



Primo Piano - Genitori e figli, l'analisi di Prénatal Retail group mette i nonni in testa alla classifica "Per fortuna ci sono loro"

Roma - 31 ott 2020 (Prima Pagina News) **Le nuove regole e**

l'impatto sulla vita familiare riconosce che lo stress aumenta ma i nonni continuano a essere un punto fermo. Come si sentono invece i genitori e di cosa avrebbero bisogno? Sono più ansiosi e meno allegri, chiedono tempo libero, risorse economiche e possibilità di trovare lavoro.

“I genitori sono chiamati a misurarsi costantemente – ogni giorno e contemporaneamente – con cambiamenti e sfide, personali ed educative, spesso difficili da conciliare. – commenta Amedeo Giustini, Amministratore Delegato di Prénatal Retail Group. Il ruolo di un Gruppo come il nostro, non può che svilupparsi ancora di più sul fronte dell'ascolto e dell'offerta di servizi che possano essere di reale supporto ai genitori in tutte le fasi di crescita dei figli e in qualsiasi luogo o condizione si trovino”. Sebbene sospesi tra decreti e ordinanze, tra incertezze, ansie, sbalzi di umore e preoccupazioni, i genitori italiani con figli 0-14enni non mettono in discussione i grandi valori e i punti fermi della vita familiare, anzi, e fanno emergere un'Italia della quotidianità che, per il 46%, dichiara di guardare al futuro con ottimismo. È quanto emerge dall'indagine “La sfida dei Genitori Italiani” voluta da Prénatal Retail Group – che con le insegne Prénatal, Toys Center e Bimbostore rappresenta la più grande realtà italiana specializzata nella selezione e nella distribuzione di prodotti destinati ai bambini e alle famiglie che crescono – e condotta da BVA-DOXA nel corso di due rilevazioni con metodologia CAWI, a febbraio e a settembre 2020, che hanno consentito di “misurare” gli stati d'animo e gli atteggiamenti dei genitori italiani prima della pandemia da Covid-19 e nella successiva fase di nuova normalità (periodo 17-28 settembre, a scuole aperte). Ma vediamo quali sono gli aspetti e gli insegnamenti per una società futura migliore. Dall'indagine la parola chiave è “Rispetto”. “Educare i giovani al rispetto delle persone” (67%, +7%), “offrire più opportunità di lavoro ai giovani” (54%, +9%) e “disporre di un'informazione completa, corretta, imparziale ma anche semplice da capire” (47%, +8%) sono i 3 aspetti, già emersi come prioritari a febbraio, che hanno registrato il maggior tasso di crescita e che, insieme a “educare i giovani al rispetto per l'ambiente” (59%, +6%), “garantire stesse opportunità a donne e uomini nei diversi ambiti” (53%, +6%), “promuovere il senso civico e l'educazione civica dei cittadini (59%, +6%), rappresentano gli aspetti più importanti per i genitori. E l'aver rispetto per gli altri torna come primo degli insegnamenti da trasferire ai figli (63%, +7%), seguito da “impegnarsi in quello che si fa” (52%, +6%), e anche primo valore da trasmettere ai più piccoli (43%), quasi al pari di “onestà” (41%). Sul rispetto delle regole, che si attesta al terzo posto nella scala dei valori più importanti, colpisce però un -5% tra le due rilevazioni (40% vs 35%). Nel dettaglio, la rilevazione ha coinvolto un campione di 619 genitori, equamente distribuiti tra mamme e papà, di età compresa tra i 25 e i 55 anni e residenti su tutto il territorio nazionale. Rispetto alle fasce di età dei bambini e



ragazzi, questa la ripartizione: 0-2 anni (12%), 3-5 anni (19%), 6-8 anni (20%), 9-11 anni (24%), 12-14 anni (25%). In ultima analisi Retail group grow with us analizzando le nuove regole e l'impatto sulla vita familiare riconosce che lo stress aumenta ma i nonni continuano a essere un punto fermo. Come si sentono invece i genitori e di cosa avrebbero bisogno? Sono più ansiosi e meno allegri, chiedono tempo libero, risorse economiche e possibilità di trovare lavoro.(b.n.)

(Prima Pagina News) Sabato 31 Ottobre 2020