

A photograph of a family in a bright, indoor setting. A woman is carrying a young girl on her shoulders. The girl has her arms raised and is smiling. In the foreground, the back of a man's head and shoulders is visible. The overall atmosphere is warm and happy.

**Family** *Talks*

**FAMILY TALKS**  
**OSSERVATORIO Mamme e Papà**

**ABSTRACT**

## INTRODUZIONE

**FAMILY TALKS** è il nuovo **osservatorio** sul mondo famiglie nato dalla collaborazione di **Mondadori** e **Infovalue**. Osservatorio che “dialoga” ogni 6 mesi con **mamme e papà con figli 0-14 anni** su temi di marketing e argomenti di attualità interpretati secondo l’approccio delle **PERSONAS**.

Il presente documento espone i principali risultati raccolti con la prima indagine realizzata nell’ambito dell’osservatorio, realizzata con oltre 100 QUESTION POINT e dedicata a:

- **Mamme e papà per la prima volta a confronto:** analogie e differenze nella gestione dei figli.
- **L’alimentazione in famiglia:** stili e comportamenti, con un focus su **colazione e merenda**.
- Altri temi specifici e di dettaglio.

I risultati presentati sono una **prima panoramica delle informazioni** disponibili: è possibile ottenere ulteriori **output personalizzabili** (Report Ad-Hoc) per tematiche e target di interesse.



## PRINCIPALI OBIETTIVI DELL'OSSERVATORIO

1. **Descrivere a confronto mamme e papà** per atteggiamenti e comportamenti prevalenti in relazione ai figli 0-14 anni
2. **Segmentare** mamme e papà per caratteristiche socio-demografiche e bisogni secondo l'approccio delle **PERSONAS**.
3. Effettuare approfondimenti completi e mirati riguardanti il **tema dell'alimentazione dei figli** 0-2 anni (allattamento e svezzamento) e 3-14 anni (colazione e merenda).

## FINALITA' INFORMATIVE

1. Disporre di un **quadro aggiornato ed approfondito per TEMI** riferito alle famiglie con figli.
2. Utilizzare **INSIGHT operativi** e finalizzati a innovazione e comunicazione.
3. Declinare il **posizionamento della propria marca** in relazione ai bisogni delle famiglie, dei target, delle PERSONAS.



## METODOLOGIA

Approccio integrato basato su 3 fonti informative:

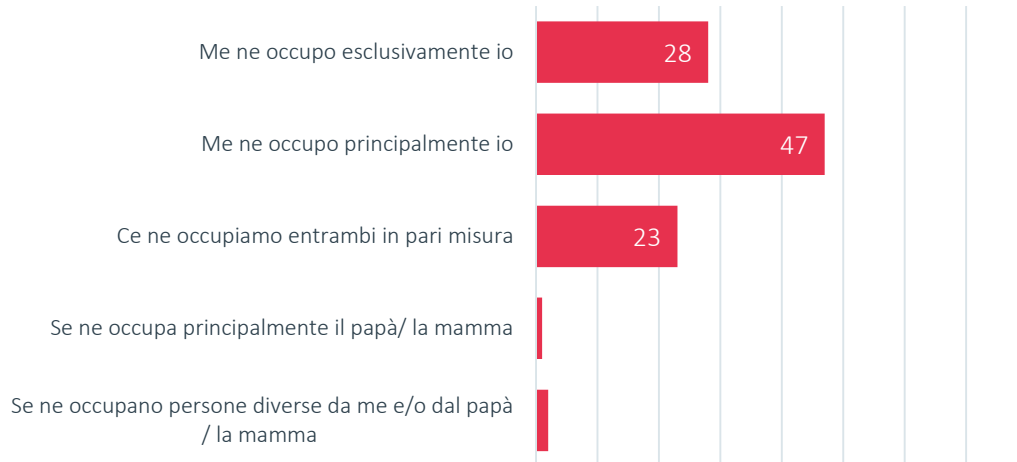
- **Creazione di una Community di papà** «coinvolti» nella gestione dei figli, con cui abbiamo dialogato mediante un FORUM-ON-LINE.
- **Utilizzo di MY FAMILY LAB**, il panel WEB Mondadori , piattaforma informativa di WE-TALKS con cui abbiamo realizzato un'indagine CAWI presso mamme e papà.
- **Conduzione di una serie di colloqui qualitativi** con le mamme per «aggiornare» il patrimonio informativo di base di WE-TALKS.

## CAMPIONE RILEVAZIONE CAWI

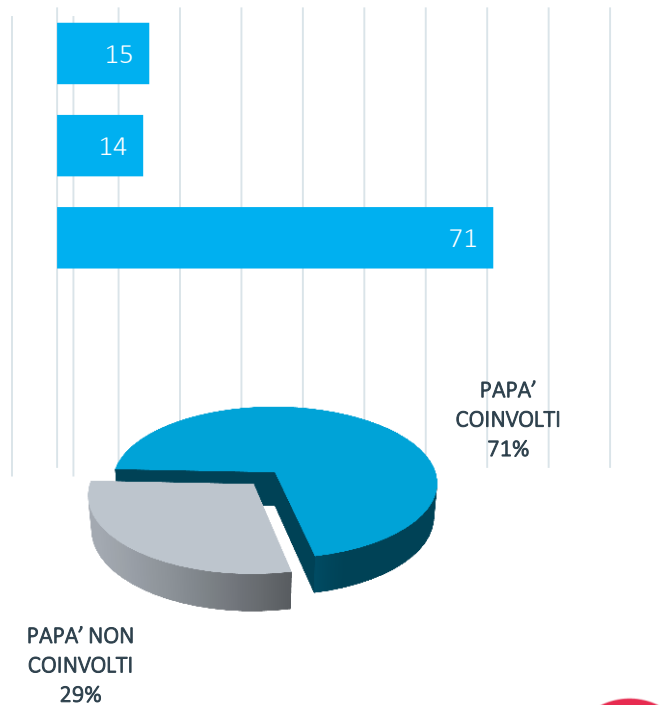
- **Target mamme** – campione di **2.260 donne con figli 0-14 anni** rappresentativo del corrispondente universo (secondo ISTAT) di 000000 individui per i principali parametri sociodemografici.
- **Target papà** – campione di **800 uomini con figli 0-14 anni** opportunamente selezionati in quanto «**coinvolti**» nella gestione quotidiana dei figli e quindi auto-rappresentativo.

# CONDIVISIONE IMPEGNI QUOTIDIANI VERSO I FIGLI

## TARGET MAMME



## TARGET PAPÀ



Q.4 Pensando alla gestione pratica / quotidiana di tuo figlio/a come ad esempio preparare i pasti, vestirlo/cambiarlo accompagnarlo all'asilo/scuola, alle visite mediche, ad attività ludiche ... quale delle seguenti affermazioni descrive meglio la tua situazione?

# UN ESEMPIO DI QUESTION POINTS

Quanti tipi di mamme ci sono?

Quanto sono coinvolti i papà nella gestione dei figli?

Come navigano ONLINE le mamme e i papà?

I figli possono accedere a INTERNET?

L'alimentazione in famiglia cambia con l'arrivo dei figli?

Qual è l'impatto dei nuovi stili alimentari e della cucina etnica?

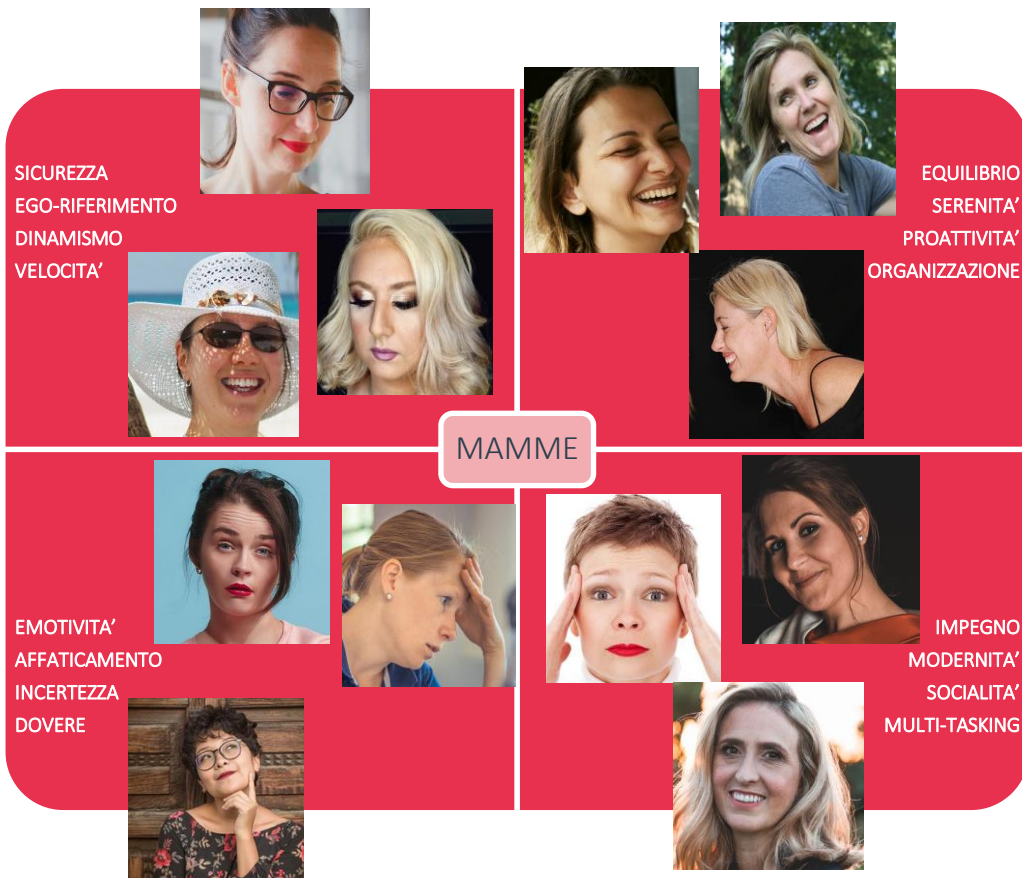
Si va a mangiare fuori casa: dove?

Le merendine sono davvero onnipresenti?

Chi sceglie cosa consumare a colazione?

# COMPRENDIAMOLE CON LE PERSONAS

Quanti tipi di mamme  
ci sono?



12 Profili di mamme dinamiche,  
organizzate, emotive, sociali...

**Family** Talks

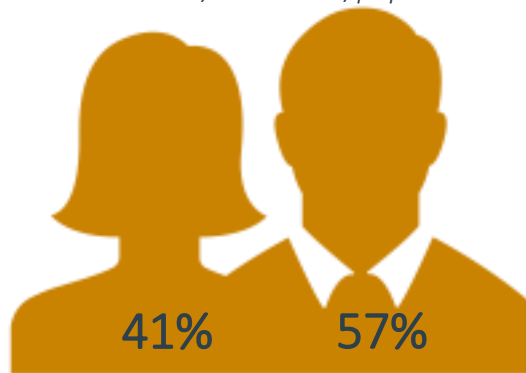


# UN PAPA' SUPER-EROE

Ha una diversa percezione rispetto alle mamme del proprio impegno verso i figli e si considera decisamente un «bravo papà»

Per almeno 1/3 dei casi non ritiene di aver bisogno di modelli educativi di riferimento

*In generale, pensando a tutto quello che fai, quanto sei d'accordo nel ritenerti una brava/o mamma/papà?*



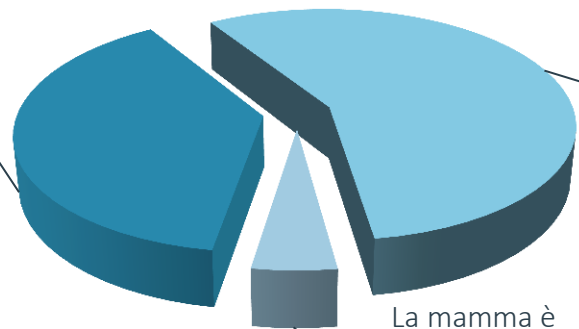
Quanto e come sono coinvolti i papà nella gestione dei figli?

I ruoli dei genitori sono diversi e complementari

38%

Il ruolo del papà e della mamma sono assolutamente intercambiabili

57%



La mamma è sempre la mamma

5%

**Family Talks**

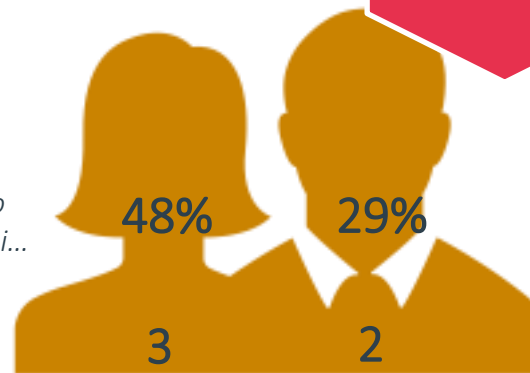
# MAMME E PAPA' NAVIGANO ONLINE IN DIREZIONI DIVERSE

Mamme più orientate alla ricerca di informazioni e servizi quotidiani e «operativi», papà più selettivi e mirati

L'età dei figli condiziona l'utilizzo del WEB da parte delle mamme

Come navigano online mamme e papà?

Con i SOCIAL cerco soprattutto informazioni su prodotti e servizi...



N° MEDIO attività svolte sui SOCIAL

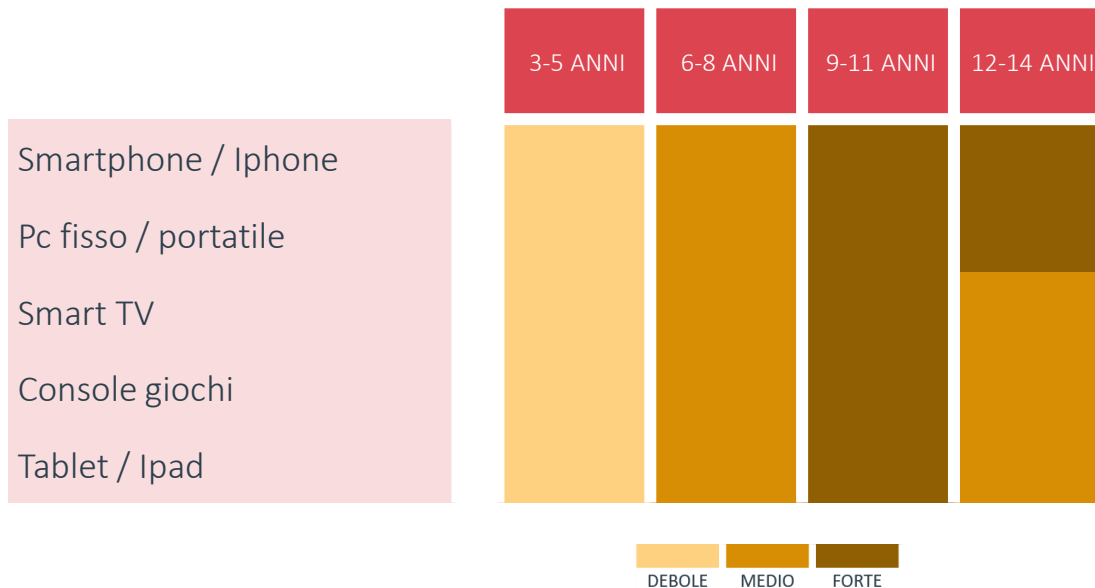


Family Talks

# INTERNET SENZA BARRIERE

I figli sono immersi nella tecnologia e possono accedere a INTERNET da varie «porte d'ingresso» senza difficoltà

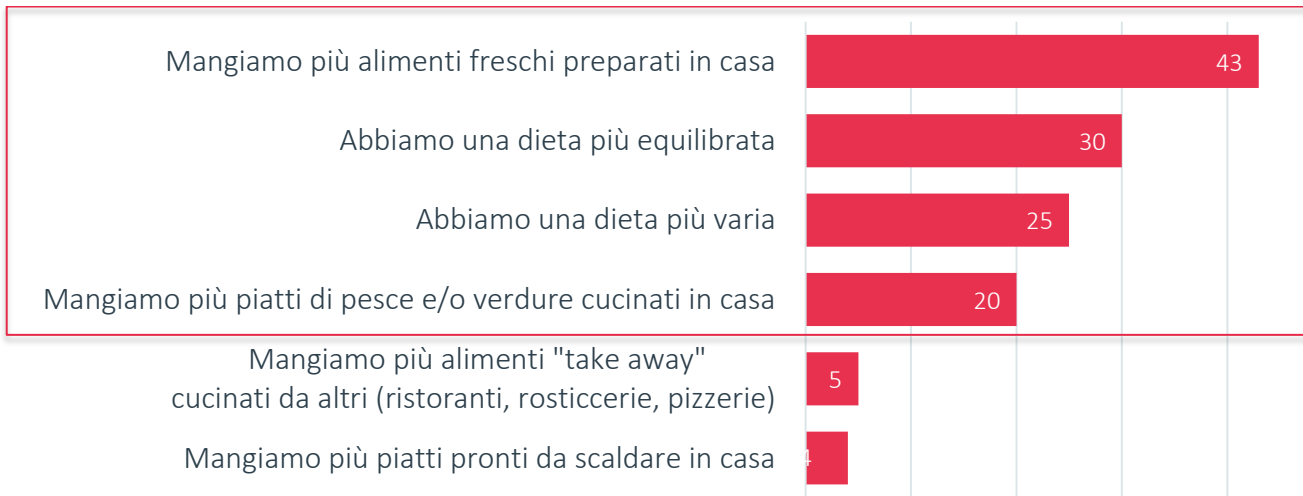
I figli possono accedere a INTERNET?



# L'ARRIVO DEI FIGLI SI SENTE ANCHE IN CUCINA

L'alimentazione in famiglia cambia con l'arrivo dei figli?

Le abitudini alimentari cambiano con l'arrivo dei figli...



... ma fino all'età di 5 anni, poi liberi tutti.

# FAMIGLIE E NUOVI STILI ALIMENTARI NON VANNO ASSIEME, VINCE LA CUCINA ETNICA

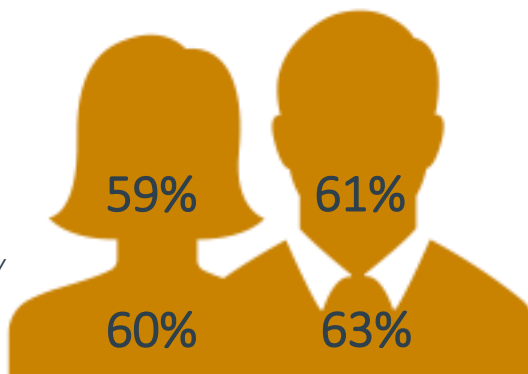
Vegetariani, vegani, crudisti sono presenti in meno del 10% delle famiglie con figli....

...e anche quando gli adulti praticano questi stili i bambini non sono coinvolti.

Ma per la cucina etnica siamo tutti d'accordo!

*In generale sei favorevole a consumare questo tipo di alimenti?*

*Sei favorevole a far provare / proporre cibi etnici ai bambini / ragazzi?*



Qual è l'impatto dei nuovi stili alimentari e della cucina etnica?

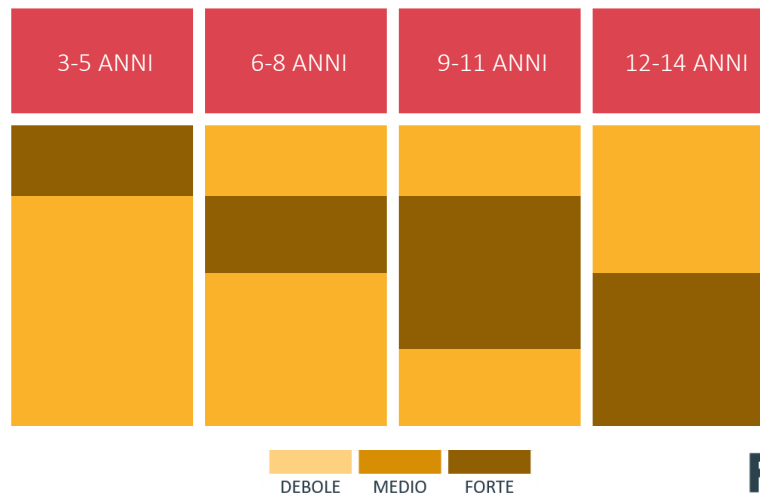
# OGNI OCCASIONE E' BUONA

Circa il 50% di mamme e papà mangiano fuori casa con i figli almeno 1 volta a settimana...

... e ogni età ha il suo ENTRY POINT!

Si va a mangiare fuori casa: dove?

Panifici / Bar / Centri commerciali  
McDonald's / Burger King / Pizzerie  
Ristorante tradizionale  
Ristorante etnico



# MERENDINE E OBESITA': MOLTA STRADA DA FARE

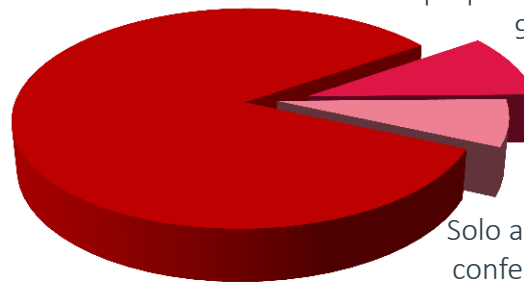
Le merendine sono davvero onnipresenti?

Solo il 9% delle mamme ne esclude l'utilizzo...

*In generale cosa preferisci dare a tuo figlio/a per colazione/o merenda?*

A volte alimenti confezionati, a volte alimenti freschi  
84%

Solo alimenti freschi da preparare in casa  
9%



Solo alimenti confezionati pronti  
7%

... e solo il 7% delle mamme considera suo figlio sovrappeso!

# ANCHE I FIGLI SONO DECISORI

Circa il 40% delle mamme lascia libertà ai figli di decidere cosa consumare...

Chi sceglie cosa consumare a colazione?

*Lasci decidere tuo figlio/a cosa consumare a ....?*

	TOTALE	3-5 ANNI	6-8 ANNI	9-11 ANNI	12-14 ANNI
COLAZIONE	42%	31%	39%	45%	51%
MERENDA META' MATTINA	35%	19%	31%	39%	47%
MERENDA POMERIGGIO	38%	28%	34%	41%	48%

... e questo avviene anche per i figli più piccoli