

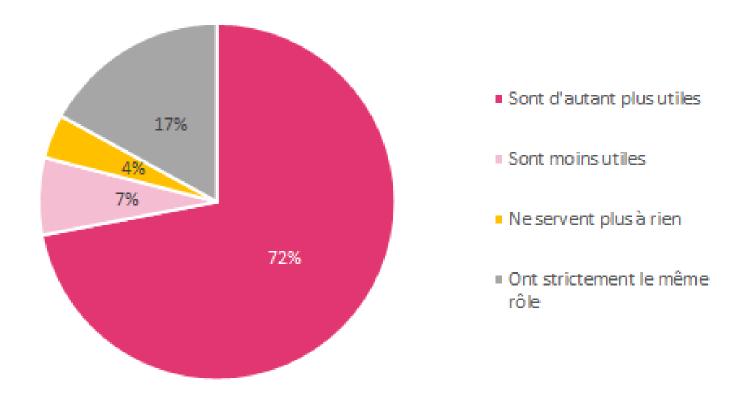
PANORAMA

NOTORIÉTÉ ET RÔLE DES LABELS EN 2022

IMPACT DES LABELS SUR LES PARENTS

DES REPÈRES UTILES

A l'utilité renforcée au vu des circonstances Dans le contexte de mutation de la consommation que nous vivons, estimez-vous que ces labels :

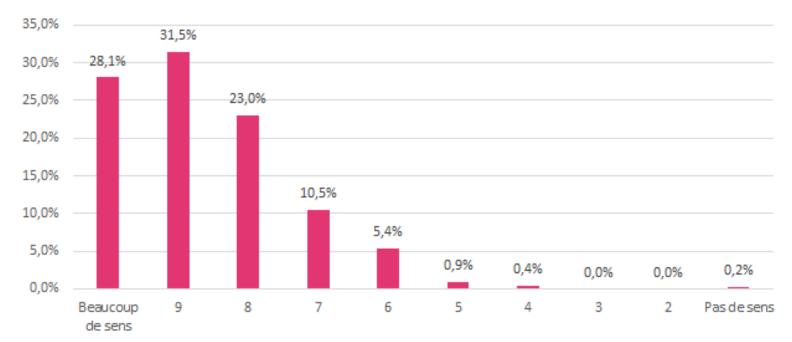




IMPACT DES LABELS SUR LES PARENTS

DES REPÈRES PORTEURS DE SENS

Sur une échelle de 0 à 10, 10 étant le score le plus élevé, pensezvous que les labels ont du sens dans le nouveau contexte de consommation et de communication ?

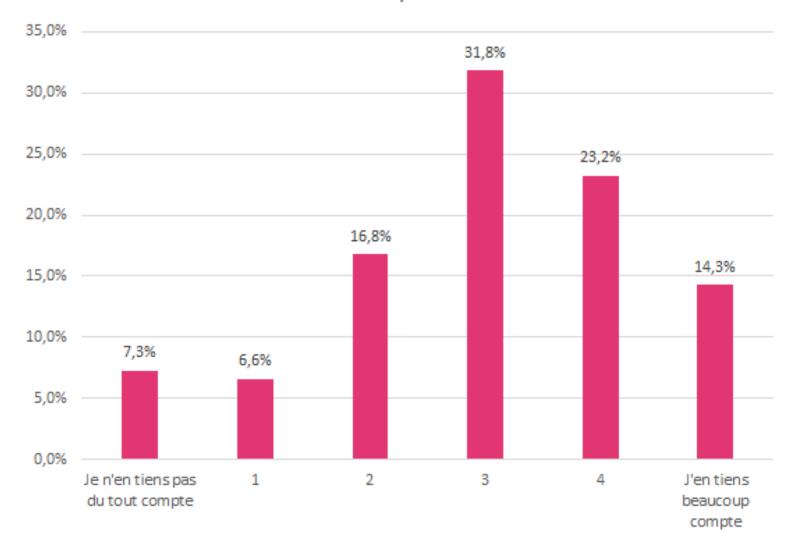




Lors de vos achats, tenez vous compte des logos des labels ?

IMPACT DES LABELS SUR LES PARENTS

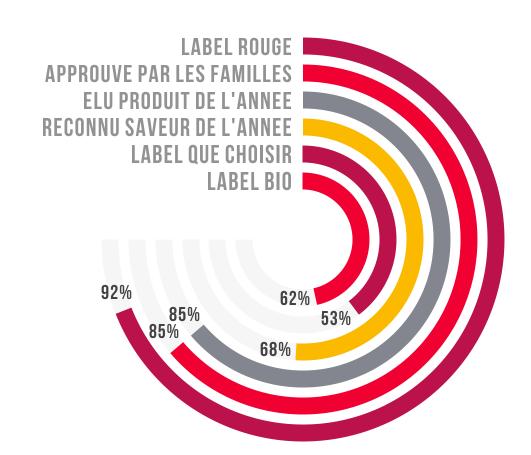
... DONT LES
PARENTS
TIENNENT
COMPTE POUR
LEURS ACHATS





PANORAMA DES LABELS

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE



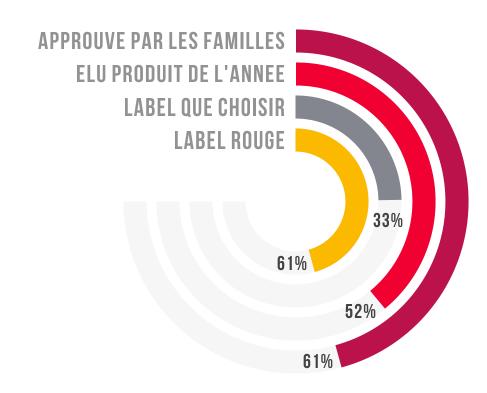




PANORAMA DES LABELS - CONSIDÉRATION ASSISTÉE

UNE FORTE INCITATION À L'ACHAT DES FAMILLES

Parmi les labels suivants, quels sont ceux qui vous motivent à acheter?









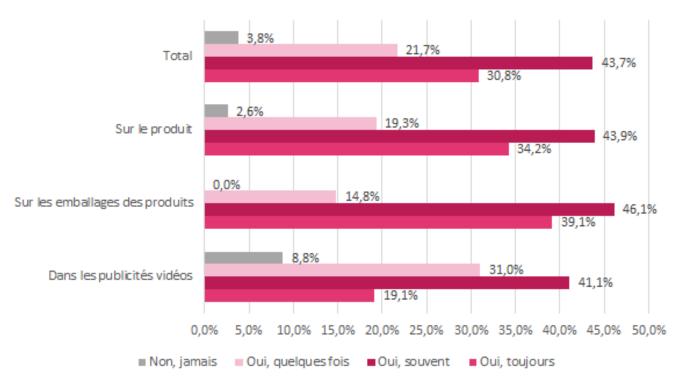
REPÈRES

FOCUS

DES REPÈRES VISIBLES

L'impact sur l'emballage est indéniable.

Remarquez-vous les logos sur des labels...



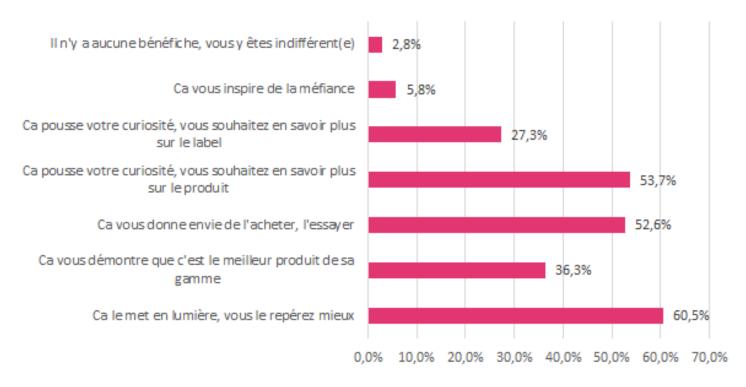


DES DÉCLENCHEURS

PROMOTEURS D'INTÉRÊT

sur l'emballage.

Pour vous, quel(s) bénéfice(s) a un produit lorsqu'il affiche un label dans son packaging ?



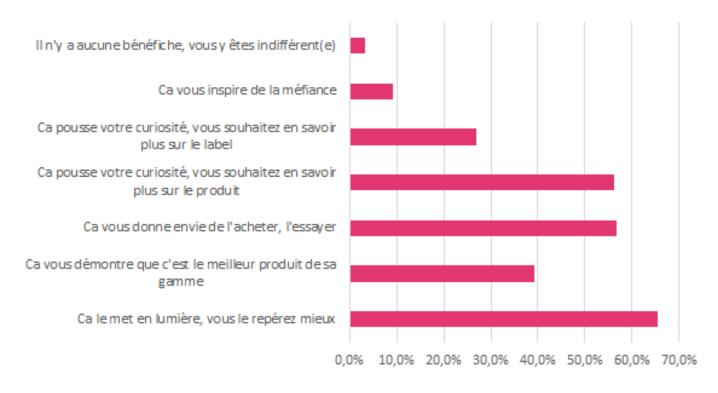


DES DÉCLENCHEURS

PROMOTEURS D'INTÉRÊT

dans la communication

Pour vous, quel(s) bénéfice(s) a un produit lorsqu'il affiche un label dans sa communication ?





PERTINENCE D'APPROUVÉ PAR LES FAMILLES DANS UNE STRATÉGIE MARKETING

CONFIANCE ET PRÉFÉRENCE

ont confiance dans le processus d'évaluation

76% ##############

achètent de préférence des produits arborant ce label



4 GRANDES QUALITÉS NOTÉES AU-DELÀ DE 4/5









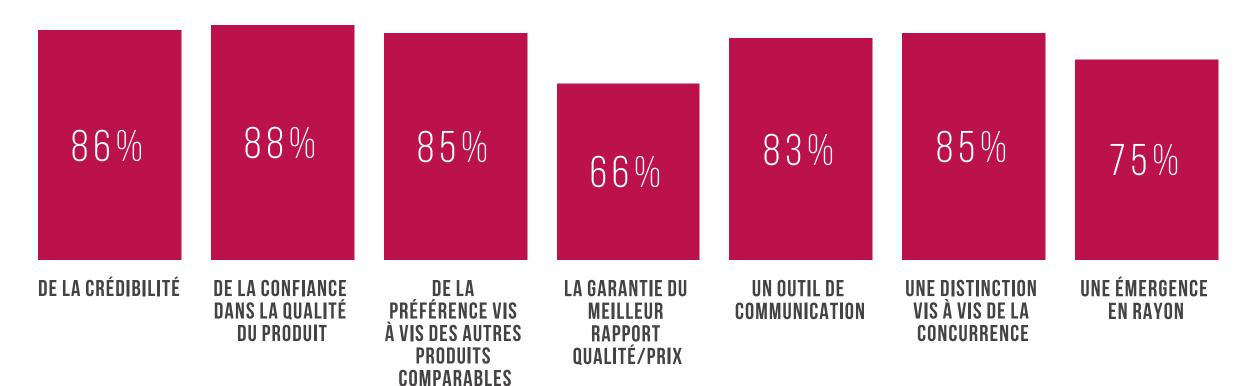
RENFORCE L'IMAGE QUE J'AI DE LA MARQUE QUI L'ARBORE



EST SOUMIS Á UN PROCESSUS D'ÉVALUATION SÉRIEUX ET TRANSPARENT



CE QU'APPROUVÉ PAR LES FAMILLES APPORTE AUX MARQUES QUI L'ARBORENT







Confiance, Incitation à l'achat, Gage de qualité, Renforcement de l'image de marque, Garantie de satisfaction, Témoin d'une innovation...

Autant de valeurs-forces pour les marques qui arborent le label **Approuvé par les Familles.**





APPROUVÉ PAR LES FAMILLES

LA RÉFÉRENCE POUR UNE CONSOMMATION ÉCLAIRÉE



LE 1ER REPÈRE DE CONFIANCE QUI RÉCOMPENSE LES MEILLEURS PRODUITS ET SERVICES POUR LES ENFANTS ET LA FAMILLE



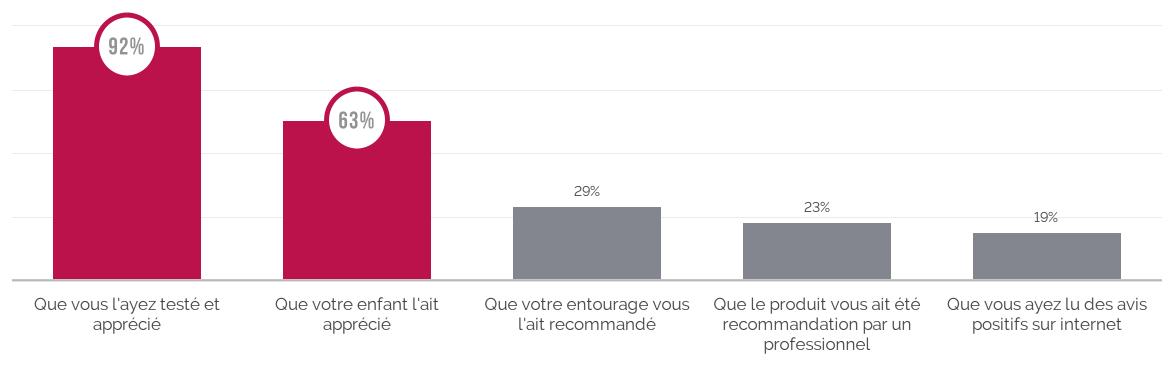
NOTRE RAISON D'ÊTRE

POUR LE CONSOMMATEUR : UNE CAUTION QUI AIDE À CONSOMMER MIEUX

POUR LES MARQUES : UNE CAUTION QUI CRÉE LA PRÉFÉRENCE

LE FONDEMENT : L'EXPÉRIENCE D'UTILISATION, LEVIER DE RECOMMANDATION

QUE VOUS FAUT-IL POUR RECOMMANDER UN PRODUIT À VOTRE ENTOURAGE ?





LES TESTS, MESURES FIDÈLES DU NIVEAU DE RECOMMANDATION

RÉALISÉS PAR UNE COMMUNAUTÉ DE PLUS DE 8 000 FAMILLES

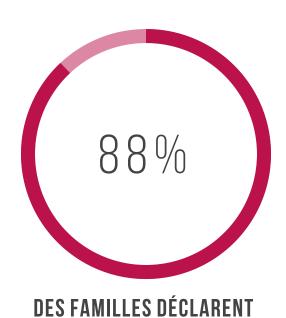
MENÉS DANS LA DURÉE, EN SITUATION DE CONSOMMATION RÉELLE

PERMETTANT DE RECUEILLIR L'ÉVALUATION DES ENFANTS ET PARENTS

TESTS SUR UNE TRENTAINE DE CRITÈRES D'ÉVALUATION + 5 QUESTIONS ADHOC BONUS

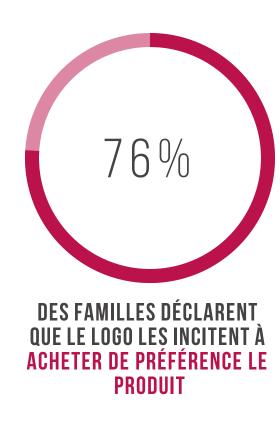


UNE DISTINCTION À FORTE VALEUR-CLIENT



QUE LE LOGO APLF/LA

MÉTHOLOGIE DE TESTS LEUR INSPIRE CONFIANCE







UN REPÈRE CONNU ET CRÉDIBLE

des familles françaises



de notoriété assistée



de considération assistée



DEPUIS 2020 : L'ÉCO-SCORE

• L'ECO-SCORE REFLÈTE LE NIVEAU D'APPRÉCIATION DES PARENTS SUR LES EFFORTS ÉCO-RESPONSABLES RÉALISÉS PAR LES MARQUES

dans la production de leur produit ou service lauréat Approuvé par les Familles.

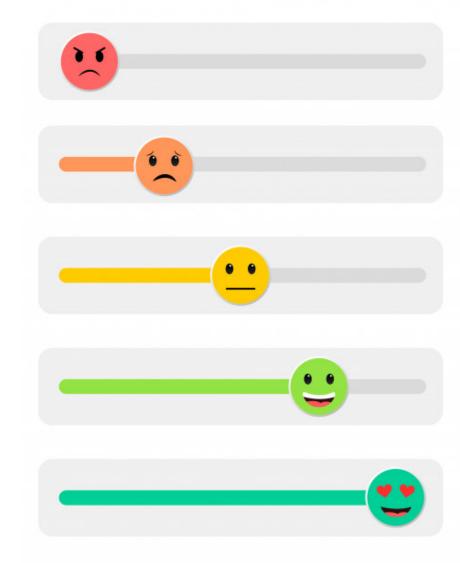
• EN TANT QUE NOUVEAU CRITÈRE D'ACHAT ET DE PRÉFÉRENCE





L'ÉCO-SCORE : MODALITÉS D'ATTRIBUTION

- CRITÈRES ÉCO-RESPONSABLES COUVRANT LES ASPECTS LIEU DE FABRICATION, EMBALLAGE, EFFORTS D'ÉCOCONCEPTION
- CHAQUE UNIVERS DE PRODUIT ET SERVICE DISPOSE DE 4 À 6 CRITÈRES ÉCO-RESPONSABLES.
- L'ÉVALUATION DES CRITÈRES ÉCO-RESPONSABLES PAR LES FAMILLES DONNENT LIEU À UNE NOTE /5 D'ÉCO-RESPONSABILITÉ. C'EST L'ECO-SCORE.





8 000 FAMILLES-TESTEUSES IMPLIQUÉES ET VOLONTAIRES, BÉNÉVOLES







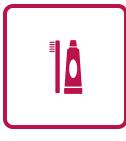




UNE RÉCOMPENSE MULTI-UNIVERS



ALIMENTATION ENFANT ET BÉBÉ



PRODUITS D'HYGIÈNE ET SOIN



JEUX ET JOUETS



PRODUITS ET LOISIRS NUMÉRIQUES



EQUIPEMENT DE L'ENFANT ET BÉBÉ



SERVICES AUX FAMILLES



UN OUTIL POUR RÉPONDRE À DIFFÉRENTS BESOINS

- LANCER UN NOUVEAU PRODUIT
- 2 REDYNAMISER UNE OFFRE
- **SE DISTINGUER DE LA CONCURRENCE**
- FAIRE SA PLACE AUPRÈS DE LA CONCURRENCE





DÉROULEMENT

DES TESTS EN SITUATION DE CONSOMMATION- POUR LES PRODUITS

Déroulé des tests

questionnaire en ligne



Les familles testent le produit chez elles durant plusieurs semaines

L'équipe recueille les avis et calcule la moyenne des notes attribuées

DES TESTS EN SITUATION DE CONSOMMATION - POUR LES SERVICES

Déroulé des tests dédiés aux services

 Étude quantitative auprès de 500 familles ayant déjà eu recours au service











 Visites mystères auprès de 50 familles





· Recueil des avis et calcul des moyennes

 Sont lauréats les services qui atteignent au moins la note de 14/20

APPROUVÉ PAR FAMILLES

Sont lauréats les produits qui obtiennent au moins la note de



APPROUVÉ PAR LES FAMILLES

UNE RÉCOMPENSE-CAUTION QUI REFLÈTE

- UNE EXPÉRIENCE D'UTILISATION RÉUSSIE ET PARTAGÉE PAR PARENTS ET ENFANTS
- 2 LA CAPACITÉ DU PRODUIT À ÊTRE ADOPTÉ DONC À RÉPONDRE DURABLEMENT AUX BESOINS DES FAMILLES
- 3 LE DEGRÉ DE VALORISATION PAR LES FAMILLES DES ENGAGEMENTS ET EFFORTS ÉCORESPONSABLES DE LA MARQUE
- 4 LA CAPACITÉ DU PRODUIT À ÊTRE RECOMMANDÉ PAR UNE FAMILLE À UNE AUTRE ET À SE DISTINGUER
- 5 LA PERTINENCE GLOBALE DE L'OFFRE ET DU SENS QU'ELLE PORTE DANS LE CONTEXTE FAMILIAL ACTUEL





Rosny-sous-Bois Map data ©2023 Google Montreuil LE MARAIS 11E Paris Vincennes rg Saint-Mandé Le Perreux-sur-Marne PICPUS Nogent-sur-Marne 12E Bry-sur-Mari Bois de Vincennes 13E Joinville-le-Pont Charenton-le-Pont Champigny-sur-Ma tilly Ivry-sur-Seine Maisons-Alfort Chennevièr **ADAMVILLE** Villejuif Vitry-sur-Seine Créteil **Ormes** Bonneuil-sur-Marne Sucy-en-Brie Chevilly-Larue Choisy-le-Roi Thiais Boissy-Saint-Léger ungis Limeil-Brévannes Orly

APPROUVÉ PAR LES FAMILLES, UNE MARQUE DE GÉNÉRATIONS & CO

2 rue Louis Pergaud 94700 Maisons-Alfort FRANCE

- www.approuveparlesfamilles.com
- www.generationsandco.com
- Générations and Co

NOUS CONTACTER:

Sarah Gaultier

- @ contact@generationsandco.com
- 01 84 17 89 84