

Tendance IDM pour ACTUBABY
Cote d'amour 2014 des marques
Hygiène Soins baby



L'Institut des Mamans publie les nouveaux résultats 2014* issus de son **Baromètre des marques baby préférées des mamans®** sur de l'hygiène soin destiné aux jeunes enfants de moins de 3 ans, un marché encombré, en GMS comme en circuits sélectifs, et pléthorique avec une offre très diversifiée, portée par les nouveautés : formules, formats, packs ...

L'étude a été menée en avril 2014 par Internet, auprès d'un échantillon représentatif de 300 mamans d'enfants de 0-35 mois inclus. Pour rappel, dans ce Baromètre, les mamans expriment leurs préférences en répondant à une question ouverte, de façon spontanée (on ne leur présente pas de liste de marques pré-établie pour répondre).

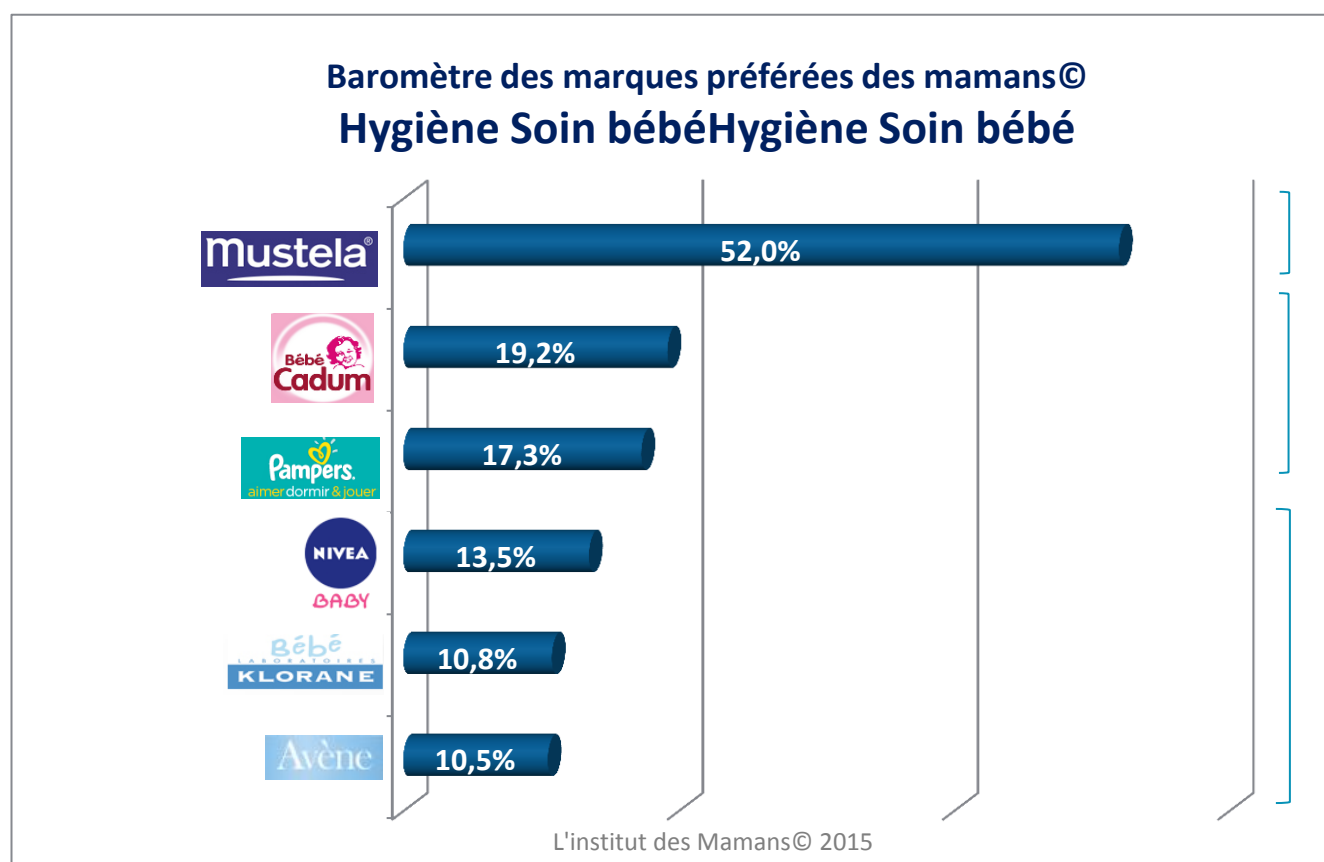
On retrouve dans le classement les 'coups de cœur' 2013 des mamans, toutes des marques réputées ... Seule une « nouvelle » marque rejoint le palmarès 2014 : Bébé Cadum, qui fait une belle percée et se positionne en 2^e place du podium.

En 1^{ere} place on retrouve la marque historique, leader en pharmacie : Mustela, coup de cœur incontesté pour plus d'1 jeune maman sur 2.

Au coude à coude avec Bébé Cadum, suit Pampers qui présente la particularité dans cette famille de n'être présent sur le marché du change, des couches et des lingettes -

Puis, on retrouve 3 marques citées spontanément par environ 1 maman sur 10 : Nivea Baby pour l'univers 'food' d'une part, Klorane et Avène qui « bataillent » comme Mustela dans l'univers de la pharmacie.

Dans un univers anxigène (la catégorie fait régulièrement l'objet de polémiques sur des substances indésirables, la dernière fin 2014), les marques qui apportent des garanties de qualité et de sécurité, et le circuit pharmacie / para-pharmacie, marquent des points auprès des mamans !



*Ne sont publiés ici que les résultats du Top 5 : seules les 5 1^{ères} marques préférées des mamans.

*Question : Quelles sont vos marques préférées dans l'univers des produits d'hygiène et de soins destinés à l'enfant ?

Source Etude online MOM®, My Omnibus for Mums, vague avril 2014, auprès d'un échantillon représentatif de 300 mamans d'enfants âgés de 0 à 35 mois par pays.