



Communiqué de presse  
Le 20 mars 2023

## BAROMÈTRE APPROUVÉ PAR LES FAMILLES 2023

### Entre prise de conscience écologique et tensions économiques, quelle consommation pour les familles françaises ?

#### Quelle consommation pour les familles en 2023 ?

Entre **prise de conscience écologique et tensions économiques**, il est difficile de savoir ce qui est réellement à l'origine des immenses mutations de nos manières de consommer contemporaines. Comme souvent, les grands changements prennent vie et corps au sein du plus petit dénominateur commun de la société : **au sein des familles**. Le dernier **baromètre Approuvé par les Familles 2023**, réalisé par Générations & Co, apporte des réponses intéressantes à ces questions, et ouvre des pistes pour l'avenir des marques.

#### Ce que disent les familles :

##### Enseignements de la phase qualitative

"Les gens consomment trop."  
*Nadia*

" On achète moins, mais mieux. "  
*Isabelle*

" Il faut revenir aux fondamentaux. "  
*Françoise*

" Les enfants sont moteurs du changement. "  
*Henri*

Contact presse : [presse@approuveparlesfamilles.com](mailto:presse@approuveparlesfamilles.com)

Approuvé par les Familles

2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort



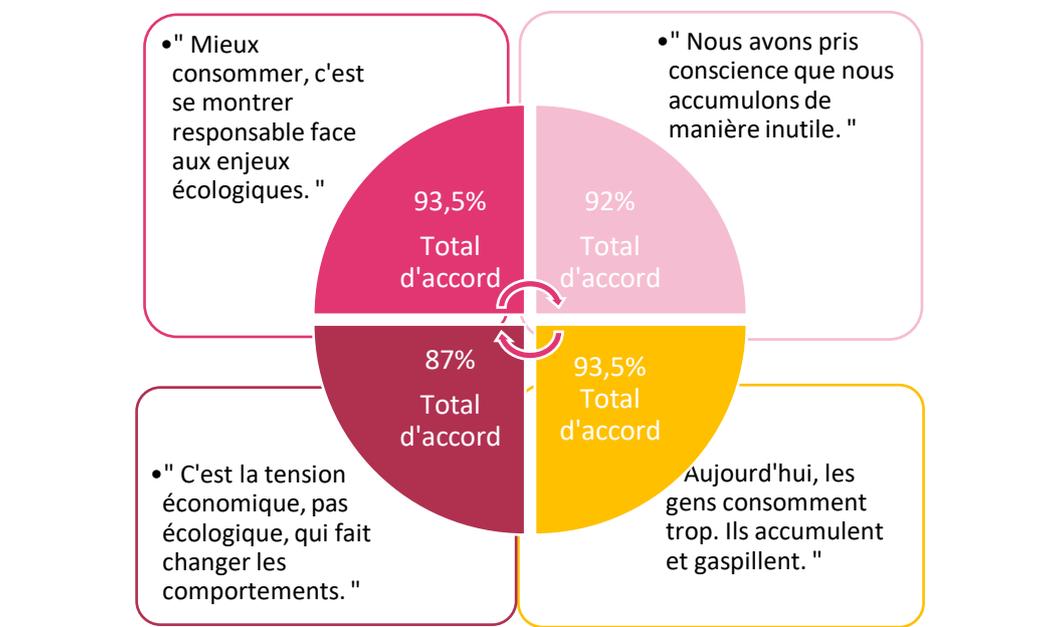
Dans une première étape qualitative, près de 300 familles ont été interviewées, dans l'objectif de comprendre ce qui, dans leur rapport à la consommation, aux achats, à l'argent avait principalement changé ces dernières années, ainsi que l'impact sur leur vie de famille. Plusieurs éléments dominent :

- Une consommation qui REdevient consciente
- Un alignement des planètes entre nécessité et devoir
- Des changements en profondeur dans la vie interne des familles
- Un nouvel enjeu : acheter moins, mais mieux.
- Le retour de la notion d'UTILITE
- Choisir ou subir de moins consommer ? C'est la question.

Où se trouve la vérité dans cette nouvelle CONSCIENCE de consommer ? Quelle part de la contrainte économique ?

## Trop, c'est trop

### Enseignement de la phase quantitative



Contact presse : [presse@approuveparlesfamilles.com](mailto:presse@approuveparlesfamilles.com)

Approuvé par les Familles

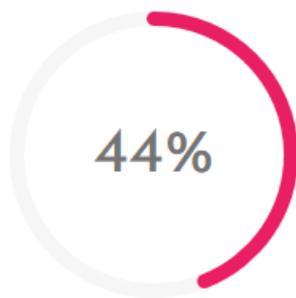
2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort



La surconsommation pèse sur la conscience. Ce constat, largement partagé, implique une nouvelle notion, ou plutôt le retour d'une notion ancienne : l'utilité. Désormais les familles vivent mal leur surconsommation, l'accumulation est jugée irresponsable et questionner l'utilité revient à identifier sa propre capacité de nuisance.

Pour autant, la tension économique reste très présente. On assiste à un alignement des enjeux sociétaux et privés... et à l'apparition d'une distinction entre besoin et envie.

### Selon les familles, la consommation est plus...



#### Plus consciente

- ✓ 35% interrogent systématiquement avant d'acheter le besoin lié à leur future utilisation du produit
- ✓ 24% ont recours à la 2<sup>de</sup> main ou au reconditionné
- ✓ 17% se sentent coresponsables de l'impact de leur consommation



#### Plus consciente ET plus contrainte

- ✓ 36% ont recours à la 2<sup>de</sup> main ou au reconditionné
- ✓ 26% interrogent leur besoin également
- ✓ 10% se montrent très vigilants sur l'origine des produits



#### Plus contrainte

- ✓ 54% sont ultra vigilants sur les prix
- ✓ 26% privilégient l'occasion sur le neuf
- ✓ 17% se concentrent sur l'utile et le nécessaire

Contact presse : [presse@approuveparlesfamilles.com](mailto:presse@approuveparlesfamilles.com)

Approuvé par les Familles

2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort



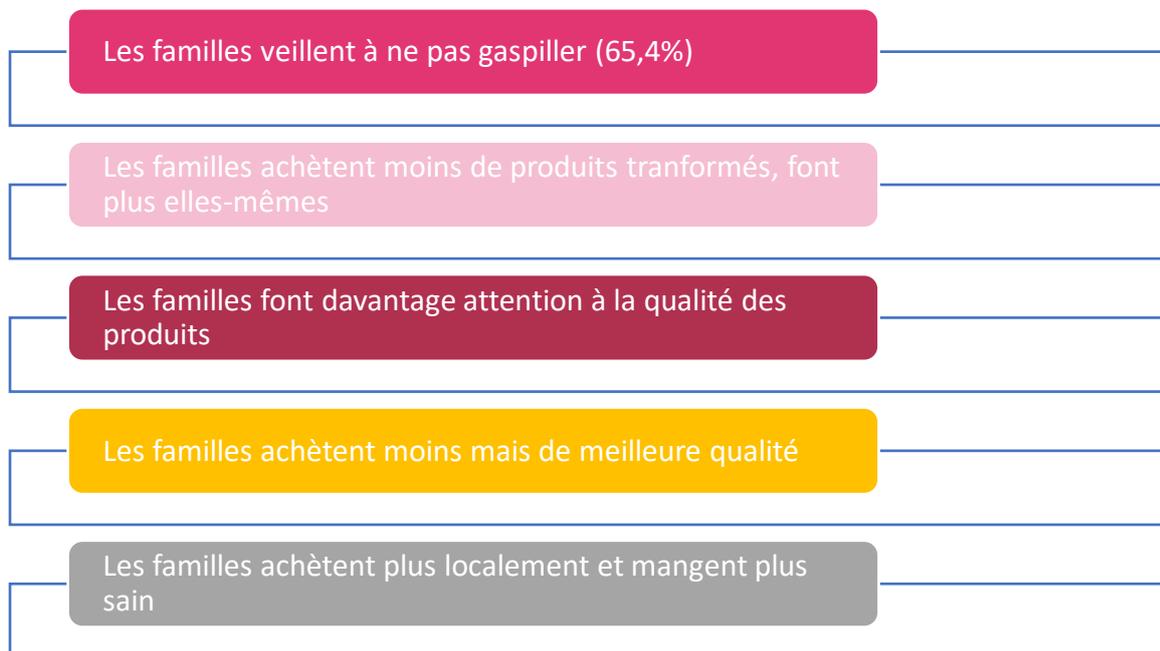
### 3 univers de conso principalement impactés

#### L'alimentation au cœur

L'alimentation, l'univers de l'habillement mais aussi celui des sorties et loisirs payants sont les 3 univers les plus concernés par ces changements de pratiques de consommation. Mais c'est véritablement l'alimentation qui est la plus touchée. 68% des personnes interrogées s'accordent pour dire que c'est dans l'alimentation que la consommation a le plus changé.

Pour autant dans cet univers, + de 50% des parents déclarent que, pour l'alimentation déjeuner et diner, c'est tout à la fois la contrainte écologique ET financière qui a motivé leur changement de consommation... et 41% uniquement leur contrainte financière.

De nouveaux gestes – ou le renouveau d'anciens gestes – apparaissent durablement :



C'est le retour des habitudes frugales, associées à un nouveau soucis de circularité : tri, réutilisation, réparation, récupération, seconde main.

Contact presse : [presse@approuveparlesfamilles.com](mailto:presse@approuveparlesfamilles.com)

Approuvé par les Familles

2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort



## Quel impact sur les familles ?

La contrainte issue de la hausse des prix combinée à l'urgence écologique a un impact réel mais nuancé sur les familles.

Un électrochoc positif qui les aide à changer plus vite leur manière de consommer 29%



Un regret, celui de ne pas pouvoir protéger les enfants des questions d'argent 26%



Une frustration, celle de devoir refuser des choses à leurs enfants 20%



Une perte d'équilibre qui nécessite de prendre de nouveaux repères 14%



**Mais c'est aussi un grand stress pour les parents et leurs enfants** dont la priorité éducative reste et demeure l'épanouissement et l'équilibre personnel de leurs enfants (62%).

Contact presse : [presse@approuveparlesfamilles.com](mailto:presse@approuveparlesfamilles.com)

Approuvé par les Familles

2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort



## Les enjeux qui se dessinent

### 5 grands enseignements

#### Un moment charnière

Un moment de prise de conscience écologique renforcée par la crise de l'énergie et l'émergence d'une nouvelle génération, combinée à une crise économique : un moment idéal pour cristalliser des changements profonds de consommation.

#### Des insights forts qui nécessitent de réinventer les réponses des marques

Retour de la notion d'utilité, de besoin vs de plaisir, MAIS AUSSI l'entrée définitive de la question de l'argent au sein de la relation familiale. C'est aussi la naissance de la RESPONSABILITÉ / CONSCIENTE du consommateur. Pour constituer une attente et un accueil favorable aux réponses innovantes qui transforment la contrainte en opportunité.

#### Une contrainte vécue comme une opportunité

Les familles renoncent avec plaisir à la fin du plaisir de consommer, en trouvant leur plaisir dans le réemploi, le mieux plutôt que le plus et la valeur au sens large.

*\* Le Baromètre Approuvé par les Familles fête ses 10 ans, avec toujours une même vocation : suivre les signaux faibles et les adoptions qui vont durablement structurer les relations entre parents, enfants, consommation et marques. Pour cette édition, l'étude a été réalisée en 2 phases. Une phase qualitative consistant en 257 interview semi guidées, et une phase quantitative consistant en une étude autoadministrée en ligne réalisée entre le 17/01 et le 01/02/2023 auprès de 1489 parents au profil représentatif de la population française.*

Contact presse : [presse@approuveparlesfamilles.com](mailto:presse@approuveparlesfamilles.com)

Approuvé par les Familles

2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort



**A propos de *Génération & Co* et d'*Approuvé par les Familles* :**

L'institut d'étude et de conseil aux entreprises *Génération & Co* décrypte depuis plus de 10 ans les attentes et pratiques de consommation des familles et plus largement les relations entre parents, enfants et consommation.

Une démarche que partage **Approuvé par les Familles**, qui fort de sa communauté de plus de 8 000 familles testeuses décerne chaque année son précieux label aux produits et services à destination des familles. [www.ApprouveparlesFamilles.com](http://www.ApprouveparlesFamilles.com)

Contact presse : [presse@approuveparlesfamilles.com](mailto:presse@approuveparlesfamilles.com)

Approuvé par les Familles

2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort