



COMUNICATO STAMPA

OSSERVATORIO MAMME

LE MAMME E L'INFORMAZIONE.

IL RUOLO DELLE DIVERSE FONTI NEL PROCESSO INFORMATIVO

Milano, 25 gennaio 2018 – **L'autorevolezza della fonte guida l'informazione delle mamme in Italia. Mamme che sono multimediali, utilizzano diverse fonti, sia tradizionali che digitali, sanno orientarsi nella rete, usare i social e verificano continuamente le informazioni. Questo è quanto è emerso dall'Osservatorio Mamme 2018, la ricerca, giunta alla sesta edizione, realizzata da Sfera, il sistema Infanzia di RCS MediaGroup.**

Dall'analisi dei questionari - condotta **in collaborazione con gli analisti di Insights & Market Research di RCS** – è emerso che, se si parla di **informazione in generale**, le mamme costruiscono le proprie opinioni principalmente attraverso sistemi editoriali (77%), tv (68%), social (45%). **Internet**, viene **percepito** dal 35% delle mamme come una fonte affidabile, il 56% lo considera una fonte da verificare e il 9% ritiene sia una raccolta di fake news. **Quando però le mamme cercano informazioni su esigenze specifiche legate a sé e al proprio bambino le cose cambiano: il 94% sceglie come fonte primaria sistemi editoriali multicanale** (principalmente carta e digitale che fanno capo ad un brand editoriale), mentre i social media scendono al 35% e la televisione, per sua natura generalista, all'11%.

L'**Osservatorio Mamme 2018** ha poi **monitorato il processo di acquisto** dei principali brand, nelle diverse categorie merceologiche, **con lo scopo di identificare ciò che guida la mamma nell'acquisto**. I principali fattori che incidono nella decisione di acquisto sono: **qualità del prodotto, provenienza, fiducia nella marca, reperibilità e prezzo**. Da una lettura trasversale è emerso che la **qualità del prodotto è il driver principale d'acquisto** per le mamme, **mentre il prezzo, in generale, risulta essere il meno significativo**. **Provenienza e fiducia nella marca hanno comunque un ruolo molto importante.**

L'**Osservatorio Mamme 2018**, presentato martedì 23 gennaio a Milano, è stato introdotto da **Lorenzo Facchinotti, Analytic Consultant Manager di Nielsen**, che ha presentato un **focus sul contesto socio economico italiano attraverso il punto di vista delle mamme**. Ne è emersa una **mamma combattiva e pronta ad affrontare nuove sfide, con un indice di fiducia verso il futuro in crescita e superiore rispetto alla media nazionale.**

A seguire, i dati degli **oltre 5 mila questionari realizzati e analizzati da Osservatorio Mamme** sono poi stati commentati in una **tavola rotonda** dal titolo: **“Tra fake news e contenuti autorevoli: come comunicare in maniera corretta ed efficace al target”**, da cui è fortemente emersa la **necessità di una comunicazione, anche medico/scientifica, autorevole e di sistema, dove i giornalisti, insieme agli specialisti e in modo multicanale (dalla carta al web ai social), siano intermediari autorevoli e cassa di risonanza di tutte quelle informazioni** utili alle mamme (spesso lasciate troppo sole) per compiere scelte consapevoli per sé e per il proprio bambino.

Opinione condivisa anche dal **Prof. Walter Ricciardi, Presidente dell'Istituto Superiore di Sanità e membro dell'Executive Board dell'Organizzazione Mondiale della Sanità**, il quale, in un messaggio indirizzato ai presenti, oltre a **“ringraziare le testate specializzate di RCS per la campagna equilibrata e competente che hanno portato avanti per la promozione delle vaccinazioni in un momento in cui si è rischiato seriamente di far scendere sotto il livello di sicurezza il nostro Paese”**, ha sottolineato quanto sia importante **“valorizzare l'informazione professionale e promuovere un'alleanza tra il mondo scientifico e quello giornalistico in modo da distinguere le piazze virtuali, dove ha ragione chi prova a stupire e chi urla più forte, dai luoghi di un'informazione seria e qualificata”**.



A conclusione dell'incontro con gli operatori del mondo della prima infanzia, Urbano Cairo, Presidente e Amministratore Delegato di RCS MediaGroup, ha sottolineato che “quanto emerso oggi ribadisce ancora una volta il grande bisogno di un'informazione qualificata. Un'esigenza sempre più manifesta in un momento in cui le fonti da cui attingere notizie si moltiplicano, molte volte in modo incontrollato e non verificato. In questa pluralità di voci, quindi, come editori, diventa ancora più intenso il nostro impegno per garantire ai nostri lettori e ai nostri partner un'informazione corretta e autorevole, attraverso tutti i media disponibili.”

Alla tavola rotonda, moderata da **Chiara Bidoli**, direttore delle testate Sfera di RCS MediaGroup, **hanno partecipato: Prof. Claudio Bosio**, Preside Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica; **Prof. Mariagrazia Fanchi**, Direttore Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo (ALMED) dell'Università Cattolica; **Prof. Gian Vincenzo Zuccotti**, Direttore Dipartimento di Pediatria Ospedale dei bambini Buzzi e Prorettore Università degli Studi di Milano; **Prof.ssa Nicoletta Di Simone**, Unità Operativa Complessa di Ostetricia e Patologia Ostetrica Policlinico Gemelli di Roma; **Prof. Giovanni Scambia**, Direttore Polo Scienze della Salute della Donna e del Bambino Policlinico Gemelli di Roma e Presidente SIGO (Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia); **Eliana Liotta**, giornalista e scrittrice.

Comunicazione e Ufficio Stampa RCS - Periodici

Barbara Ruggeri – barbara.ruggeri@rcs.it - tel. +39 0225845414 - 3351247734

www.rcsmediagroup.it - www.quimamme.it