

# LE MARKETING BOOK FAMILLES

**O**n la qualifie de décomposée, de recomposée, de monoparentale, d'éclatée... On les dénomme Bobos ou célibataires endurcis, on les dénigre pour leur conservatisme ou on les encense pour leur hédonisme dépensier. Bref, qu'en est-il réellement de ce que les statisticiens nomment le ménage et les sociologues le foyer ?

A partir des chiffres de TNS Secodip, de TNS Media Intelligence et de toutes les autres données disponibles sur ce sujet, nous tentons de cerner cette entité qu'est la famille, qu'elle définisse une personne seule, un couple ou encore un couple

avec plusieurs enfants : contours statistiques et socio-démographiques, styles de vie, modes de consommation, etc.

L'ensemble des marchés, alimentaires et non alimentaires, est ainsi revisité sous l'angle de cette problématique afin de dégager les spécificités de chacun : célibataires, jeunes couples, jeunes familles, familles avec adolescents, avec des enfants majeurs, couples âgés, vieux célibataires...

Un état des lieux en 200 pages, précis, documenté, concret, pratique.

## SOMMAIRE

### DONNEES STATISTIQUES

#### DONNEES DEMOGRAPHIQUES

POPULATION  
STRUCTURES FAMILIALES  
REGIONS & HABITAT  
EDUCATION

#### DONNEES SOCIO-ECONOMIQUES

POPULATION ACTIVE  
SANTE  
REVENUS  
EVOLUTION DE LA CONSOMMATION  
VIE SOCIALE / LOISIRS  
PRATIQUES SPORTIVES  
PRATIQUES CULTURELLES  
RESTAURATION  
VACANCES

### COMPORTEMENTS ET ATTITUDES

#### LA FAMILLE, APEX DES VALEURS

#### TYPLOGIES DES FOYERS

TYPLOGIE CONSOSCAN  
TYPLOGIE SIMM  
TYPLOGIES AMERICAINES

#### LE PROCESSUS DECISIONNEL DANS LA FAMILLE

#### LIEUX D'ACHAT

LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION SELON LES  
CYCLES DE VIE  
LA VENTE PAR CORRESPONDANCE  
LE COMMERCE ELECTRONIQUE

#### LES MEDIAS

FONCTIONS ET ROLES DES MEDIAS

### LES MARCHES ALIMENTAIRES

#### LE PETIT DEJEUNER

#### LE SNACKING

#### LES AIDES A LA CUISINE

#### LES FECULENTS

#### LES ENTREES ET LES PLATS

#### LES PRODUITS FRAIS BRUTS

#### LES PRODUITS LAITIERS

#### LE PETFOOD

#### LES BOISSONS NON ALCOOLISEES

#### LES BOISSONS ALCOOLISEES

### LES MARCHES NON ALIMENTAIRES

#### BIENS DURABLES

LA MAISON ET SON IMAGE  
L'ELECTROMENAGER  
LES EQUIPEMENTS DE LOISIRS  
L'AUTOMOBILE

#### BANQUES / ASSURANCES

BANQUES  
ASSURANCES

#### TEXTILE

#### HYGIENE - BEAUTE

LES PRODUITS D'HYGIENE  
LES PRODUITS CAPILLAIRES  
LA BEAUTE ET LES SOINS

### COMMUNICATION

POUR TOUTE INFORMATION  
COMPLEMENTAIRE :

**REMY SANSALONI,**  
Pôle Intelligence Marketing

Tél.: 01 30 74 81 68

Fax: 01 30 74 89 24

[rsansaloni@secodip.com](mailto:rsansaloni@secodip.com)