

Moms&Kids Outlook 2021

Lo scenario: preoccupazioni, situazione economica ed impatti post Covid

Estratto per il Momketing 2021

Milano, 4 novembre 2021

 Momketing ONLINE
new moms, new marketing



eumetra

Knowledge. Vision. Decision.

Metodologia della ricerca

CAMPIONE:

2.000
MAMME

Macro aree trattate:

- Scenario e climi di consumo
- Salute e benessere
- Sostenibilità
- Digital
- Comunicazione e influencer
- Acquisti, canali e promo
- Focus Farmacia
- E-commerce
- Giochi

500 PER TARGET:



PREGNANT PRIMIPARE

MAMME CON FIGLI IN ETÀ 0-3 ANNI

MAMME CON FIGLI IN ETÀ 4-6 ANNI



MAMME CON FIGLI IN ETÀ 7-11 ANNI

TECNICA E PERIODO RILEVAZIONE

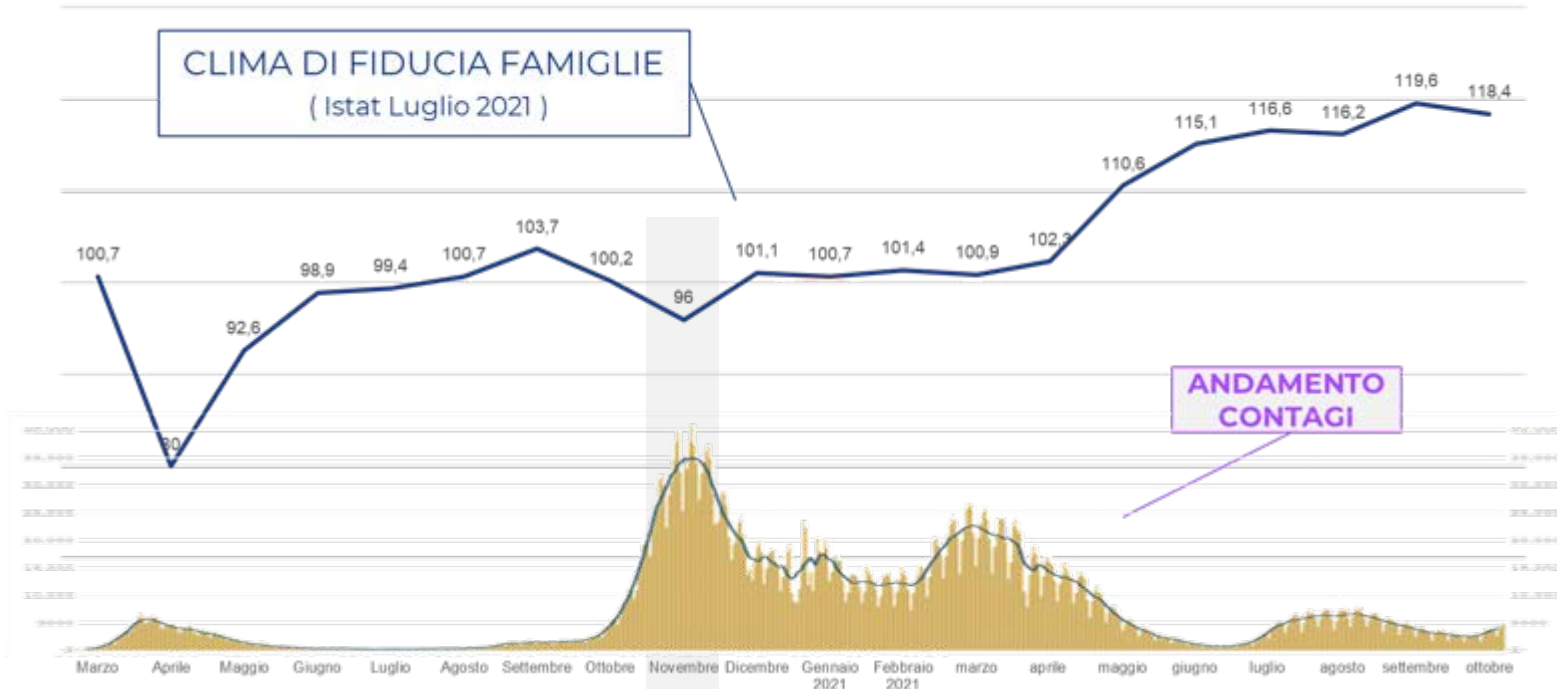


Computer
Assisted
Web
Interviewing



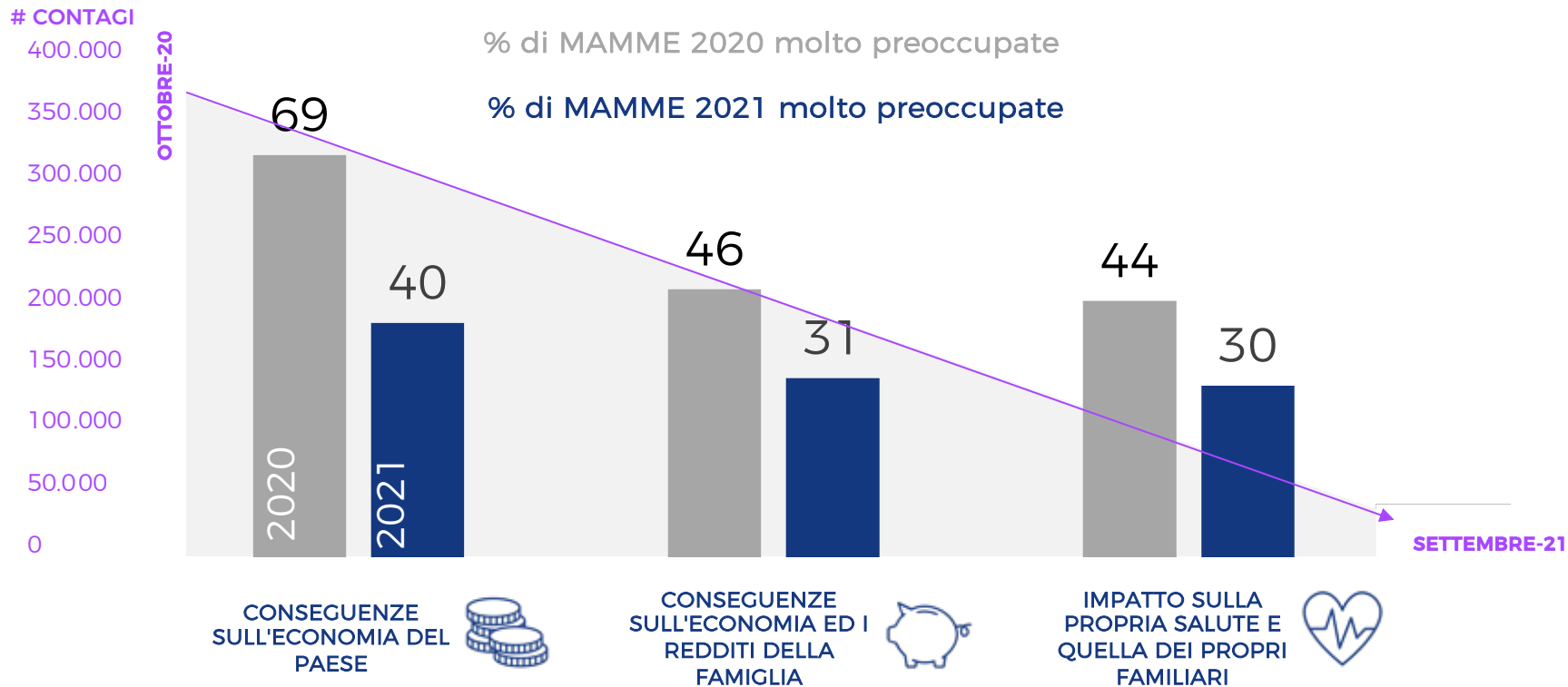
Settembre 2021

Climi di consumo e contagi in Italia: ottobre 2021



Momketing
2020

Le preoccupazioni delle mamme: il sollievo dell'autunno 2021



The background features several faint, hand-drawn speech bubbles and a smiley face. One bubble contains the text "How are you?", another says "I'm fine", and a third lists various emotions: "in agony, Depressed, Lonely, ignorant, Angry, frustrated, Jealous, grieved, crossed, Jealous, hurt, Pained, Upset, Pained".

**IN REALTÀ... BENE, MA NON
BENISSIMO...**

*La normalizzazione è da
completare ed i climi di
consumo risentono ancora dei
pesanti cambiamenti di questi 2
anni.*

Il “long Covid” è anche nei climi sociali
(con l’aggiunta dei pericoli dell’inflazione)

La situazione economica delle famiglie «pre» e «post» Covid: migliora, ma non per tutti

Pensando alla situazione della tua famiglia prima del Covid e alla situazione attuale, diresti che



LE ENTRATE SONO...

.. AUMENTATE	6%	
.. STABILI	59%	
.. DIMINUITE	35%	-10% VS 2020

**E PER 1 MAMMA SU 2 I
RISPARMI
SONO DIMINUITI**

La lenta previsione di ripresa

Pensi che le entrate della tua famiglia possano riprendersi?



LA RIPRESA DELLE ENTRATE DELLA FAMIGLIA...

(base: chi ha registrato cali)

40% LE ENTRATE SI RIPRENDERANNO (LENTAMENTE)

32% LE ENTRATE **NON** SI RIPRENDERANNO (o solo in parte)



LE STRATEGIE DI CONSUMO RESTANO ORIENTATE ALLA PRUDENZA

(con qualche eccezione)



La strategia familiare negli acquisti: qualche entusiasmo in più...



Le mamme che «non vedono l'ora di tornare a spendere» sono
15 su 100
(+ 3% rispetto al 2020)

La strategia familiare negli acquisti: ma tanta prudenza e bisogno di argomentare l'acquisto



65% pensa di «effettuare solo le spese importanti e necessarie»
(e spendere meno)

IL COVID MIGLIORA MA NON BONIFICA LA RELAZIONE MAMME- FARMACO/VACCINO



Più disponibilità vs il vaccino covid, ma la fiducia nelle soluzioni farmacologiche è ancora incompleta



63% delle mamme è favorevole a vaccinare tutti i membri della famiglia

(+24 pp 2021 vs 2020)

Ma solo 1 mamma su 2 vorrebbe la vaccinazione obbligatoria del bimbo

(-9 pp 2021 vs 2020)



MAMME, FUTURO E SOSTENIBILITA'

Nell'acquisto e nella
formazione del nuovo
«capitale umano»



Le mamme, la sostenibilità e l'acquisto



Il 96% delle mamme presta attenzione ai temi di sostenibilità nei processi di decisione e acquisto

E 4 mamme su 10 usano la sostenibilità come driver di scelta dei prodotti

(fanno spesso attenzione che i prodotti che acquistino siano sostenibili)

Le mamme, la sostenibilità e la formazione dei figli



9 mamme su 10
parlano di sostenibilità
ai propri figli

...svolgendo quindi l'importante ruolo di trasmissione dei valori della sostenibilità alle nuove generazioni.

**DALLA
FORMAZIONE
AL PROGETTO
FIGLIO**



I progetti formativi delle mamme per i figli

Pensando al futuro, avete già ipotizzato quale percorso di formazione vi piacerebbe per vostro figlio?
Se sì, che cosa avete pensato?



|| **64%** delle mamme (famiglie)
NON HA un progetto **FORMATIVO**
forte per il proprio figlio/a



|| **36%** restante ha in
mente soprattutto qualche
attività sportiva...

In sintesi: uno scenario ancora da rasserenare



Il new normal non è ancora la normalità e la ripresa economica macro non è ancora penetrata a tutti i livelli della nostra struttura familiare

Ancora molto lavoro per servire i bisogni, conquistare i cuori e le menti e risolvere le contraddizioni che anche le mamme - come altre componenti del corpo sociale - mostrano



eumetra



Eumetra MR S.r.l. C. F. e P. IVA: 09194440963 - www.eumetramr.com - **Milano** Sede legale e operativa - Corso Magenta, 85 - 20123 - +39 02 22198360
Roma Sede operativa - Piazza del Popolo, 18 - 00187 - +39 06 36712227 - info@eumetramr.com - PEC eumetramr@legalmail.it