



Gli stili educativi e i consumi

Alessandra Rizzo

10 Febbraio 2009

Nelle ultime edizioni del nostro Osservatorio sui consumi dei bambini abbiamo colto alcuni cambiamenti nei vissuti e nei significati del ruolo genitoriale, negli stili educativi e conseguentemente anche nei consumi ... ma come sono cambiati i genitori d'oggi?

I GENITORI DEL TERZO MILLENNIO

- **sono più consapevoli delle proprie responsabilità** → si diventa genitori in età più adulta, la maternità è una scelta, non un dovere né un destino
- **sono più coinvolti e investiti nel "mestiere di genitori"** → più attenti, presenti e impegnati "in prima linea"
- **... e poi, più collaborativi e cooperanti all'interno della coppia** → le mamme hanno anche una vita professionale e sociale, i papà collaborano al ménage familiare, sono più presenti e attivi con i figli
- **i genitori preferiscono descriversi come autorevoli**, più che autoritari
- **preferiscono dialogare, spiegare, motivare le loro richieste/decisioni più che imporle**

Ma anche:

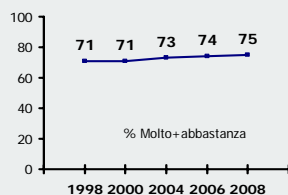
- **sono più decisi a stabilire regole, limiti**
- **a ripristinare una certa distinzione dei ruoli**
- **sono consapevoli della necessità di dover dire anche dei "no" ...**

Gli stili educativi

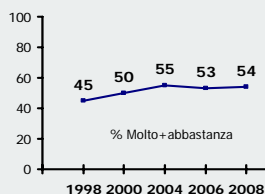
I dati quantitativi confermano:

- la relazione più attenta e investita tra genitori e figli
- l'attenzione al dialogo, alla comunicazione ...

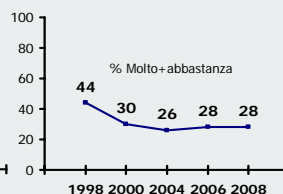
LO SEGUO NEI COMPITI A CASA



GIOCO CON LUI



ABBIAMO POCO TEMPO PER PARLARE CON I BAMBINI



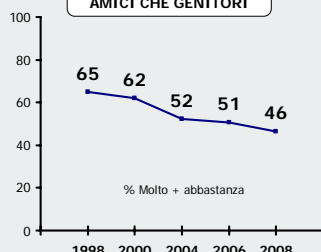
Valori percentuali



Gli stili educativi

... e anche la tendenza alla reintroduzione di una certa distinzione di ruoli

CI COMPORTIAMO PIÙ DA AMICI CHE GENITORI



Valori percentuali



Tuttavia non esiste più un'"unica ricetta", un solo modello - genitoriale e familiare - a cui aderire, ognuno "crea", giorno per giorno, il proprio modello: sintonico col proprio modo d'essere, con i valori in cui crede

- per i genitori ciò costituisce un'occasione di **libertà** ma è anche motivo di **confusione e incertezza** *Come fare? Sarà giusto? Sarà sbagliato?*
- E allora ci si mette a nudo, **ci si confronta con i "pari" sul web, si scrive agli esperti** per avere conferme e rassicurazioni
- Gli esperti** con i quali abbiamo dialogato **confermano questo quadro**: le madri e i padri di oggi si auto-descrivono come più attenti e vicini ai loro figli (perché è così che vorrebbero e cercano di essere) ... ma poi ...
- la gestione della vita quotidiana** mette continuamente alla prova e non sempre "i buoni propositi" trovano concretezza: talvolta prevalgono l'apprensività, lo stress,

il nervosismo, l'impazienza, la delega ... e una scarsa attenzione alla sfera psicologica-emotiva del bambino

I GENITORI D'OGGI

- ogni giorno in equilibrio sul filo della vita senza rinunciare alla felicità: tra affetti, lavoro e cura delle aspirazioni più intime.
- Diversamente dalle madri del passato non hanno un percorso prestabilito da seguire, un modello di riferimento sicuro, una figura ideale interiorizzata ...

GfK Group

GfK Eurisko

"I BAMBINI DEL TERZO MILLENNIO"

Febbraio 2009

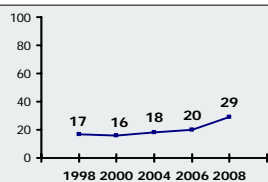
Gli stili educativi

I "papà tuttodore"

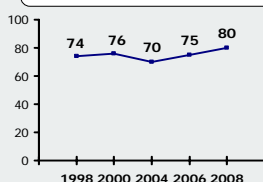
cambiano i pannolini,
accompagnano i figli a scuola,
vanno a parlare ai loro insegnanti,
li portano al cinema la domenica ...

Papà sempre più vicini e partecipi alla vita dei propri figli

% DI PAPA' CHE TRASCORRONO CON I FIGLI PIU' DI 5 ORE AL GIORNO NEI GIORNI FERIALE



% DI PAPA' CHE TRASCORRONO CON I FIGLI PIU' DI 5 ORE AL GIORNO NEI GIORNI FESTIVI



GfK EURISKO

I CONSUMI

Questi nuovi stili genitoriali influenzano i consumi?

Coerentemente con l'evolvere della cultura generale dei consumi, anche per i consumi dei bambini, emerge la volontà dei genitori di insegnare ai piccoli ad approcciare tale universo in modo più consapevole, misurato e meritato ... il che sottende:

- **un progetto educativo, anche nei consumi**
- **l'affiorare di una certa eticità dei consumi:** si stabiliscono sistemi di premi e incentivi associati agli acquisti, si prevede l'attesa e il contingentamento del superfluo, si valorizzano i beni utili, aumenta la tendenza al risparmio
- **Nella scelta dei prodotti per i bambini è condivisa la tendenza generale a ricercare sempre la qualità** → si leggono le etichette, si cercano assicurazioni, garanzie, ma ... **prestando attenzione anche al prezzo**
- Al di là di ciò, **esistono aree per cui si è disposti a investire maggiormente** → la salute, l'alimentare, la scuola e le calzature

Indipendente dai prodotti, la dinamica di acquisto sembra sempre seguire un “modello pre-definito” per i genitori:

1. **Ascolto delle richieste del bambino**
2. **Valutazione del genitore rispetto a:** costo, utilità, qualità, come si colloca lo specifico acquisto in un contesto più ampio
3. **Decisione di acquisto o non acquisto/ compromesso**

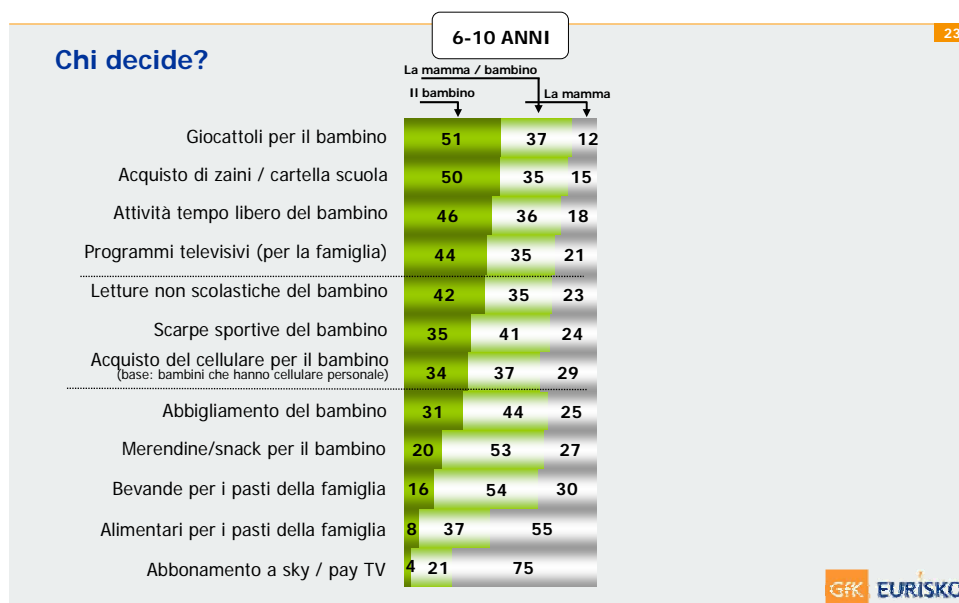
AREA GIOCHI: è il primo mercato per influenza del bambino anche se la madre è presente in modo attivo per orientare le scelte

AREA ABBIGLIAMENTO E CALZATURE: gli acquisti di abbigliamento e calzature sono effettuati di norma in presenza dei bambini e a volte originano “lunghe battaglie”, soprattutto quando i più grandicelli iniziano ad essere attirati dai prodotti griffati.

LA TECNOLOGIA: un mondo decisamente affascinante per i bambini ma che i genitori (spaventati, soprattutto da Internet) cercano di tenere sotto controllo:

- tentano di stabilire delle regole nella fruizione
- supportano il bambino nella fase di utilizzo → ad esempio nella navigazione in Internet
- a volte adottano provvedimenti drastici e/o rifiutano l'acquisto → ad esempio nel caso del cellulare, il cui acquisto viene sempre più posticipato

L'influenza del bambino sulle decisioni d'acquisto



IN SINTESI

- **“nuove” mamme:** multitasking, sempre più esigenti, dinamiche, in continuo dialogo tra loro ...
- **“nuovi” segnali nei consumi:** maggior influenza dei genitori nell'orientare i consumi, maggiore eticità ...
- **E la crisi? Che impatto ha sui consumi dei kids?** La nostra ipotesi è che ci si orienti verso una maggiore eticità anche nei consumi dei più piccoli

Questa richiesta di eticità:

- **da un lato implica un grande impegno a carico delle aziende ...** impegno che deve essere, peraltro, dimostrato e reso visibile
- **ma dall'altro lato rappresenta un'opportunità :** in un mercato altamente competitivo e molto evoluto come quello attuale sembra proprio che le aziende destinate ad emergere siano quelle capaci di coniugare qualità del prodotto ed eticità dei comportamenti.

Per maggiori info:

Vitalba Paesano
Capo Ufficio Stampa

GfK Eurisko
Via Monte Rosa 19
20149 Milan, Italy
Tel. +39 02 438091
Direct Line +39 02 43809 376

Mobile +39 338 9383436
Fax +39 02 48009 526
e-mail: ufficio.stampa@gfk-eurisko.it
site: www.gfk-eurisko.it