

L'Observatoire des nouvelles réalités familiales

Comment répondre aux attentes des nouvelles
formes de familles et de parentalité

Présentation de l'Observatoire



De nombreuses évolutions qui transforment le modèle traditionnel

EVOLUTION DU CADRE INSTITUTIONNEL

- Diminution constante du nombre de mariages : en France, le taux de nuptialité est passé de 7,8 pour 1000 en 1970 à 3,3 pour 1000 en 2020
- Augmentation des unions libres et des PACS
- 2/3 des enfants naissent hors mariage pour 7% dans les années 70



CROISSANCE DES FAMILLES RECOMPOSÉES

- 9 % des familles, soit environ 720 000 familles, sont des familles recomposées.
- 1,5 million d'enfants mineurs vivent dans ces familles, ce qui représente environ 11 % de l'ensemble des enfants en France



AUGMENTATION DU NOMBRE DE FAMILLES MONOPARENTALES

- 1 famille sur 4 est monoparentale.
- 82% de ces parents isolés sont des femmes.
- 1,5 millions de mères célibataires en France (un chiffre qui a quasiment doublé en 30 ans).

EVOLUTION DU CADRE JURIDIQUE POUR LES FAMILLES HOMOPARENTALES

- Loi mariage pour tous en 2013
- Loi sur l'extension de la PMA en 2021
- Mais aussi co-parentalité



EVOLUTION DES CONTOURS DE LA FAMILLE

- Evolution des relations affectives, amicales / nouveaux arbitrages en matière de natalité
- Familles électives basées sur des liens affectifs plutôt que biologiques
- Epidémie de solitude

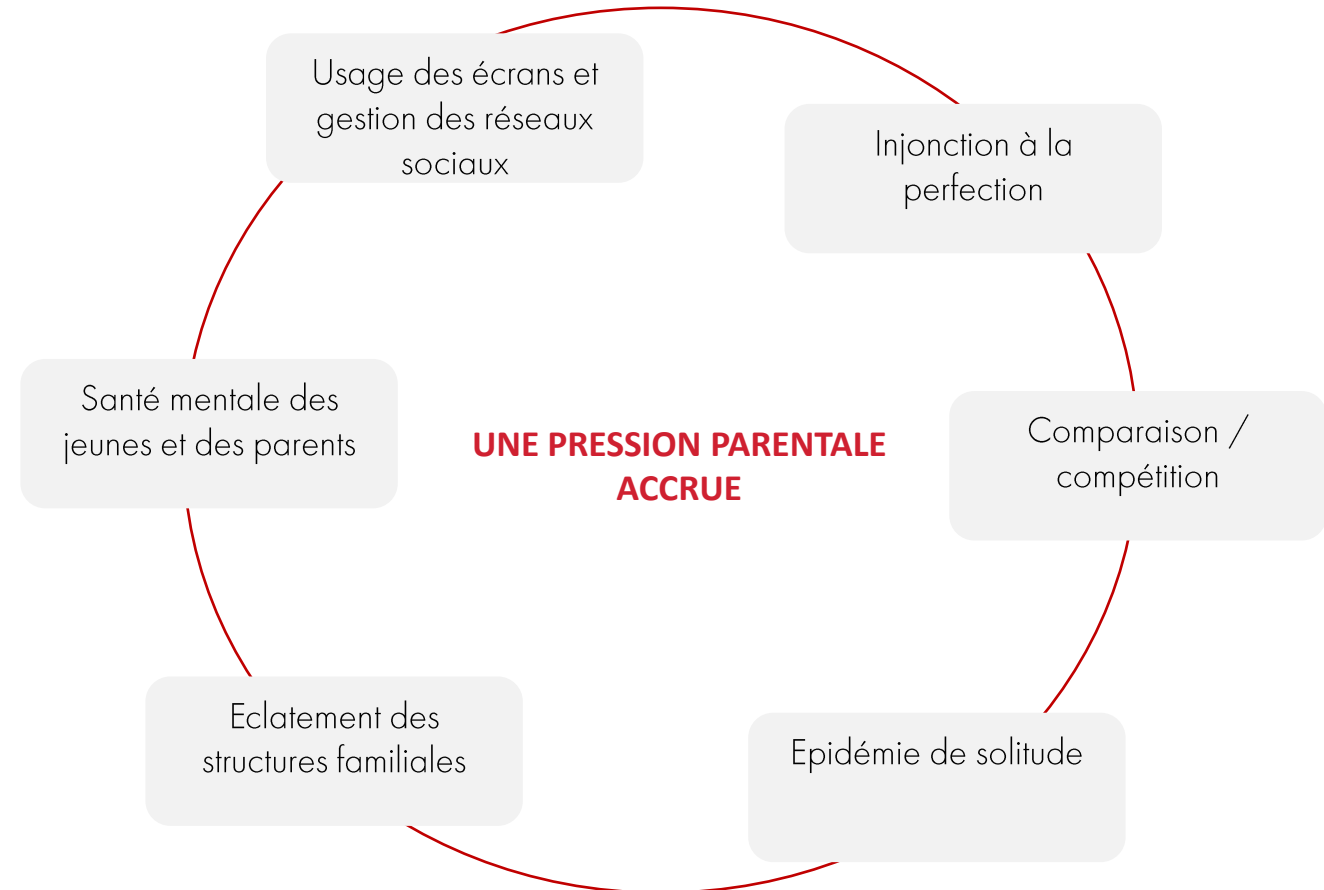


BAISSE DE LA MISE EN COUPLE DE LA NATALITÉ ET PARENTALITÉ TARDIVE

- 54% des 25-34 ans sont aujourd'hui en couple soit -12 points par rapport à 1990
- En 2023, le nombre de naissance a baissé de 6,6 % par rapport à l'année 2022.
- L'âge du premier enfant continue d'augmenter

Pour les parents : de nouveaux défis en matière de parentalité !

UN SUJET QUI OCCUPE DE PLUS EN PLUS DE TERRAIN



Objectifs de l'Observatoire

SAVOIR

Saisir les définitions et contours renouvelés du couple et de la famille, questionner le choix d'avoir ou non des enfants

Mieux comprendre **les modes de vie et l'organisation quotidienne** des familles (mobilité et logement, organisation du temps, pratiques de consommation, gestion budgétaire, etc.), l'impact du numérique sur les relations affectives, de couple, familiales, etc.

Creuser **les ressorts de la parentalité contemporaine** (nouvelles formes, impact des écrans, équilibre vie pro/perso, etc.)

Approfondir **les projections et aspirations** des familles tout en identifiant **les besoins émergents, les points de tension et les attentes** adressées aux acteurs publics et privés

SAVOIR-FAIRE

Identifier de nouveaux profils de à adresser

Constituer un socle solide permettant de réfléchir à des solutions / offres adaptées ou à de nouveaux produits / services

Eventuellement, mieux accompagner en interne les nouveaux collectifs de travail, en lien avec leur schéma familial.

FAIRE SAVOIR

Adapter ses éléments de langage et communication à ces réalités et au plus près des Français

Nourrir un positionnement d'entreprise en lien avec les aspirations sociétales montantes

Mettre en avant la prise en compte de ces modèles familiaux, au sein de vos collectifs de travail



Une enquête quantitative auprès d'un large échantillon

Notre approche méthodologique pour cette étude se déroule en plusieurs étapes clés :



Enquête en ligne (CAWI)

Une enquête auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus, de 4000 personnes pour une robustesse et des analyses détaillées sur une base statistique solide, permettant d'approfondir le vécu et ressenti des différents schémas familiaux mais aussi de croiser les regards en fonction des générations (enfants / parents / grands-parents)



Co-construction

Élaboration du questionnaire final avec nos partenaires.



Segmentation des Français

Un large ensemble de variables descriptives permettant de définir avec précision le profil des répondantes (géographiques, sociodémographiques, socio-culturels, modes de vie....).



Approfondissement qualitatif

En option : un volet d'approfondissement qualitatif auprès de différentes formes de familles (famille monoparentale, homoparentale, recomposée, etc.), pour creuser les parcours familiaux et illustrer en finesse les résultats de l'enquête quantitative.

Différents formats de livrables vous permettant de vous approprier et de communiquer sur les résultats de l'étude

- Un rapport complet comportant l'analyse de l'ensemble des résultats
- Une synthèse dessinée des enseignements de l'étude
- Une infographie
- Un workshop de restitution et appropriation de l'ensemble des éléments
- Le support de présentation (format ppt) des principaux enseignements de l'étude
- La base de données de l'enquête (format spss et/ou excel) et le tableau des tris croisés des réponses avec un ensemble de variables descriptives du répondant



Installer l'Observatoire dans le débat public

Cet Observatoire est pensé pour soutenir la prise de parole des partenaires sur le temps long. L'ObSoCo dispose d'un réel savoir-faire dans la médiatisation de ses Observatoires qui constituent des **sources de référence**.

Dans cet esprit, en collaboration avec le service presse des partenaires, nous assurons :



Supports de communication

- Branding des documents avec indication des partenaires
- Dossier de presse et communiqué
- Infographie des principaux résultats
- Supports pour les réseaux sociaux



Prises de parole

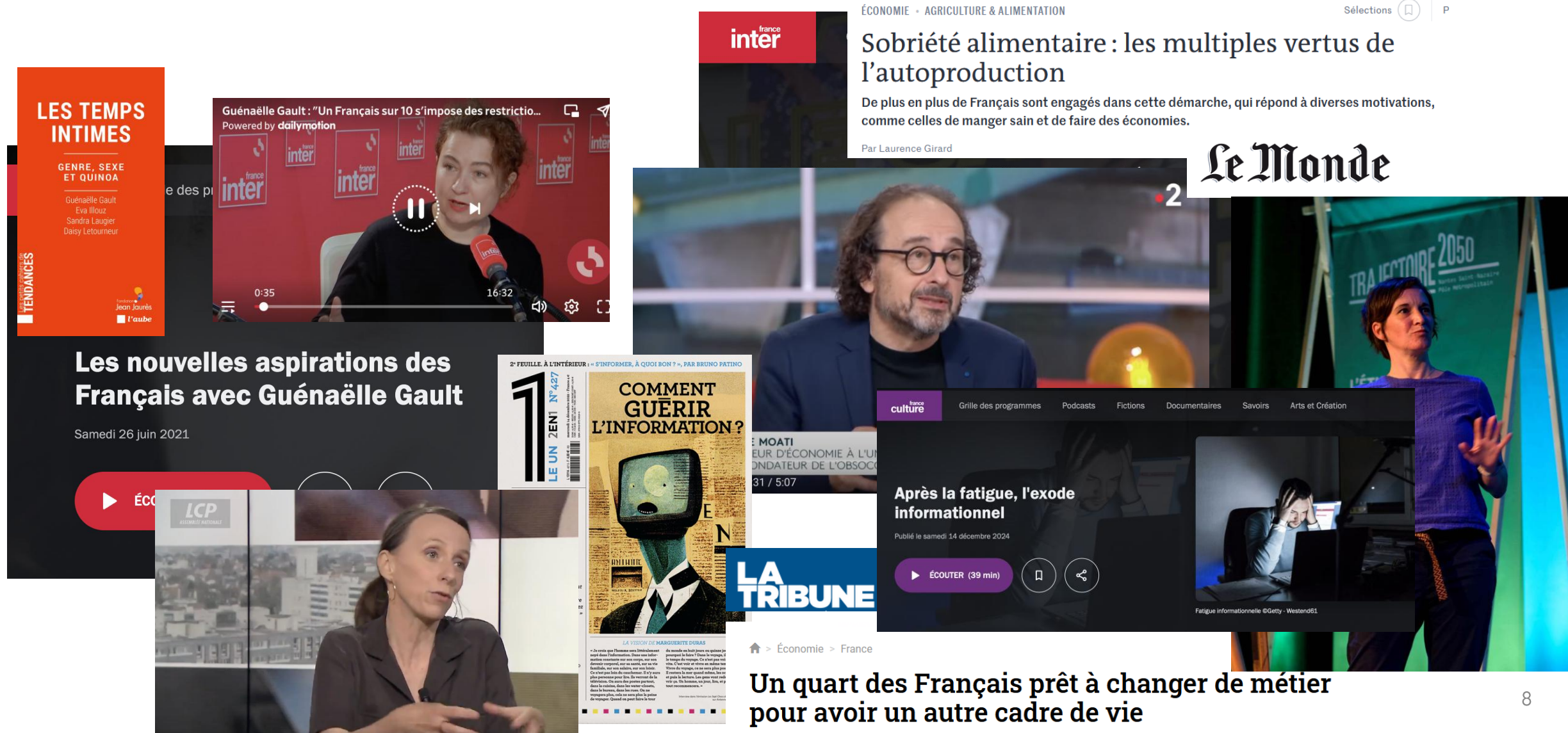
- Conférence de presse avec possibilité de prise de parole
- Webinar à diffusion externe
- Intervention de notre équipe sur un évènement de votre choix



Reprises média

- Prise en charge des relations média et des interviews par nos équipes

L'ObSoCo contribue, à vos côtés, à porter le sujet dans le paysage médiatique



» Économie » France

Un quart des Français prêt à changer de métier pour avoir un autre cadre de vie

Planning & investissement

Calendrier de réalisation



Modèle de financement

3

Partenaires

nécessaires pour lancer l'Observatoire

25K€

Investissement

25K€ par partenaire (HT)

Contacts

Guénaëlle GAULT

Directrice générale de L'ObSoCo

g.gault@lobsoco.com

06.48.16.87.06

Marie GARIAZZO

Directrice

m.gariazzo@lobsoco.com