



NOWI MĘŻCZYŹNI (?) 4P/2019

raport syndykatowy

Raport prezentuje wnioski i wyniki analizy trendów kulturowych i konsumenckich, badań ilościowych i jakościowych (wywiady i etnografia), danych desk research wokół tematu „nowej męskości”. W raporcie m.in.:

- Co się dzieje z mężczyznami?
- Nowi mężczyźni w marketingu (trendy konsumenckie w kategoriach: beauty, wellness, alkohol, gotowanie, rodzicielstwo).
- Polscy mężczyźni w liczbach.
- 4 wymiary nowej męskości.
- Segmentacja mężczyzn według nowej / starej męskości.

4 wymiary „nowej męskości” (new, modern, future masculinity)

Wygląd

Wymiar związany z troską o wygląd, aktywnym dbaniem o siebie, o swoje zdrowie, o kondycję.

69% uważa, że **sukces życiowy mężczyzny zależy od tego jak wygląda, czy jest zadbany i jak jest ubrany.**

40% kilka razy w miesiącu goli jakąś część ciała inną niż głowa/twarz (najczęściej miejsca intymne).

32% nie wyklucza użycia produktów do makijażu dla poprawy wyglądu swojej twarzy (np. bronzer, cienie korygujące).

Partnerstwo

Wymiar związany z relacjami, partnerstwem w związkach formalnych i nieformalnych, akceptacją dla potrzeb partnerek, bliskością wobec dzieci.

80% uważa, że **ojcowie powinni mieć równie bliskie relacje z dziećmi co matki.**

Zdaniem **66%** **mężczyzna jest w stanie zająć się domem i dziećmi równie dobrze co kobieta.**

63% mężczyzn w związku **zajmuje się przygotowaniem posiłków** (samemu lub wspólnie z partnerką).

Emocjonalność

Wymiar związany z empatią, akceptacją dla ekspresji uczuć, proszenia o radę, dzielenia się problemami.

74% poszukuje w przyjaźni **wsparcia, zrozumienia lub możliwości wygadania się.**

46% uważa, że „prawdziwy mężczyzna” może płakać.

Otwartość

Wymiar związany z otwartością obyczajową i wrażliwością społeczną, zaufaniem do innych ludzi, brakiem uprzedzeń oraz ... optymizmem.

Dla **70%** **mężczyzn płeć szefa nie ma znaczenia.**

57% przyjaźni się lub mogłoby się **zaprzyjaźnić z gejem.**

Badanie ilościowe objęło populację mężczyzn w wieku 18-75 l.; mężczyzn w tym wieku jest w Polsce 14 mln 172 tysięcy; próba reprezentatywna, N=1016; CAWI/CAPi grudzień 2018 / styczeń 2019.

Raport, prezentacja, materiał filmowy, warsztat – skontaktuj się z Anną Kotkowską: anna.kotkowska@grupa4p.pl; tel. +48 500 166 893



NOWI MĘŻCZYŹNI (?) 4P/2019

raport syndykatowy

5 twarzy mężczyzn

wybrane informacje odnośnie segmentów mężczyzn (PL 18-75 l.)



Dżentelmeni



Insta-chłopcy



Faceci



Chłopy



Meni

bycie męskim	średnio ważne	bardzo ważne	mało ważne	średnio ważne	dość ważne
wzór mężczyzny	SUPERMEN-OPOKA	CZŁOWIEK SUKCESU	brak dominującego wzoru mężczyzny	SIŁACZ	LADACO i SIŁACZ
dossier	dojrzały, spełnieni, „w pełni sił”, aspirujący do młodości i nowoczesności, pragmatyczni, z dystansem, „bez spiny”, akceptują partnerstwo	młodzi pod presją, aspirują m.in. do sukcesu finansowego, znają i wyznają „nowe”, instrumentalizm i bycie „smart”, młodzi szukają swojej tożsamości, więc męskość ważna	niezależni, tolerancyjni, równościowi, aspirują do stabilności i spokojnego rodzinnego życia, lubią świat kobiet, dzieci, domu, rzadko definiują się przez płęć	tradycyjni, zasadniczy, z poczuciem obowiązku, aspirują do spokojnego życia, funkcjonują w tradycyjnej męskiej tożsamości, ale nie agresywnej	w kontrze do „nowego” (też nowego wzoru mężczyzny) aspirujący do tradycyjnej „niezłomnej” męskości, indywidualizm, nie poddawanie się wpływom
WYGLĄD	+	+	–/+	–	+/-
EMOCJONALNOŚĆ	+	+	+/-	–	–
PARTNERSTWO	+	+/-	+	+/-	–
OTWARTOŚĆ	+	+/-	+	+/-	–
wiek	51 l.	28 l.	44 l.	53 l.	36 l.
wykształcenie średnie+	69%	34%	79%	21%	77%
pracuje	69%	55% studiuje 26%	71%	57% emeryci 37%	78%
mieszka w mieście	71%	49%	66%	38%	75%
dochód*	2 314 zł	1 691 zł	1 980 zł	1 604 zł	1 686 zł
w związku	87%	49%	58%	80%	63%

*średni dochód per capita w gospodarstwie netto („na rękę”)