence de l'UTPF.

a. La notoriété de l'UTPF dans les milieux institutionnels en 2024

Les répondants ont été sollicités pour exprimer leur perception de la notoriété de l'UTPF dans les milieux institutionnels.

En 2024, 92 % des répondants considèrent que la notoriété de l'UTPF au sein des milieux institutionnels est satisfaisante, marquant une progression de quatre points par rapport à l'année précédente (88 %).



b. Evaluation des actions d'influences menées aux niveaux national et européen

Tout au long de l'année 2024, l'UTPF a mené des actions de défense des intérêts de ses adhérents aux niveaux local, national et européen.

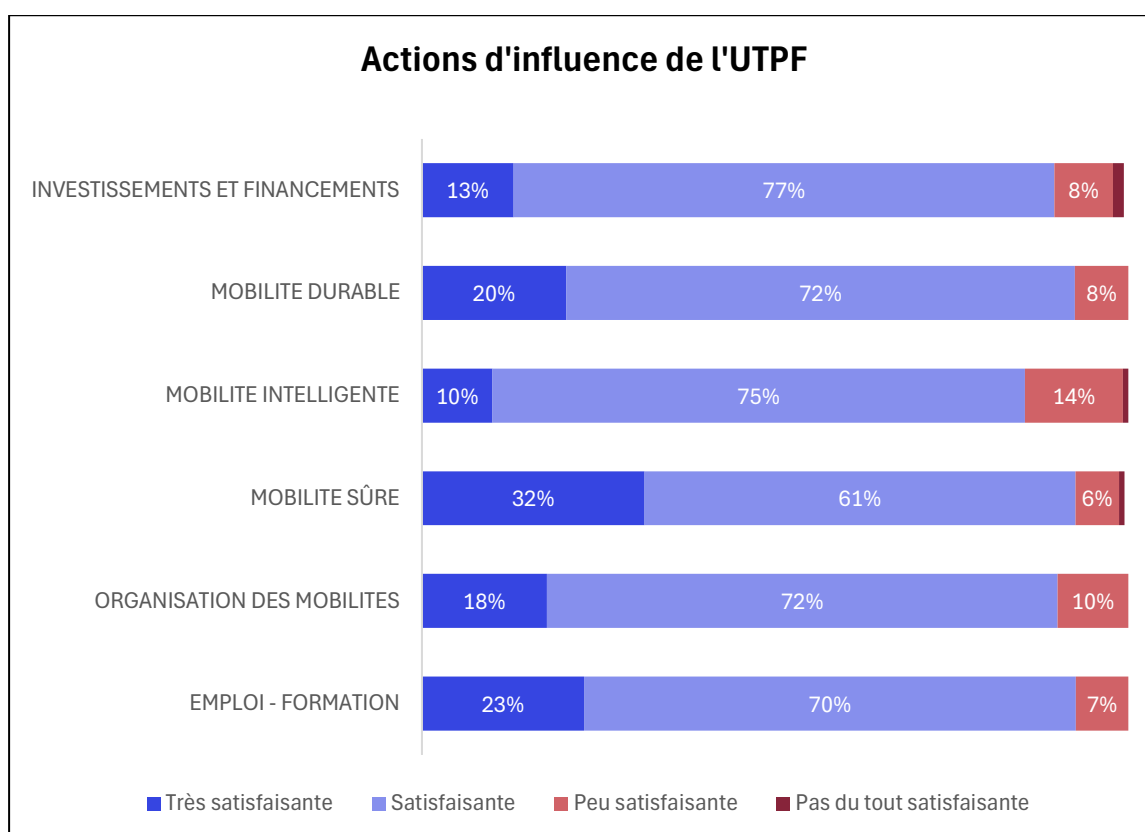
Parmi celles-ci, les cinq domaines d'actions transversaux proposés à l'évaluation l'année

dernière ont été complétés par un nouveau domaine : l'emploi et la formation. Ces six domaines d'action ont recueilli des taux de satisfaction très élevés, s'échelonnant entre 85 % et 93 %.

Sur les cinq domaines pour lesquels nous avons un historique, nous relevons une hausse des taux de satisfaction. En 2023, la satisfaction s'échelonnait entre 82 % et 92 %.

La mobilité sûre présente le plus haut niveau de satisfaction, avec 32 % des répondants se déclarant « *très satisfaits* ». Il convient également de noter que pour sa première année d'évaluation, la catégorie emploi-formation atteint un niveau de satisfaction identique à celui de la mobilité sûre (93 %).

Si elle demeure en progression, la mobilité intelligente (renvoyant aux questions de digitalisation et d'innovation dans les transports) obtient le niveau le plus faible de satisfaction (85 %), tandis que les autres sujets affichent des niveaux intermédiaires.



c. Analyse commune des résultats de la notoriété et des actions d'influence

Ces résultats positifs témoignent de l'importance qu'accordent les répondants aux actions d'influence et de représentation du secteur auprès des pouvoirs publics, tant nationaux qu'européens (classées en première et deuxième position). La représentativité et l'influence sont d'ailleurs identifiées comme les principaux atouts de l'UTPF.

Ces résultats sont en cohérence avec les indicateurs, mentionnés plus haut, relatifs aux activités prioritaires de l'UTPF et à sa notoriété dans les milieux institutionnels.

Au cours de l'année 2024, et comme l'illustrent les résultats de l'enquête, l'UTPF s'est investie dans un certain nombre de dossiers structurants pour l'avenir. Nous avons ainsi été actifs sur le thème de la sûreté dans les transports, avec le suivi de la proposition de loi relative au renforcement de la sûreté dans les transports. Dans ce cadre, un certain nombre de messages forts ont été passés aux parlementaires et au Gouvernement, que ce soit sur les caméras frontales à l'avant des tramways, sur les caméras-piétons pour les contrôleurs ou encore le renforcement des prérogatives des agents SUGE-GPSR.

Sur le thème de l'emploi-formation, l'UTPF a été officiellement lauréat en juin 2024 de l'appel à manifestation d'intérêt « Compétences et métiers d'avenir » lancé dans le cadre du programme France 2030. Dans ce cadre, le projet « Transformeurs » est un projet ambitieux pour construire et développer les compétences qui permettront d'accélérer la voie vers une mobilité toujours plus durable et inclusive. L'UTPF a également poursuivi son action en faveur de la notoriété du secteur et de la valorisation de ses métiers à travers « Faites bouger les lignes » et « Futur en Train ».

A l'inverse, certains thèmes comme celui de la mobilité intelligente ont été moins présents à l'agenda politique cette année. Cela s'explique notamment par le fait que les calendriers des pouvoirs publics nationaux ou européens sur ces sujets ont été bousculés par des échéances électorales.

Eu égard à ces résultats concrets, l'enjeu pour l'UTPF est d'accroître sa capacité à « faire connaître » ses actions d'influence et leurs résultats, non seulement dans une démarche de communication extérieure auprès de la presse nationale et régionale, mais également dans une démarche de communication plus intensive en interne auprès de nos adhérents.

L'INVESTISSEMENT DE L'UTPF AU NIVEAU LOCAL

80 % des répondants considèrent comme important que l'UTPF se mobilise à l'échelle des territoires et tisse des liens avec l'ensemble des acteurs locaux et régionaux (autorités organisatrices locales et régionales de la mobilité, chambres de commerce et d'industrie départementales, MEDEF locaux).

En 2023, 78 % s'étaient déjà déclarés en faveur d'une intensification des efforts de l'UTPF au niveau régional. C'est d'ailleurs pour répondre à cette demande croissante que l'UTPF a accueilli en son sein en 2024 une chargée de mission « emploi, formation et relations avec les territoires ».

Eu égard à ces résultats, l'UTPF continuera d'accentuer ses efforts au niveau local avec l'ensemble des acteurs, en particulier dans le champ de l'emploi et de la formation. Ce sera notamment le cas avec le lancement des comités de suivi régionaux « Transformeurs », en lien étroit avec les acteurs du territoire dans 6 régions pilotes.

B. Les actions dans le champ du dialogue social et de la formation

L'une des missions principales de l'UTPF est la négociation des conventions collectives dont elle a la responsabilité (transports urbains de voyageurs) et la construction de la convention collective de la branche ferroviaire.

Parallèlement, l'UTPF intensifie ses efforts dans le domaine de la formation, visant notamment à promouvoir et à accroître l'attractivité des métiers du transport public urbain et du transport ferroviaire.

C'est dans cette optique que, pour la deuxième année consécutive, l'UTPF a soumis à l'évaluation de ses adhérents les actions entreprises dans le domaine du dialogue social et de la formation.

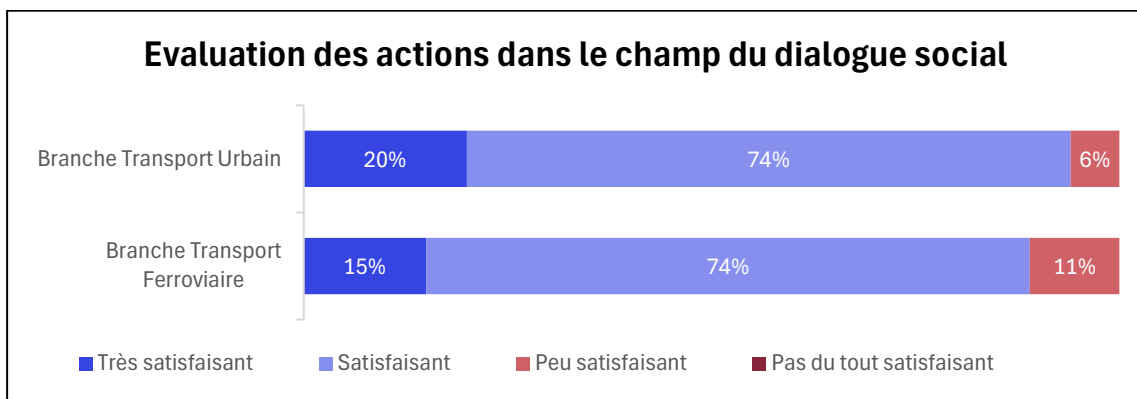
Afin d'approfondir notre analyse, nous avons segmenté les questions relatives au dialogue social de celles concernant l'attractivité des métiers et la formation. Pour tenir compte des spécificités de chacun des secteurs, l'UTPF a interrogé ses adhérents uniquement à propos de leur secteur d'activité tel que renseigné au début du questionnaire.

a. Evaluation des actions dans le champ du dialogue social

La satisfaction envers le dialogue social mené par l'UTPF atteint un niveau élevé de 92 % (moyenne entre les deux branches).

Ce résultat confirme l'importance accordée au dialogue social par les répondants, qui est d'ailleurs fréquemment souligné dans les points forts de l'UTPF. Un niveau de satisfaction très élevé est constaté dans les deux branches.

L'année 2024 a été marquée par de nombreux dossiers sur le plan du dialogue social. L'UTPF a ainsi pu signer des accords sur les minima de branche dans le cadre des négociations annuelles obligatoires (NAO), tant côté transport urbain que ferroviaire. Nous avons également poursuivi les négociations relatives à la refonte des classifications pour les transports urbains. Pour le transport ferroviaire, les négociations ont été menées et sont encore en cours sur le sujet de l'inaptitude des conducteurs et des personnels.



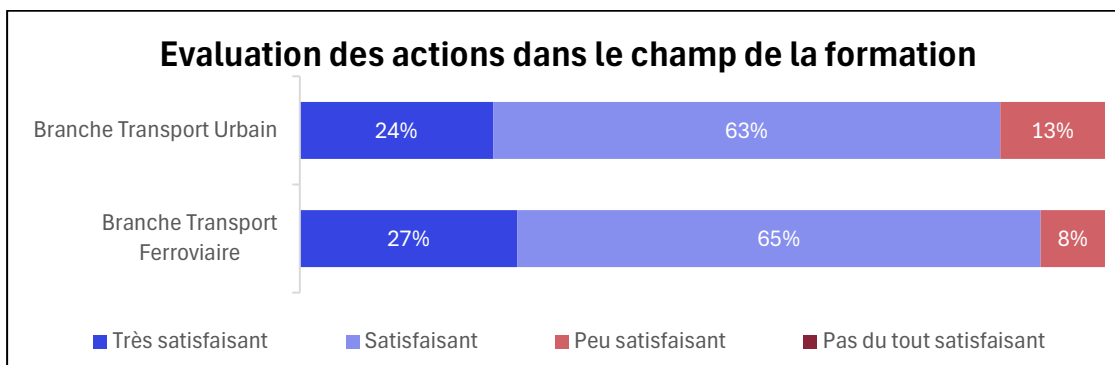
b. Evaluation des actions dans le champ de l'attractivité et de la formation

Le niveau de satisfaction des adhérents relatif aux actions dans le champ de l'attractivité et de la formation atteint 89,5 %, soit une hausse de 3,5 points par rapport à l'édition 2023 (86 %).

Bien que la satisfaction soit élevée dans les deux secteurs, le niveau de satisfaction est, comme l'année dernière, plus élevé dans le secteur du transport ferroviaire (92 %) que dans le transport public urbain (87 %). Ce dernier enregistre toutefois une progression importante de 7 points.

Sur le plan de la formation, l'UTPF a pu signer dans le transport urbain un accord sur le

financement professionnel et un accord sur le financement des formations dédiées au développement du dialogue social, afin de renforcer la concertation entre les acteurs du secteur.



c. Dossiers prioritaires

Invités à préciser les dossiers sur lesquels ils auraient souhaité que l'UTPF s'implique davantage en 2024, 32 adhérents ont exprimé des attentes.

Celles-ci concernent :

- La sûreté et la sécurité (caméras piétons, frontales, sécurité des transports...).
- Le financement de la transition énergétique (infrastructures, mobilités propres, subventionnement des véhicules électriques...).
- L'évolution du cadre juridique et social (convention collective, refonte des classifications, droit de grèves...).
- Le développement et la transition numérique (enjeux digitaux, digitalisation...).
- Les actions auprès des régions.
- L'intermodalité et la gestion des gares routières.
- La mobilité du quotidien.
- L'ouverture à la concurrence.
- Les enjeux de santé et de bien-être au travail.

En examinant ces propositions, et même si certains dossiers n'ont pu aboutir qu'au début de l'année 2025 (proposition de loi sur la sûreté dans les transports, projet de loi de finances...), nous constatons qu'un certain nombre de dossiers mentionnés ont en réalité été traités par l'UTPF en 2024 dans le cadre des commissions ou des groupes de travail thématiques. L'analyse des résultats démontre que 31 % des répondants ayant exprimé leurs attentes n'ont pas de mandat au sein de l'UTPF (donc aucune implication au Conseil d'administration, dans des commissions ou des groupes de travail). Cela souligne la nécessité d'un travail de communication interne, déjà évoqué plus haut, afin de mieux « faire savoir » ce qui a effectivement été traité par l'UTPF pendant l'année.

Les répondants ont également été invités à préciser les dossiers qu'ils souhaiteraient voir traités en priorité en 2025. 63 adhérents ont exprimé leurs attentes, certains émettant plusieurs propositions.

Celles-ci concernent :

- La sécurité et la sûreté dans les transports (lutte contre les fraudes, caméras frontales, caméras piétons, prérogatives des agents...).
- Le financement et la transition écologique (CEE, Fonds social pour le climat, infrastructures, mobilité durable, renouvellement des flottes de bus, ZFE, décarbonation des moyens de transports routiers...).
- La législation, la réglementation et le cadre social (conventions collectives, classifications, droit de grève, formation professionnelle...).
- Le développement et le numérique (digitalisation, l'IA, le MaaS...).
- L'organisation des transports et les infrastructures (la desserte des territoires ruraux, l'intermodalité, l'ouverture à la concurrence...).
- Les conditions de travail et l'attractivité des métiers (contrats professionnels, arrêts maladie, sac à dos social).

L'UTPF prendra attentivement en considération ces propositions de sujet pour l'année 2025. Sur cette base, une réunion avec l'ensemble des membres du comité de direction (Codir) de l'UTPF sera organisée afin d'établir une liste des sujets à traiter ainsi que les modalités retenues pour leur traitement (commissions, groupes de travail, *Décryptages de l'UTPF*, etc.).

Partie III : Evaluation des services aux adhérents

Après une légère baisse en 2023, la satisfaction des adhérents envers les services de l'UTPF repart à la hausse.

Item « *Communication* » mis à part, sur les cinq dernières années, les niveaux de satisfaction pour tous les items sont restés constants et très élevés et ils s'échelonnent encore cette année entre 91 % et 99,6 %. Une fois de plus cette année, l'UTPF maintient donc un niveau de service élevé pour ses adhérents.

Toutefois, l'UTPF est très attentif à cet item « *Communication* » qui connaît lui une baisse depuis quatre ans, avec une baisse de cinq points notamment depuis l'année précédente (passant de 83 à 78 %).

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Accueil	99%	99%	100%	100%	99%	99,5 %
Organisation de réunions	93%	98%	98%	97%	94%	97 %
Information aux adhérents	97%	99%	98%	98%	93%	95 %
Publications	-	-	-	-	97%	99,6 %
Communication	86%	91%	85%	88%	83%	78 %
Espace adhérent	-	-	97%	93%	87%	91 %

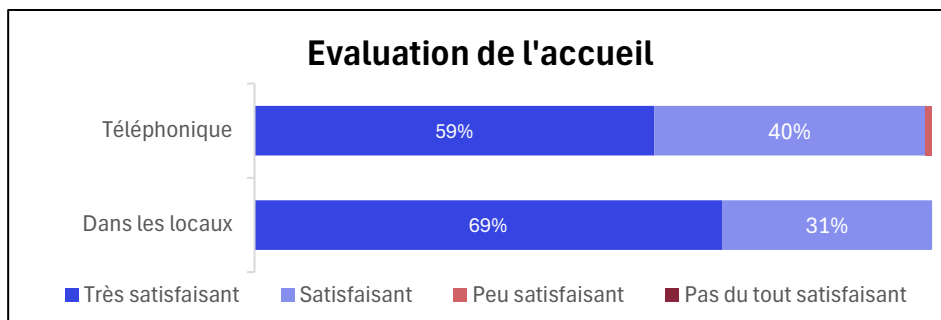
(-) : Les tirets dans le tableau signifient que les résultats ne sont pas disponibles. Cela est dû à des changements dans le questionnaire ou à des considérations méthodologiques.

L'appréciation et l'évolution de la satisfaction de chacun de ces domaines d'action sont développées ci- après.

A. L'accueil

Le taux de satisfaction moyen de l'accueil, tant téléphonique que physique, reste stable et très élevé (99,5 %).

Pour l'année 2024, nous relevons même une progression de la satisfaction des adhérents sur la qualité de l'accueil dans les locaux (100 %).

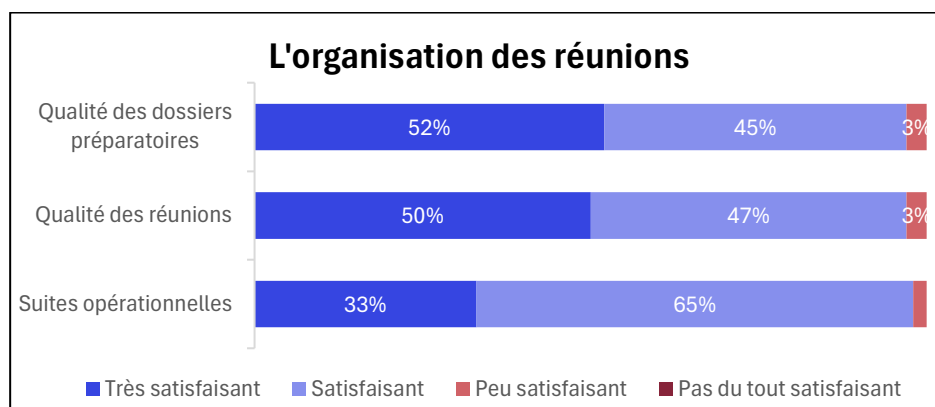


B. L'organisation des réunions

Le taux de satisfaction générale relatif à l'organisation des réunions par l'UTPF pour 2024 demeure très élevé puisqu'il atteint 97 %, soit une progression de trois points par rapport à 2023.

Il convient de relever la progression de six points du taux relatif aux suites opérationnelles, qui atteint 98 %. Cette hausse significative témoigne de l'efficacité des réunions et de la capacité de l'UTPF à identifier les attentes et à y apporter des réponses adaptées.

La satisfaction des adhérents concernant la qualité des dossiers préparatoires et des réunions progresse également pour atteindre 97 %.



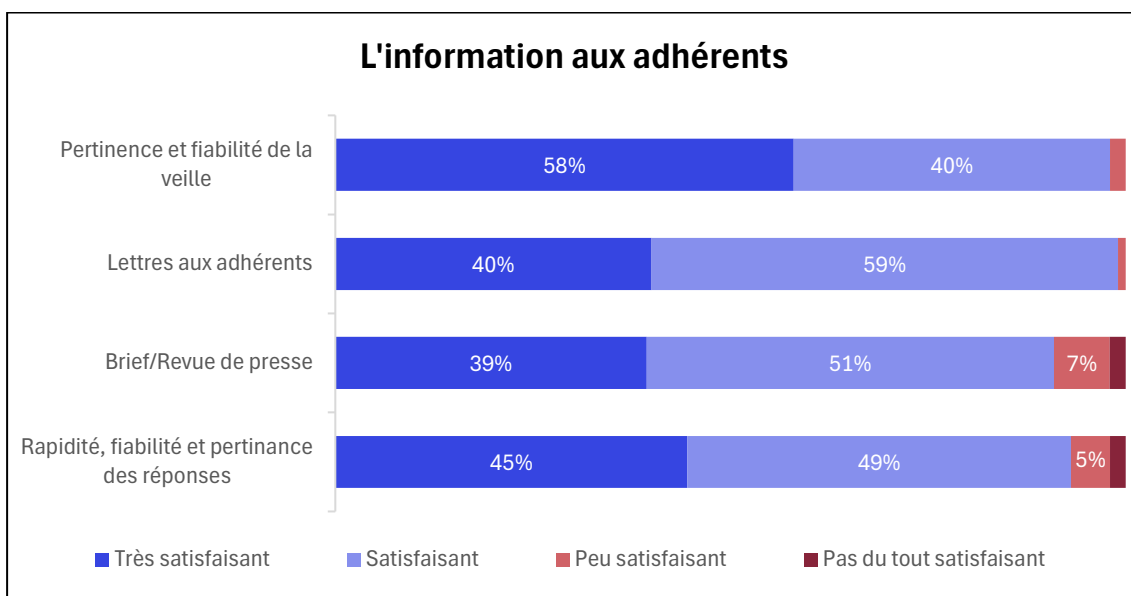
C. L'information aux adhérents

La satisfaction des adhérents relative aux informations transmises par l'UTPF résulte de la moyenne des taux de satisfaction attribués à chacun des domaines suivants :

- La veille informative.
- Le brief presse.
- Les réponses aux questions.
- La Lettre aux adhérents.

Les adhérents continuent d'exprimer une **satisfaction très élevée (95 %)** concernant l'information qui leur est transmise par l'UTPF, avec même une progression de deux points par rapport à l'année dernière.

Il convient de préciser que, contrairement à l'année dernière, l'item « Lettre aux adhérents » a été déplacé de la partie liée à la « communication » à la partie consacrée à « l'information aux adhérents », par souci de cohérence et du fait de l'objet même de ce vecteur de communication.



a. La veille informative

Le taux de satisfaction des répondants pour la pertinence et la fiabilité de la veille est stable et très élevé avec 98 %.

La part des répondants estimant très satisfaisante la pertinence et la fiabilité de la veille est toutefois en léger recul par rapport à l'année dernière, de quatre points (58 %).

b. La Lettre aux adhérents

Interrogé sur leur appréciation de la Lettre aux adhérents, 67 % des répondants ont indiqué la consulter et se déclarent quasi-unaniment satisfaits de cette publication (99 %). Ces taux, similaires à ceux de l'édition précédente, confirment la très bonne perception de cet outil de communication.

L'enquête a révélé le souhait de plusieurs adhérents de disposer de courts résumés pour chaque article, accessibles en lecture directe, afin de permettre aux lecteurs d'en prendre connaissance sans nécessairement cliquer dessus. L'UTPF étudiera cette proposition lors d'une réunion spécifique avec le Comité éditorial afin d'y répondre au mieux.

c. Le Brief presse

L'enquête révèle que 90 % des adhérents sont satisfaits du Brief presse. Ce chiffre est équivalent à celui de l'année dernière.

Sur les 70 % des répondants ayant indiqué recevoir le Brief presse, 87 % déclarent consulter ce document. Cependant, 30 % des répondants ont donc indiqué ne pas recevoir le Brief presse.

L'UTPF s'est interrogée sur ce taux élevé de répondants déclarant ne pas recevoir le Brief presse, sachant qu'il s'élevait déjà à 28 % l'année précédente. Après une analyse approfondie, il s'avère que parmi ces répondants :

- 25 % reçoivent en réalité le Brief presse ;
- 10 % sont des membres du Conseil d'administration qui, en effet, ne reçoivent pas le Brief presse dans la mesure où ils sont destinataires d'une autre revue de presse plus approfondie ;
- 65 % ne figurent effectivement pas, par erreur de notre part, dans la liste de diffusion du Brief presse.

Compte-tenu de ses résultats, une analyse des statistiques d'envoi a été réalisée par le département Valorisation et Communication de l'UTPF. En 2024, 100 629 Brief presse ont été envoyés, dont 96 % distribués et 71 % ouverts.

Parmi les répondants déclarant ne pas recevoir le Brief presse, alors qu'ils sont pourtant destinataires (25 %), certains peuvent ne pas l'avoir reçu pour des raisons techniques de non-distribution du mail (pare-feu). Sur ce point, l'UTPF dispose de très peu de marge de manœuvre pour améliorer la situation.

Néanmoins, pour les répondants ne recevant pas le Brief presse (65 %), dans le cadre de ses travaux sur l'amélioration des services aux adhérents, l'UTPF va travailler sur les processus à mettre en œuvre pour pallier cette situation en s'assurant, d'une part, de bien mettre à jour ses listes de diffusion et, d'autre part, en élargissant la diffusion des vecteurs de communication pour partager l'information avec le plus grand nombre.

Enfin, les commentaires libres expriment une frustration liée à l'impossibilité de lire certains articles en accès payant alors qu'ils figurent dans la revue de presse. L'UTPF n'est malheureusement pas en mesure de proposer un service de presse en libre accès car un tel dispositif nécessiterait un investissement financier trop important. Il est toutefois rappelé que l'ensemble des membres du Conseil d'administration bénéficie eux d'un accès complet aux contenus des articles.

d. Les réponses aux questions des adhérents

L'UTPF s'engage à fournir des réponses rapides, fiables et pertinentes aux questions de ses adhérents. L'enquête révèle que 94 % d'entre eux sont satisfaits de la qualité des réponses reçues, soit une augmentation de deux points par rapport à l'édition précédente.

Cette année, 191 questions ont été traitées par les différents départements de l'UTPF, contre 252 en 2023, soit une diminution de 24 % par rapport à l'année précédente.

Cette baisse peut s'expliquer par au moins deux raisons :

- La première est conjoncturelle et liée à l'absence de signature d'un accord de branche sur l'année. En effet, ces signatures génèrent toujours un volume supplémentaire de questions pour le département des Affaires sociales liées à la présentation, la compréhension et l'interprétation des nouvelles dispositions conventionnelles.
- La seconde raison est davantage structurelle et nous semble résulter d'une meilleure anticipation des questions par les experts de l'UTPF dans le cadre des commissions et des groupes de travail, ainsi que d'une communication plus régulière des informations, notamment par e-mail.

FOCUS SUR L'ORGANISATION DES « DECRYPTAGES DE L'UTPF »

À la suite des résultats de l'enquête de l'année dernière, qui ont démontré que 70 % des répondants souhaitaient que l'UTPF mette en place des journées d'information thématiques, un nouveau format a été lancé : *Les Décryptages de l'UTPF*.

Deux premières sessions d'information réservées aux adhérents ont été organisées en 2024. 73 % des répondants ont indiqué ne pas avoir eu connaissance de ces premières sessions d'information. En revanche, 25 % ont déclaré y avoir participé, et 100 % d'entre eux les ont jugées intéressantes.

En 2025, l'organisation de ces sessions d'information connaîtra une accélération.

Les répondants ont d'ailleurs été invités à indiquer les modalités d'organisation qu'ils souhaiteraient que l'UTPF retienne, en priorité, pour l'organisation des *Décryptages de l'UTPF*. Le format le plus plébiscité est celui d'une **session courte (une à deux heures maximum), en distanciel**. La deuxième option la plus citée est celle d'une demi-journée en format hybride (présentiel / visioconférence) pour des réunions plus importantes.

Les répondants ont aussi pu indiquer les thématiques qu'ils souhaitent voir aborder prioritairement en 2025 (parmi une liste prédéfinie) :

- **Social** : cadre juridique, évolution réglementaire, prévoyance, violences sexistes : 42 %
- **Sûreté des transports** (réglementation vidéoprotection, violences sexistes...) : 40 %
- **Digitalisation, les données et le MaaS** : 35 %
- **Relations opérateurs-AO** : 29 %
- **Droit de grève** : 29 %
- **Attractivité des métiers** : 29 %
- **Institutions européennes** (actions, leviers...) : 28 %
- **Caméras frontales** : 26 %
- **Ouverture à la concurrence du transport ferroviaire** : 25 %
- **Mobilités décarbonées** : 23 %
- **Evolution des dispositifs de formation et de reconversion** : 17 %
- **Evolution du fret ferroviaire** : 17 %
- **Transition énergétique des autobus** : 16 %
- **Transport à la demande** : 14 %
- **Accord classification et rémunération** (ferroviaire) : 13 %
- **Loi EnR** : 5 %

Les répondants ont également été invités à préciser les autres sujets qu'ils souhaiteraient voir abordés en 2025. Ont été mentionnés :

- **L'absentéisme des salariés du transport urbain.**
- **Les assurances.**
- **Le bilan de l'ouverture à la concurrence.**
- **La conférence nationale du financement.**
- **Les enjeux climatiques.**
- **La formation.**

- **La gestion de crise.**
- **Les liens transfrontaliers pour les entreprises ferroviaires.**
- **L'organisation du temps de travail.**
- **La mobilité autonome.**

Eu égard à ces propositions, des réunions de suivi seront mises en place au sein de l'UTPF afin de répartir les sujets à traiter entre les directions concernées et d'établir un calendrier pour leur traitement.

D. Les publications

L'UTPF a interrogé ses adhérents sur leur connaissance et leur satisfaction vis-à-vis de sept publications phares, publiées par la fédération en 2024. L'objectif est de mieux comprendre leurs besoins et améliorer l'impact de ses communications.

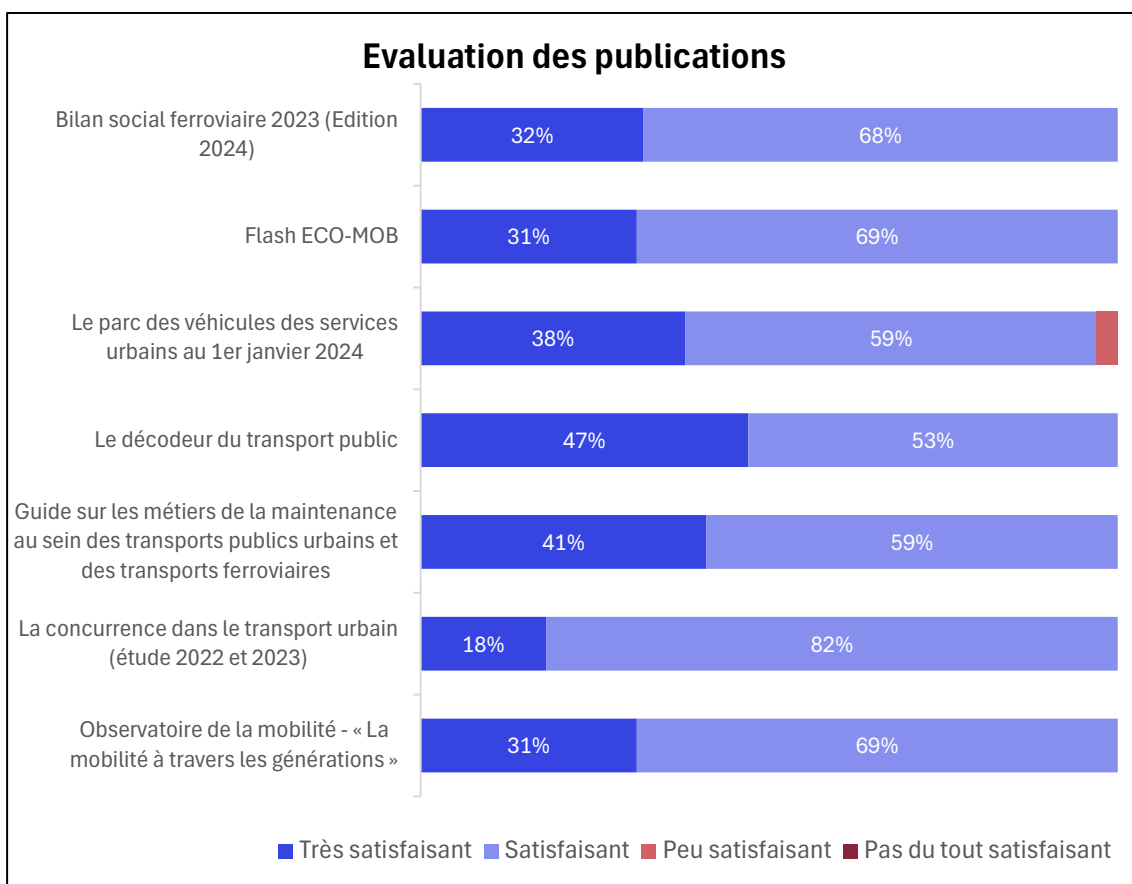
81 % des répondants connaissent au moins une publication de l'UTPF parue cette année.

Les publications parues en 2024 les plus connues sont : le « Bilan social ferroviaire 2023 » (36 %) et « l'Observatoire de la mobilité » (32 %). Ce constat n'est pas surprenant, ces publications étant solidement établies depuis plusieurs années. L'Observatoire de la mobilité fait également l'objet d'une large campagne de communication auprès des adhérents et du grand public.

Notons également que le « Flash Eco-Mob » affiche un taux de connaissance en progression importante de huit points par rapport à l'édition de l'année dernière. Cela démontre que cette publication tend à s'installer progressivement dans l'esprit des répondants.

Concernant les publications affichant les taux de connaissance les plus faibles, « Le décodeur du transport publics » et « Le Guide sur les métiers de la maintenance » sont deux publications nouvellement parues en 2024. Cela peut expliquer pourquoi ces publications affichent un taux de connaissance inférieur. En outre, bien que ces publications soient susceptibles d'être actualisées, elles ne constituent pas un rendez-vous régulier chaque année, contrairement à celles affichant un taux de connaissance plus élevé.

De manière générale, la satisfaction des adhérents sur ces publications est une nouvelles fois très élevée (entre 97 et 100 %).



E. La communication et l'évènementiel

Parmi tous les domaines d'action soumis à l'appréciation des adhérents, la communication et l'évènementiel de l'UTPF sont jugés satisfaisants par 78 % des répondants, soit une diminution de cinq points par rapport à l'année 2023.

Cet item évalue les actions menées par l'UTPF sur les thématiques suivantes :

- La communication dans la presse et les médias.
- La communication sur les réseaux sociaux.
- Les conférences coorganisées par l'UTPF dans le cadre du salon EUMO 2024.

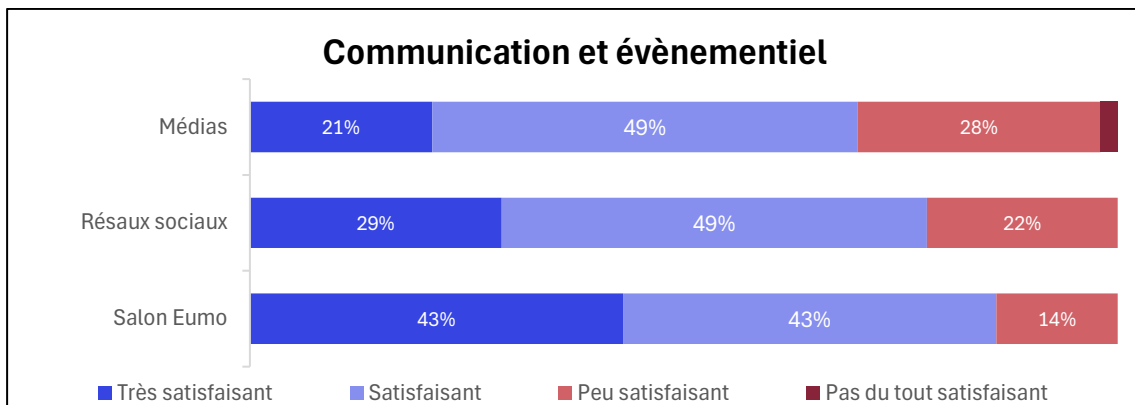
Le niveau de satisfaction globale de la communication et de l'évènementiel de l'UTPF est calculé sur l'évaluation de ces trois volets.

L'item relatif à la communication et à l'évènementiel est le seul à afficher un taux de satisfaction légèrement inférieur à 80 %.

Cette baisse s'explique par au moins deux raisons :

- **la modification du périmètre d'évaluation** : auparavant intégrée à la partie liée à la communication extérieure, la *Lettre aux adhérents* (qui affichait un taux de satisfaction très élevé avec 99 %) est désormais rattachée à l'information aux adhérents. Ce choix a été fait par souci de cohérence, cette dernière étant un outil de communication et d'information destiné aux adhérents. Ceci a entraîné mécaniquement une baisse du taux général de la communication et de l'évènementiel.

- la baisse significative de l'item lié à l'organisation des conférences coorganisées par l'UTPF dans le cadre du salon EUMO 2024 (-11 points), qui fera l'objet d'une analyse ci-dessous.



a. Communication dans la presse et les médias

Nous avons demandé aux adhérents d'évaluer la communication de l'UTPF dans la presse et les médias. Cela fait référence à l'ensemble des activités de communication mises en œuvre par l'UTPF à travers divers canaux médiatiques.

En 2024, le taux de satisfaction sur cet item augmente de quatre points par rapport à l'année précédente et atteint 70 %.

Même si elle reste en dessous des 80 %, cette progression reflète les efforts déployés par l'UTPF tout au long de l'année pour renforcer sa visibilité, dans le cadre de sa stratégie de communication. Nous pouvons citer quatre exemples :

- **le projet *Transformeurs*** : piloté par l'UTPF, le projet *Transformeurs* est un programme de formation ambitieux soutenu par l'Etat, dans le cadre de France 2030, qui se déploiera jusqu'en 2027. Le lancement a fait l'objet d'une conférence de presse dédiée et d'une importante campagne de communication ;
- **le Bus d'Or** : l'UTPF a organisé en 2024 une nouvelle édition du concours national récompensant les meilleurs conducteurs et conductrices d'autobus. Cet événement a suscité de nombreuses retombées médiatiques, notamment dans la presse quotidienne régionale ;
- **l'Observatoire de la mobilité** : chaque année, l'UTPF mène une enquête d'opinion afin d'obtenir une photographie des transports publics en France et d'identifier les habitudes de déplacement des Français. La présentation de ces résultats génère d'importantes retombées médiatiques, tant dans la presse généraliste que spécialisée ;
- **le lancement du dispositif « Stop Fraude »** : l'UTPF a mis en place une stratégie de communication et de relations presse d'envergure autour de ce dispositif, générant une large couverture médiatique nationale et régionale.

En 2024, 13 communiqués de presse et un dossier de presse ont été diffusés. Deux conférences de presse ont été organisées, dont l'une réunissant près de 25 journalistes. Une table-ronde a également été organisée, en présence de la presse, en mai 2024 afin de présenter le Manifeste de l'UTPF intitulé « Transport public urbain et transport ferroviaire : acteurs incontournables pour la décarbonation de l'Union européenne », dans le cadre de la campagne pour les dernières élections européennes.

La dynamique observée traduit la volonté de l'UTPF d'accroître sa présence et sa visibilité médiatique, en particulier dans la presse quotidienne régionale. Dans cette perspective et afin de renforcer son rayonnement, l'UTPF a organisé une première réunion d'analyse des résultats de l'enquête avec le département en charge de la communication. A été abordée la question de comment mieux valoriser, auprès de nos adhérents, les retombées médiatiques générées par les initiatives et événements de la fédération.

b. Communication dans les réseaux sociaux

Cette année, 34 % des répondants ont indiqué suivre les réseaux sociaux de l'UTPF (X et LinkedIn), soit une baisse de six points par rapport à l'année dernière.

Dans le cadre de l'enquête, les adhérents ont été interrogés sur leur niveau de satisfaction concernant la communication de l'UTPF sur les réseaux sociaux. Près de 26 % des répondants ont répondu à cette question. Le taux de satisfaction progresse d'un point, passant de 77 % à 78 %.

D'un point de vue statistique, le nombre d'abonnés sur X a augmenté de 16 en 2024, tandis que le nombre d'abonnés LinkedIn a lui progressé de 1 467. L'UTPF a conscience de cette disparité importante entre les deux réseaux. Ce résultat s'explique par le fait que, dans le cadre d'une stratégie renouvelée, l'UTPF a décidé de se retirer du réseau social X au début de l'année 2025, après un désengagement progressif tout au long de l'année 2024, tant en termes de présence que de contenu proposé.

A l'inverse, un engagement plus important est déjà en cours sur LinkedIn. Afin de poursuivre cette dynamique, l'UTPF renforcera sa stratégie de communication digitale en identifiant, d'une part, les adhérents qui ne connaîtraient pas encore notre présence sur le réseau et, d'autre part, en proposant davantage de contenu éditorial.

c. Evaluation des conférences coorganisées par l'UTPF durant le salon EUMO 2024

L'UTPF participe chaque année à l'organisation d'un salon professionnel en collaboration avec son partenaire historique, le GART, au sein du groupement d'intérêt économique (GIE) Objectif Transport Public. Ces événements alternent entre l'EUMO une année et les Rencontres Nationales du Transport Public (RNTP) l'année suivante.

Cette année, près de 20 % des répondants ont pris part à l'EUMO, organisée à Strasbourg du 1^{er} au 3 octobre 2024. Parmi eux, 86 % se sont déclarés satisfaits des conférences organisées par l'UTPF à cette occasion. Ce chiffre marque une baisse significative par rapport à l'année précédente, où 97 % des adhérents s'étaient dits satisfaits de l'organisation des conférences organisées par l'UTPF aux RNTP 2023.

L'UTPF identifie plusieurs raisons expliquant cette diminution importante du taux de satisfaction par rapport à l'année dernière et, plus encore, par rapport à 2022, dernière édition de l'EUMO (taux de satisfaction de 97,5 %).

La raison principale est conjecturale. En raison de l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 à Paris, le salon EUMO a été reporté au mois d'octobre (au lieu de juin habituellement) et a dû être délocalisé de Paris à Strasbourg.

Il ressort des commentaires libres que les remarques ne portent pas spécifiquement sur les conférences coorganisées par l'UTPF, mais plus généralement sur l'organisation du salon dans son ensemble. Certains répondants ont notamment souligné que cette programmation le rendait trop proche du salon InnoTrans (Salon international des technologies de transport), qui s'est tenu du 24 au 27 septembre 2024 à Berlin.

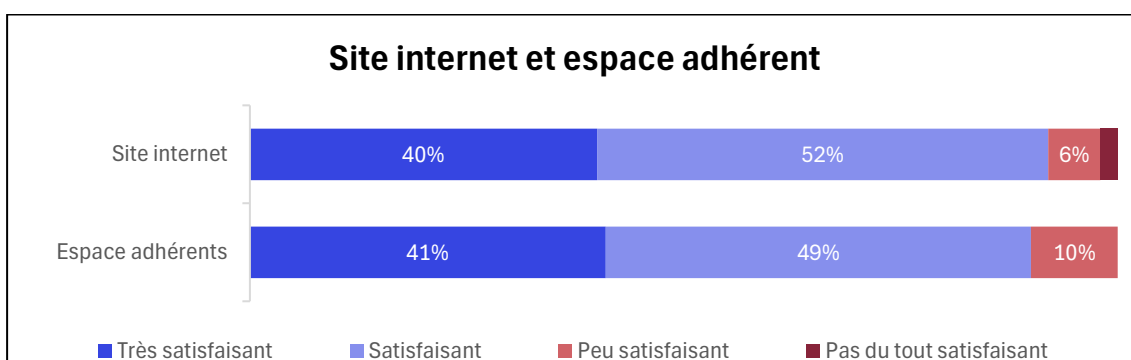
La seconde raison est à rechercher dans le contenu même des conférences organisées sur le salon. Sans remettre en cause la qualité des sujets et des intervenants, certains répondants souhaiteraient un renforcement des thématiques européennes afin de mieux répondre à l'objectif même de ce salon. Or, pour ce qui relève des dix conférences coorganisées par l'UTPF, une attention importante a justement été portée cette année sur le renforcement du caractère européen des thématiques proposée : « Mandature européenne 2024-2029 : comment favoriser une mobilité européenne plus durable » ; « Quel cadre européen pour soutenir la compétitivité du fret ferroviaire ? ». Néanmoins, de nombreuses autres conférences ou agoras ont été organisées pendant l'EUMO par d'autres partenaires avec souvent, il est vrai, une dimension très franco-française dont l'UTPF n'était pas responsable.

Soucieux de tenir compte des remontées de ses adhérents, et pour inverser cette tendance, l'UTPF a d'ores et déjà engagé des réflexions plus larges au sein du GIE. Un travail est ainsi en cours pour déterminer les évolutions souhaitables concernant l'organisation de l'EUMO et des RNTP.

F. Le site internet et l'espace adhérent

Sur l'ensemble des répondants, 73 % déclarent consulter le site internet de l'UTPF. 92 % ont indiqué être satisfaits. Ce taux élevé souligne l'utilité et la qualité du site pour les adhérents.

84 % des répondants ont déclaré disposer d'un espace adhérent sur le site internet et 90 % d'entre eux ont confirmé être satisfaits de cet espace, soit une augmentation de trois points par rapport à l'année 2023. Ces résultats de satisfaction attestent de la qualité et de l'utilité de leurs espaces personnels pour les adhérents.



Néanmoins, 27 % des répondants ont déclaré ne pas consulter le site de l'UTPF. Afin d'y remédier, et dans le prolongement de la refonte de son identité visuelle, l'UTPF a engagé un travail de refonte de son site internet. L'objectif est de le moderniser et d'en faire un véritable outil au service de tous les adhérents.

Les résultats relatifs aux informations recherchées sur le site (cf. ci-dessous) permettront d'accompagner ce projet de refonte afin de respecter les attentes des adhérents concernant ce qu'ils souhaitent avant tout retrouver sur le site internet.

