



# Etude de marché 2021 paquet cadeau et d'informations maman



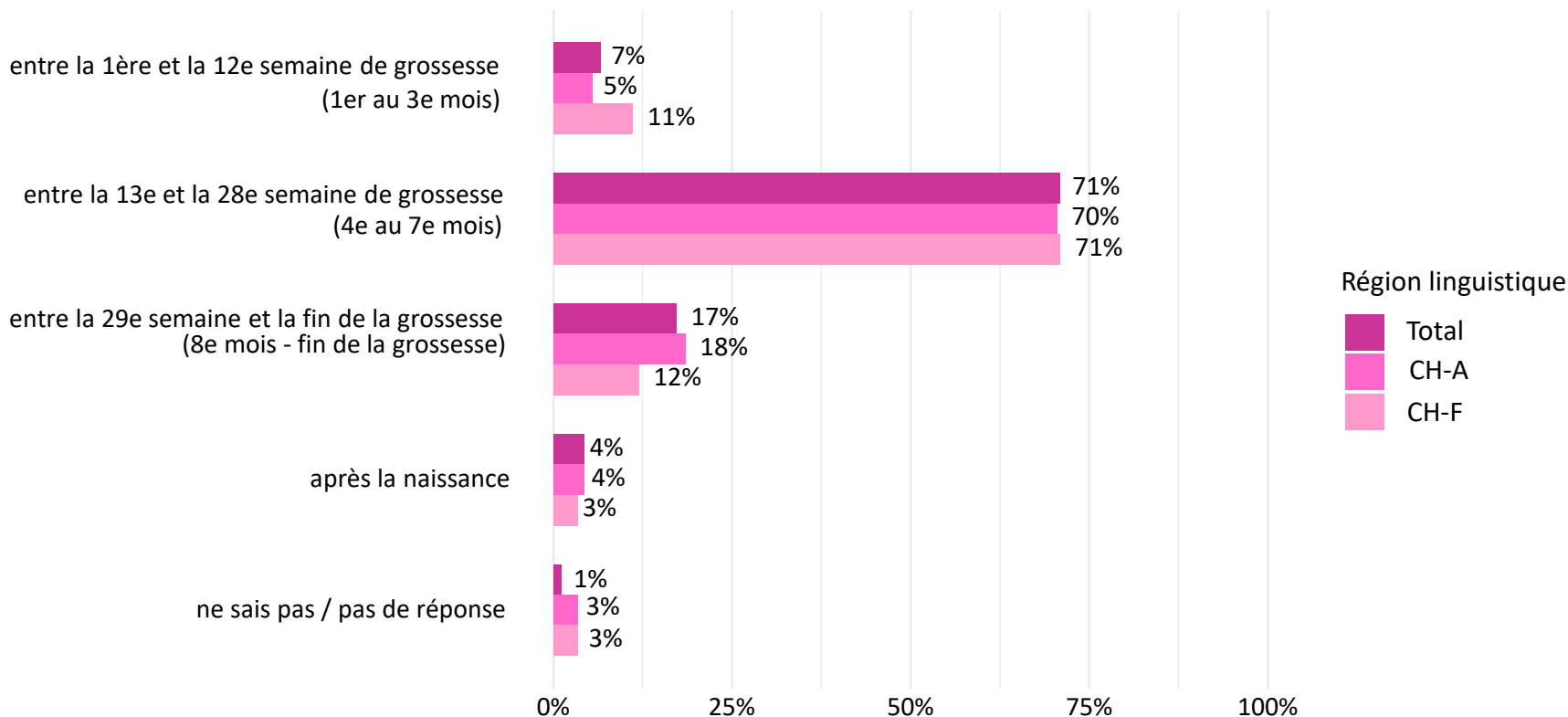
## Conception de l'étude

	Paquet cadeau et d'informations maman
Méthode	Interviews en ligne
Période d'enquête	Du 3 au 21 mai 2021
Population / groupe cible	Destinataires du paquet cadeau et d'informations maman et/ou du livre de conseils maman = femmes enceintes
Représentativité	L'étude est représentative dans le groupe cible «femmes enceintes». L'intervalle de confiance est de 95 % de sécurité. La tolérance d'erreur est de max. +/- 4.1 pour cent.
Région	Suisse allemande et romande
Adresses	2'802 adresses (dont 2'063 CH-A et 739 CH-F)
Taille de l'échantillon	n = 730 personnes interrogées qui ont reçu le paquet cadeau et d'informations maman et/ou le livre de conseils maman
Valorisation	26 % (pas de rappel envoyé)
Institut d'étude de marché	gfs-zürich, Etude de marché & recherche, 8006 Zurich



## Quand avez-vous reçu ce coffret cadeau maman?

Base: ont reçu le coffret, n = 594

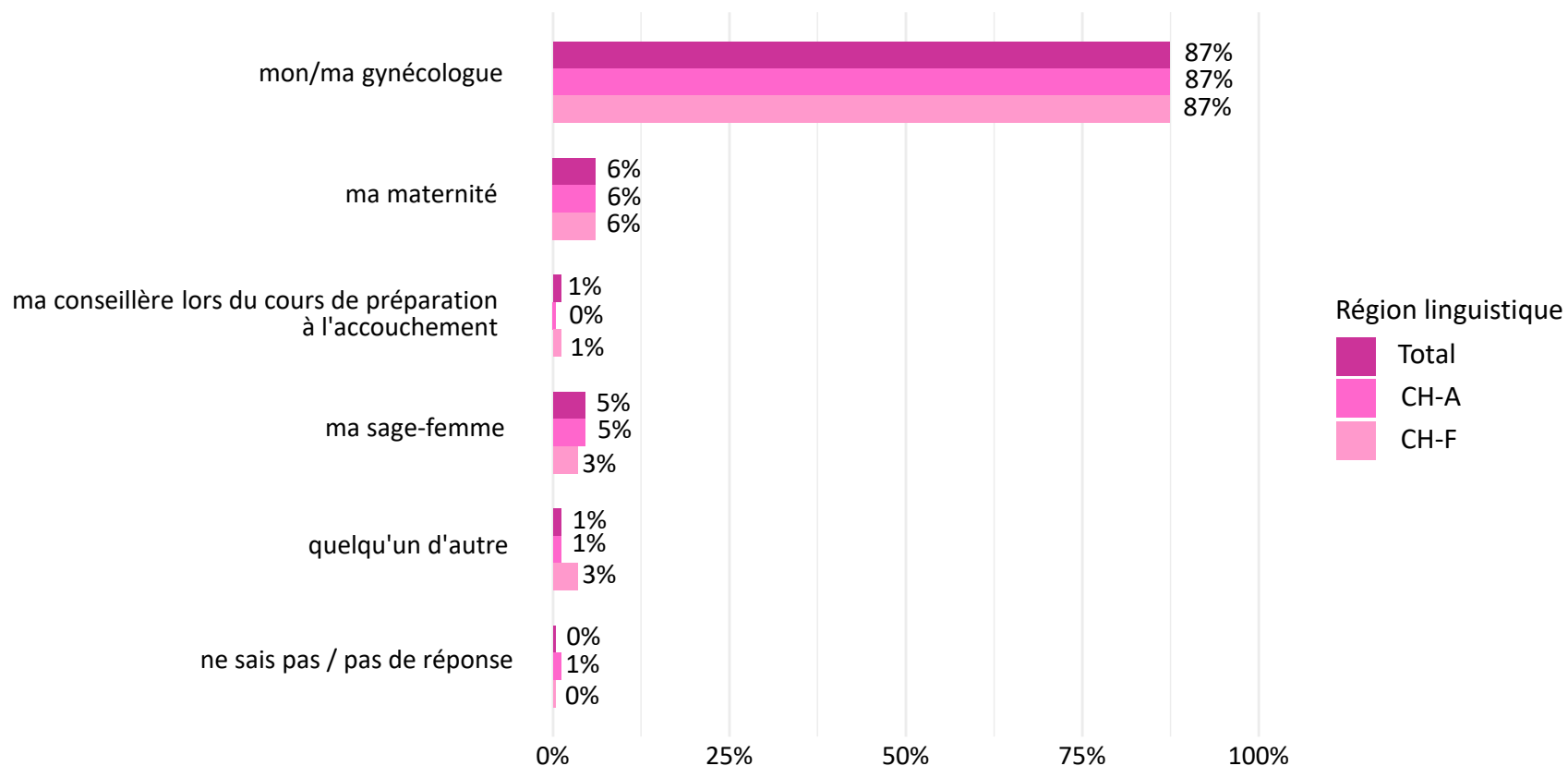


Les personnes interrogées ont pour la plupart (71 %) reçu le paquet cadeau et d'informations entre la 13e et la 28e semaine de grossesse (4e au 7e mois). Ce résultat montre que le coffret maman est reçu au moment idéal. Pendant cette phase de la grossesse, les futurs parents effectuent divers achats pour le bébé et étudient des services et des produits concernant la famille.



## Qui vous a remis ce coffret cadeau maman?

Base: ont reçu le coffret, n = 594

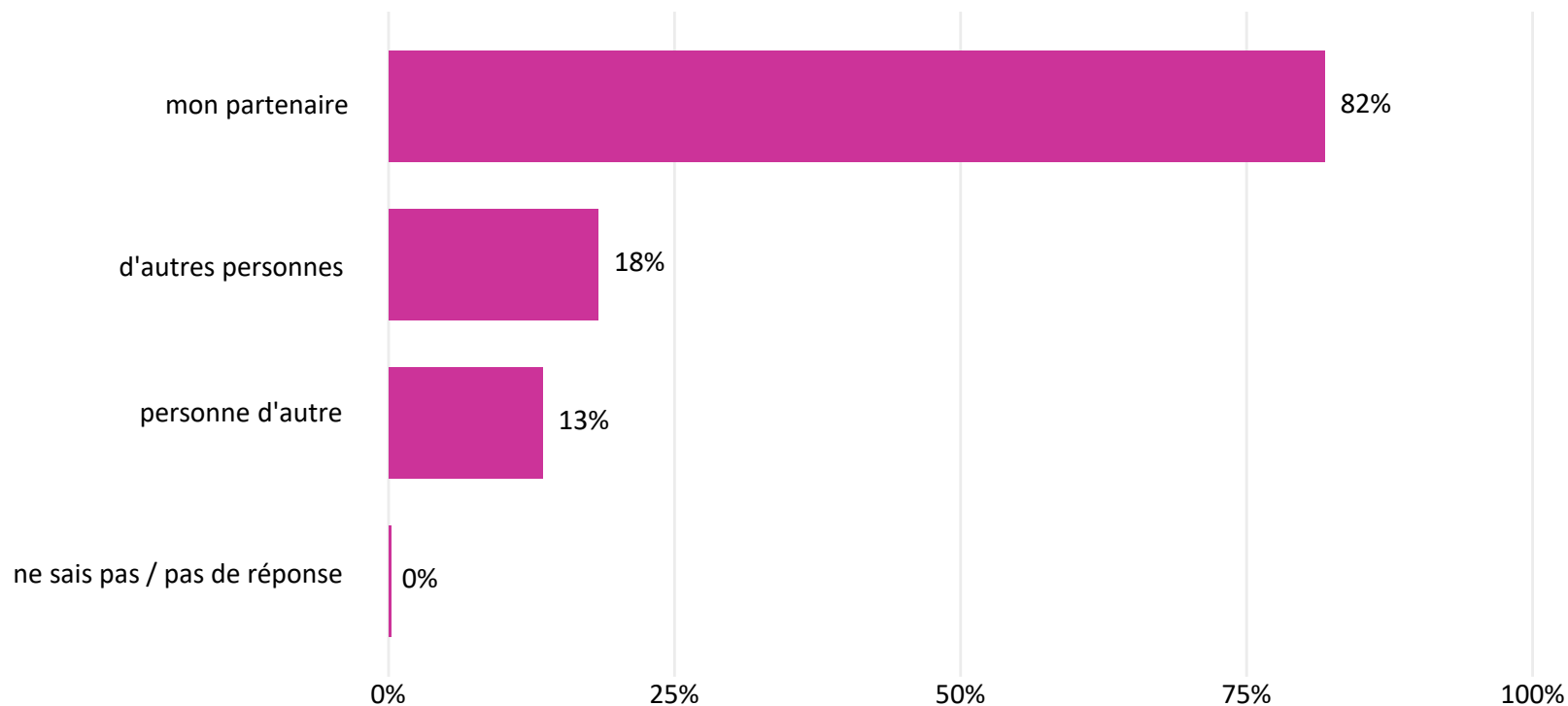


Près de neuf personnes interrogées sur dix (87 %) ont reçu le coffret maman de leur gynécologue. Le fait que les paquets cadeau et d'informations soient remis par une personne professionnelle de la santé inspire confiance et assure une crédibilité élevée.



Qui, à part vous, a jusqu'à présent regardé le contenu de ce coffret cadeau maman?

Base: ont reçu & regardé le contenu du coffret, plusieurs réponses possibles, n = 594

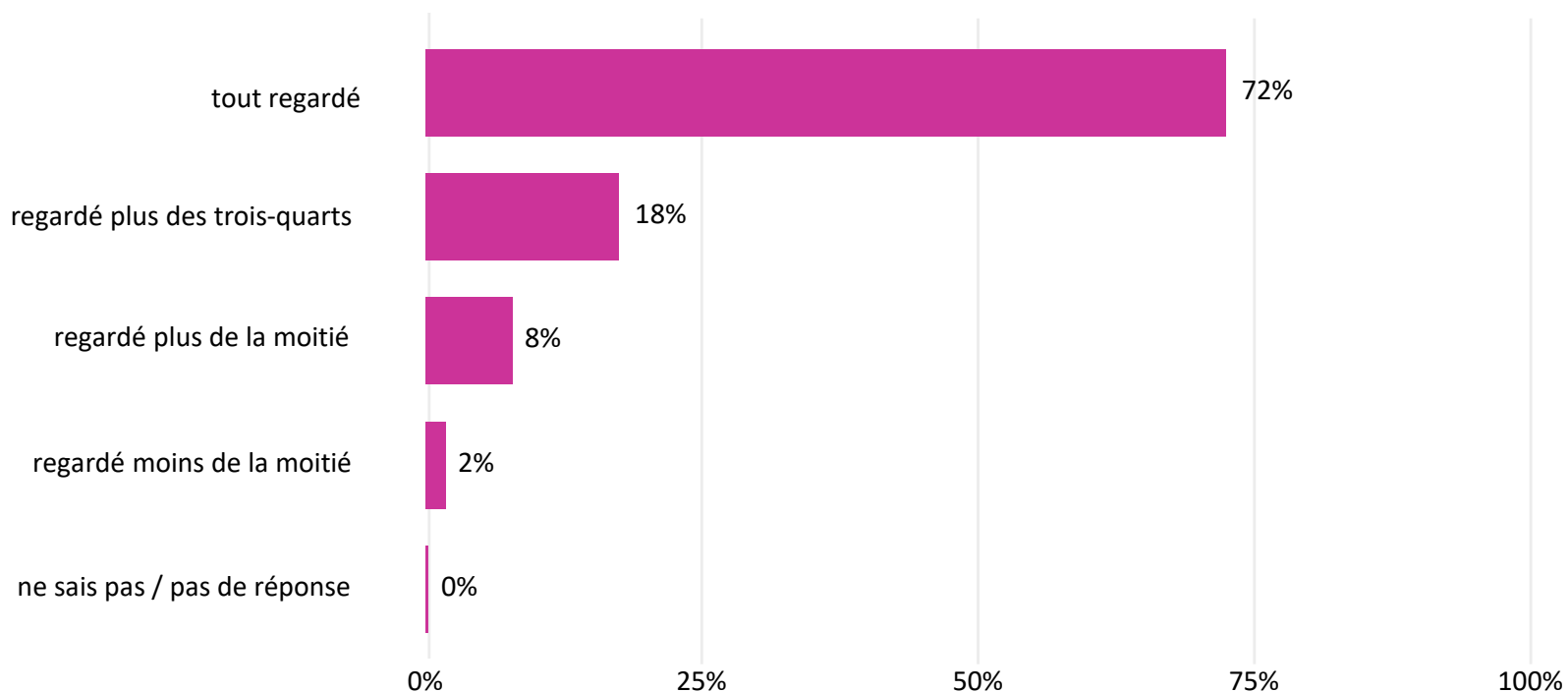


Les chiffres montrent que le contenu du paquet cadeau et d'informations n'est pas «uniquement» regardé par les futures mères, mais aussi par les futurs pères (82 %). Et près de 20 % sont des parents et des proches qui regardent aussi le coffret maman.



## Avec quelle attention avez-vous regardé le contenu de ce coffret cadeau maman?

Base: ont reçu & et regardé le coffret, n = 594

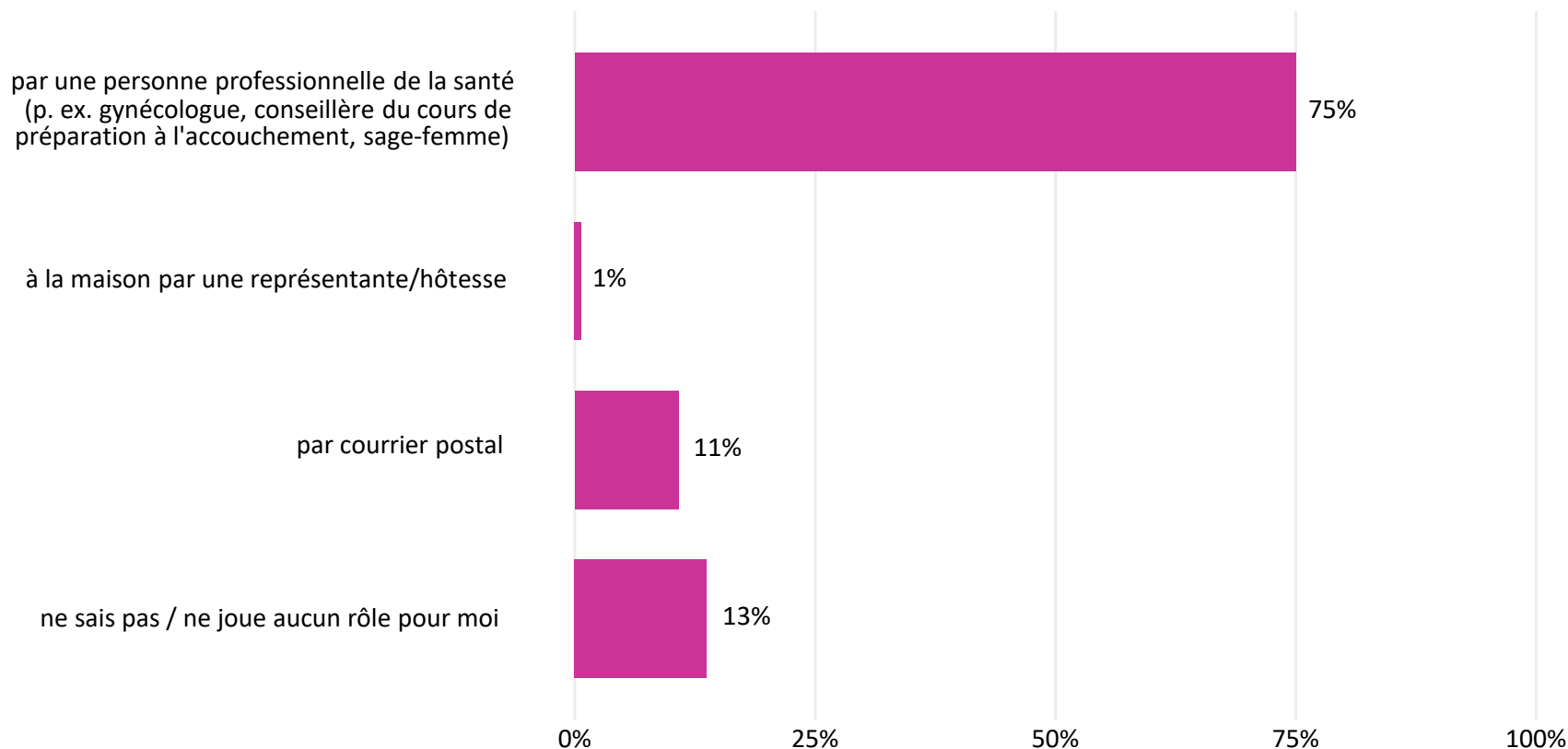


L'intensité d'utilisation très élevée et le vif intérêt des destinataires pour le contenu démontrent que le besoin d'information des futurs parents est très élevé. Près de sept personnes interrogées sur dix (72 %) ont regardé la totalité du contenu du paquet cadeau et d'informations maman, qui est très vaste.



D'une manière générale, sous quelle forme un paquet cadeau et d'informations (comme p. ex. le coffret cadeau maman) devrait-il vous être remis pendant la grossesse? Quelle formule préférez-vous?

Base: ont reçu & regardé le coffret, n = 594

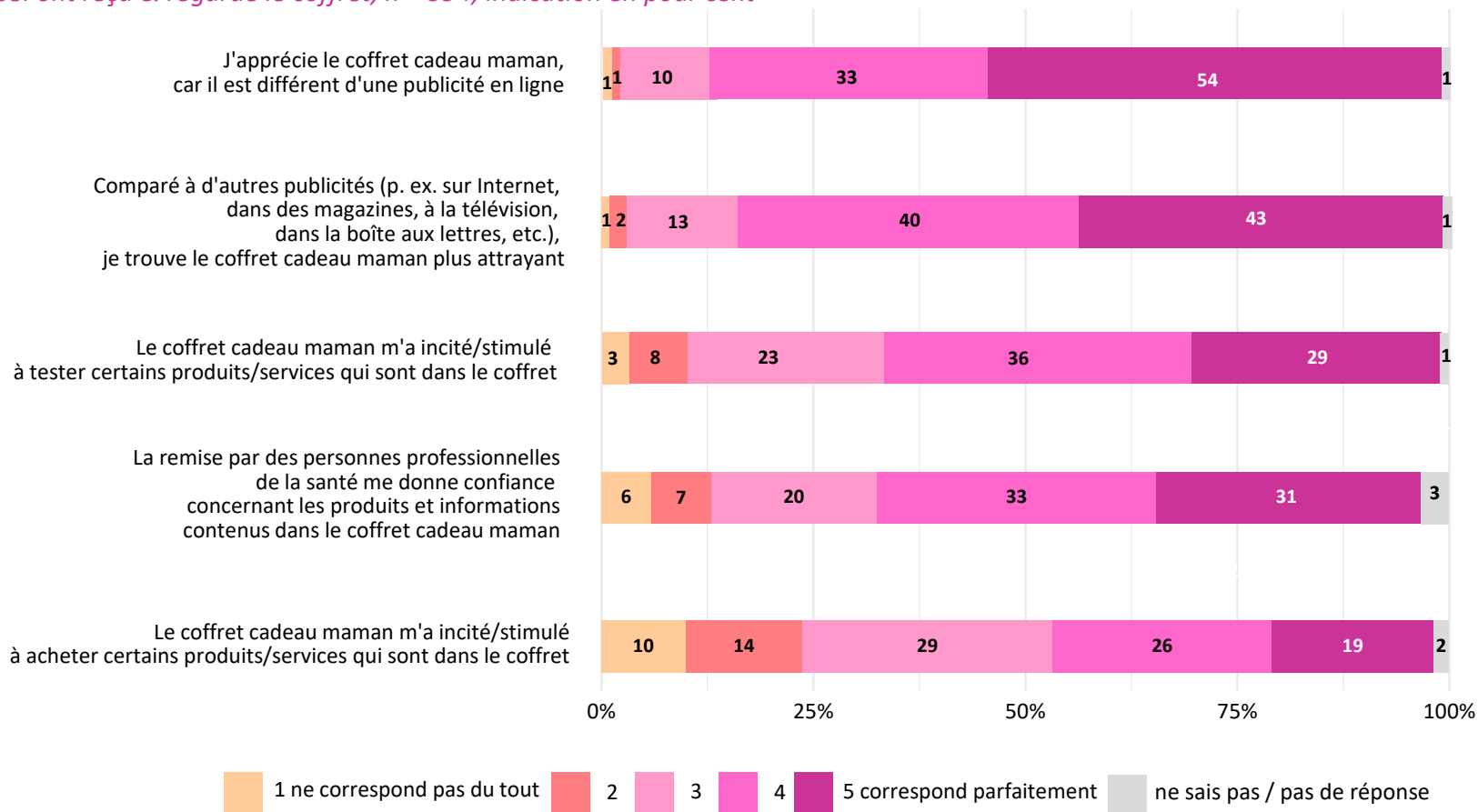


La remise du coffret maman par des personnes professionnelles de la santé (également des personnes de confiance) est très appréciée par trois-quarts des personnes interrogées. Ce type de remise éveille la confiance et donne aux destinataires un bon sentiment par rapport au contenu du coffret.



## Veuillez donner une appréciation du coffret cadeau maman par rapport aux déclarations suivantes:

Base: ont reçu & regardé le coffret, n = 594, indication en pour cent



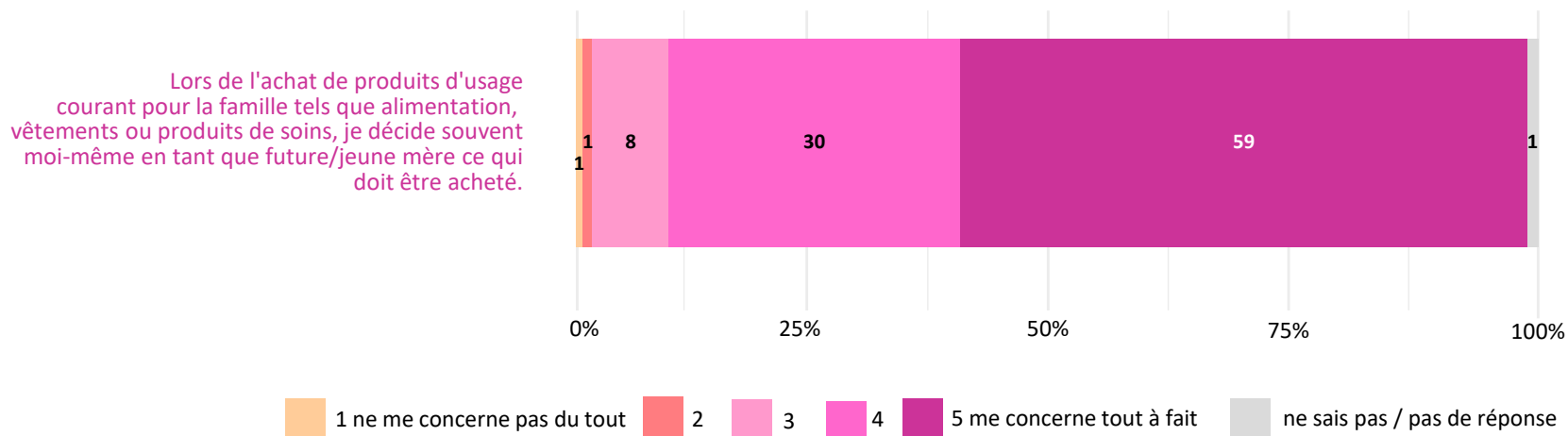
Les appréciations très positives montrent que des informations et de la publicité haptiques sont très bien accueillies. Le coffret maman présente pendant la grossesse des offres utiles dans un environnement positif et stimulant. Il renforce la volonté d'étudier avec attention les produits acquis.





## Dans quelle mesure la déclaration suivante vous concerne-elle personnellement?

Base: total, n = 730, indication en pour cent

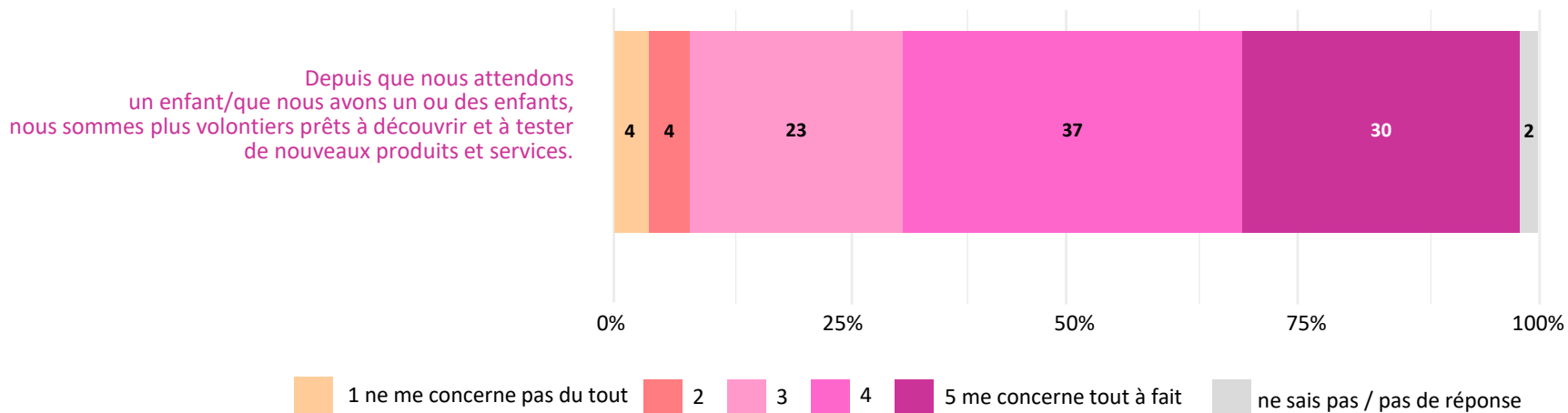


Près de neuf femmes enceintes interrogées sur dix (89 %) déclarent décider souvent elles-mêmes de l'achat de produits d'usage courant. Les résultats prouvent que la décision d'achat de biens de consommation classiques incombe aux futures mères ou à la personne qui gère le ménage. Cela démontre aussi que la promotion dans le paquet cadeau et d'informations maman offre de grandes opportunités pour des produits qui ne sont pas destinés à la grossesse mais au quotidien de la famille.



## Dans quelle mesure la déclaration suivante vous concerne-elle personnellement?

Base: total, n = 730, indication en pour cent



Près de 2/3 des personnes interrogées sont généralement prêtes à découvrir de nouveaux produits et services. Les futurs/jeunes parents et familles constituent par conséquent un groupe cible très intéressant pour présenter de nouveaux produits et services.



## Quel est le meilleur moyen pour vous transmettre les informations publicitaires suivantes:

*Base: total, n = 730 / Echelle: 5 = très bon, 1 = pas bon du tout*

