

BAROMÈTRE « APPROUVÉ PAR LES FAMILLES » 2019

Prendre le pouls des familles revient souvent à prendre celui de la société. Après une année 2018 forte en émotions et en événements, **Approuvé par les Familles** présente son baromètre 2019 des Familles Françaises* élaboré par l'institut Génération & Co. Toujours axé sur son prisme de prédilection – la consommation & l'éducation – **Approuvé par les Familles** révèle les grandes tendances de 2019.

A RETENIR :

- **Des familles sereines quant à l'avenir de leurs enfants**, dont la priorité éducative n°1 demeure l'épanouissement et l'équilibre de l'enfant.
- Ces familles « Cocoon » qui n'aiment rien tant que passer du temps avec leurs enfants, adaptent leurs dépenses pour servir leur priorité éducative.
- En 2019, **elles intègrent le « caractère responsable de la marque » dans leurs critères d'achat** et transmettent ces valeurs de consommation responsable à leurs enfants en adaptant leur consommation.
- Ce faisant, elles confirment être des **consommateurs éclairés qui consomment différemment de leurs parents de manière assumée.**

DES FAMILLES COCOON, CONFIANTES ET ENGAGÉES

Avant tout tournés vers *l'épanouissement et l'équilibre personnel de leur enfant* (priorité éducative numéro 1), les parents se révèlent confiants dans l'avenir de leurs enfants, avec un niveau de sérénité qui dépasse 7 sur une échelle de 1 à 10 pour plus de la moitié des parents.

Bousculés mais pas ébranlés par l'actualité, ils adoptent une consommation familiale au service de leur priorité éducative et conforme au portrait de *la famille Cocoon* qui les caractérise maintenant depuis 2 ans (75% des familles cette année). Ils accordent ainsi la priorité au partage, aux dépenses familiales qui contribuent à une harmonie commune, *en particulier dans le domaine des loisirs*, et en conformité avec leurs valeurs.

+ DE TEMPS, + DE LOISIRS,

- **Plus de 2h par semaine et par enfant à « juste passer du temps ensemble » (7 parents sur 10)**
- Plus de 4h par semaine et par enfant à faire une sortie en extérieur, jouer avec lui, faire une activité créative, faire une activité culturelle avec lui (1 parent sur 2)
- Plus de 2h par semaine et par enfant à l'aider dans ses devoirs (1 parent sur 2)

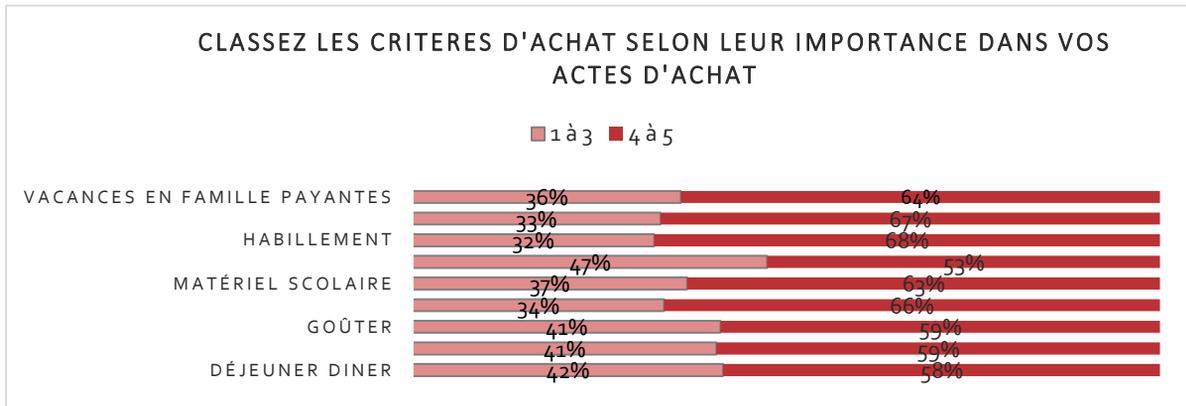
Les parents dédient du temps à leurs enfants ! A une époque où c'est une denrée rare (et chère), cette parfaite conformité aux valeurs de la famille Cocoon ouvre de nouveaux besoins, de nouvelles exigences, et de nouvelles dépenses ! Cela se traduit dans leurs dépenses :

- 56% dépensent plus de 150 € par an et par enfant en matière de loisirs en famille
- 41% en matière de vacances dédiées à l'enfant
- 38% en loisirs de l'enfant

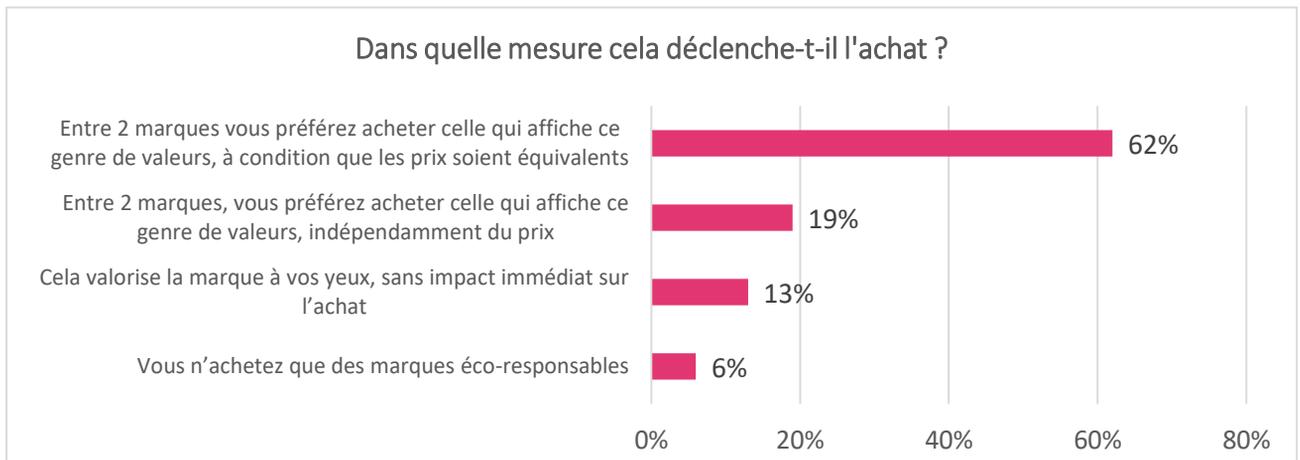
... et + D'ATTENTION POUR DE NOUVEAUX CRITERES DE CONSOMMATION

Les familles françaises ont désormais totalement **intégré comme critère d'achat le caractère responsable des marques**. **Près de 9 parents sur 10 se déclarent sensibles à ce critère**, en particulier pour les achats de produits ou services pour la famille ou les enfants (9 parents sur 10).

Un critère qui se range dans les 3 premiers critères d'achat pour plus d'un parent sur 3 en moyenne. (5 critères classés : prix, qualité, marque, souhait de l'enfant, caractère responsable).



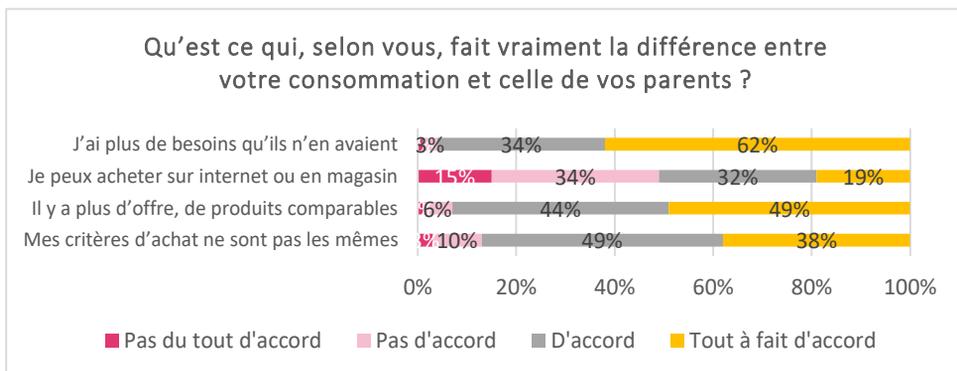
Mais qui ne déclenche que l'achat que si son prix n'est pas déconnecté du marché.



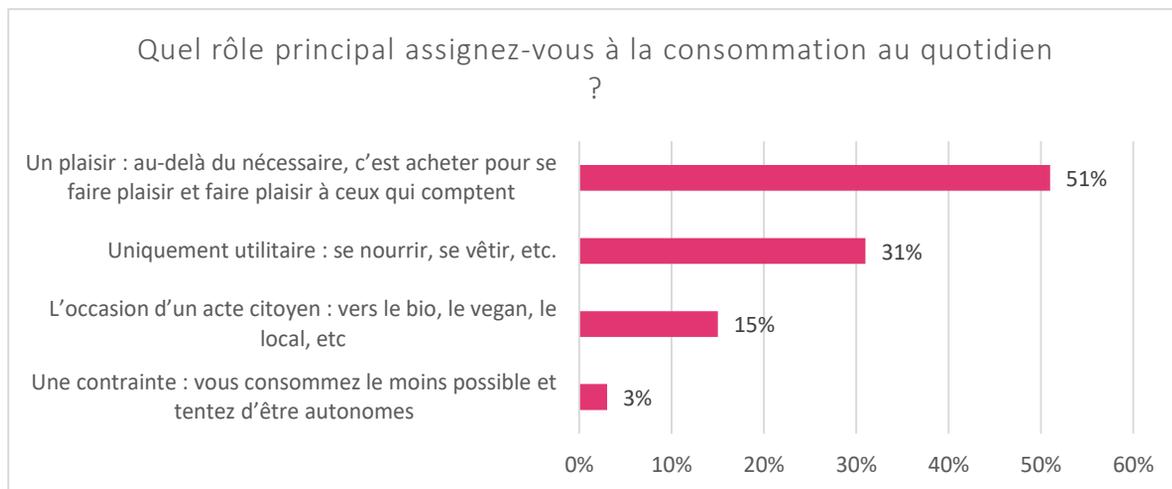
Les parents, qui éduquent leurs enfants à la consommation, transmettent à 98% ces valeurs de consommation responsable à leurs enfants.

CONSOMMER = SE FORMER et EDUQUER

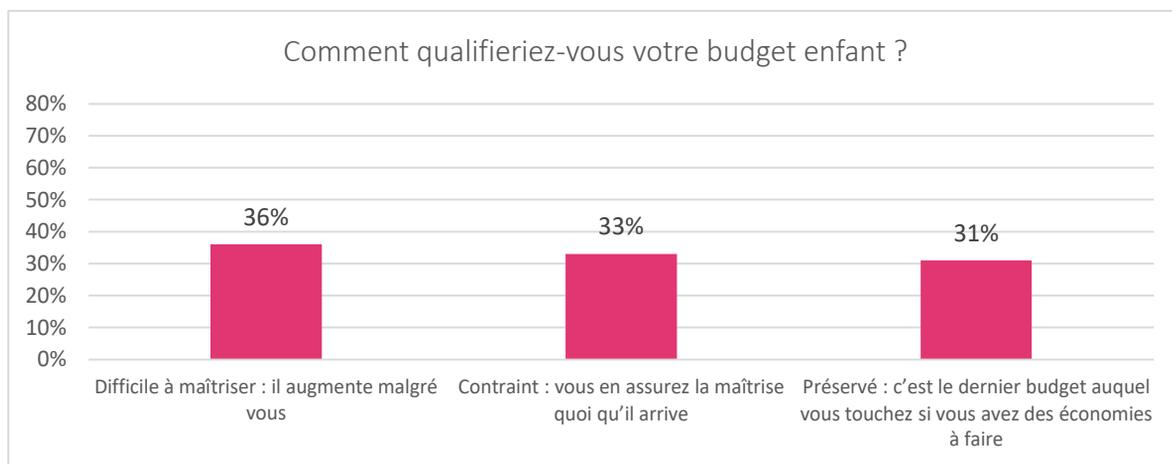
Si près de 90% des parents estiment avoir changé de manière de consommer avec l'âge, ils sont 65% à se considérer comme des « consommateurs éclairés » et 90% à estimer consommer de manière différente de leurs parents. Pourquoi ? Parce qu'ils ont des besoins mais aussi des critères d'achat différents.



Comment cela se traduit-il ? Principalement par **la part consacrée aux achats « plaisir » dans le budget (30 à 50% du budget mensuel pour 1 parent sur 2)**, eux-mêmes issus d'une autre manière de considérer la consommation, source de satisfaction plus que de frustration (voir ci-dessous).



Et ce malgré un budget enfant considéré comme complexe :



À propos de *Approuvé par les Familles* :

« Rien ne vaut l'avis d'autres parents pour faire les bons choix pour ses enfants ! » c'est de ce constat qu'est né *Approuvé par les Familles*, le 1er repère de confiance qui récompense les meilleurs produits et services pour enfants testés et approuvés par une communauté de 5000 familles testeuses, toutes bénévoles. Plus d'informations : www.approuveparlesfamilles.com

Contacts presse :

WE M A J E

Anthony Mazelly : amazelly@wemaje.fr +33 (0)6 74 51 17 47 / Marietou Diakho : mdiakho@wemaje.fr +33 (0)6 03 04 81 08

Mathilde Husson : mhusson@wemaje.fr +33 (0)6 67 62 93 22