

Jak Pokolenie Internetu dba o swoje zdrowie?

Nowe badanie opinii przeprowadzone przez Sanofi dowodzi, że choć trzy czwarte konsumentów z tzw. Pokolenia Internetu (osoby urodzone w latach 1981–1996) deklaruje, że dba o siebie, aby zapewnić sobie dobre zdrowie, połowa pochodzących z tej samej grupy wiekowej przedstawicieli zawodów medycznych uważa, że to nieprawda. Za taki stan rzeczy odpowiada wg nich brak profesjonalnych informacji jak dbać o zdrowie, z których to pokolenie mogłoby korzystać.

Warszawa, 24 lipca 2019 r. - Sanofi opublikowała raport pt. **„Be Your Best 2019 - Empowering the Net Generation to Make the Most of Self-Care”** („Be Your Best 2019 – Jak sprawić, by Pokolenie Internetu świadomie dbało o własne zdrowie”), w którym zaprezentowano, w jaki sposób kwestie samoopieki prozdrowotnej są postrzegane z jednej strony przez konsumentów, z drugiej przedstawicieli zawodów medycznych (lekarzy rodzinnych i farmaceutów) z tego pokolenia w ośmiu krajach.

"Nasz raport pokazuje że mimo dobrych chęci, konsumenci z Pokolenia Internetu nie zawsze dokonują najlepszych wyborów, pozwalających im zagwarantować sobie dobre samopoczucie i dobre zdrowie – mówi Alan Main, Executive Vice President, Head Consumer Healthcare Sanofi. "W dzisiejszym społeczeństwie informacyjnym czasem trudno usłyszeć te właściwe, ważne głosy. Rządy, decydenci i przemysł powinny w jak największym stopniu odpowiadać na potrzeby konsumentów, w zakresie dostępu do informacji potrzebnych im, aby mogli żyć pełnią życia w dobrym zdrowiu".

Osoby z Pokolenia Internetu nie mają wątpliwości, że należycie o siebie dbają - 75% respondentów jest przekonanych o tym, że zapewniają sobie dobre zdrowie poprzez odpowiednią samoopiekę prozdrowotną. Większość podchodzi do tego poważnie – 43% ankietowanych szuka informacji na ten temat przynajmniej raz w tygodniu, co ma wpływ na ich wybory i zakupy produktów z tego obszaru. Porównują oni i wybierają skuteczne dla siebie produkty, jeszcze zanim wejdą do sklepu czy apteki.

Osoby z tego pokolenia są od dziecka przyzwyczajone do korzystania z technologii cyfrowych i uważają, że to internet jest najważniejszym źródłem informacji na temat samoopieki prozdrowotnej, dopiero na drugim miejscu wybierają przedstawicieli zawodów medycznych. Jednak zdaniem 59% przedstawicieli zawodów medycznych, konsumenci niedostatecznie dbają o własne zdrowie mimo łatwego dostępu do informacji. Twierdzą oni, że poleganie na informacjach wyszukiwanych w sieci może paradoksalnie przysporzyć niepotrzebnych zmartwień.

Tylko jedna trzecia ankietowanych czuje się dobrze poinformowana o możliwościach dbania o siebie, dostępnych w ramach lokalnej opieki zdrowotnej.

"Wszystkie podmioty zaangażowane w kwestie opieki zdrowotnej powinny się uważnie wsłuchiwać w głos tego pokolenia, ponieważ reprezentuje je aż dwa miliardy konsumentów" - dodaje Alan Main. "Jeżeli uda nam się, we współpracy z interesariuszami odpowiedzialnymi za system opieki zdrowotnej stworzyć odpowiednie warunki do tego, by przedstawiciele tego pokolenia docenili wartość dbania o własne zdrowie oraz odpowiednio dostosujemy regulacje i przepisy i mądrze wykorzystamy zintegrowane dane do poprawy stanu zdrowia społeczeństwa, będziemy mogli w pełni zmienić oblicze opieki zdrowotnej."

Firma Sanofi od wielu lat ściśle współpracuje z organizacjami branżowymi i innymi podmiotami zaangażowanymi w kwestie samodzielnego dbania przez konsumentów o swoje zdrowie, aby móc wspólnie reagować na pojawiające się wyzwania, opracowywać i wdrażać rozwiązania, które będą przydatne dla Pokolenia Internetu" - mówi Monika Granecka, CHC Regulatory Head w Sanofi Polska, członek Zarządu PASMI. "Jednym z takich przykładów jest członkostwo Sanofi Polska w organizacji PASMI (Polish Association of Self Medication Industry - Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty), której misją podobnie jak Sanofi jest wprowadzanie w Polsce najwyższych standardów w zakresie samodzielnego, świadomego, odpowiedzialnego stosowania leków oraz prozdrowotnej samoopieki dla dobra pacjentów i konsumentów. Dzięki temu możemy we współpracy z innymi przedstawicielami branży farmaceutycznej propagować najwyższe standardy produkcji i dystrybucji leków OTC, edukować w zakresie ich odpowiedzialnego stosowania oraz rekomendować odpowiednie rozwiązania prawne i systemowe dla rozwoju odpowiedzialnego wykorzystania leków OTC, jako jednego z elementów systemu ochrony zdrowia publicznego zgodnie z wytycznymi Światowej Organizacji Zdrowia (WHO)" - dodaje.

Informacje na temat badania opinii, z którego pochodzi raport "Be Your Best 2019 - Empowering the Net Generation to Make the Most of Self-Care"

Termin przeprowadzenia badań: marzec - kwiecień 2019 r.

Metody:

- samodzielnie wypełniane 20 minutowe kwestionariusze internetowe - badanie przeprowadzone przez Harris Interactive w okresie marzec - kwiecień 2019 r.
- badanie mediów społecznościowych - analiza około 2,7 mln postów opublikowanych w mediach społecznościowych od marca 2017 r. do kwietnia 2019 r. Krótszy okres był brany pod uwagę w USA (od stycznia do kwietnia 2019 r.), aby uniknąć zniekształcenia danych z tego rynku – badanie przeprowadzone przez agencję Pulsar.

Informacje ogólne:

- Badanie zlecone przez Sanofi Consumer Healthcare zostało przeprowadzone na ośmiu rynkach (Francja, Wielka Brytania, Rosja, USA, Brazylia, Chiny, Japonia, RPA).
- Podczas badania przeanalizowano różne postawy przedstawicieli zawodów medycznych (lekarzy rodzinnych i farmaceutów) z tzw. Pokolenia Internetu (urodzonych w latach 1981–1996) oraz będących w tym samym wieku przedstawicieli ogółu społeczeństwa, aby dowiedzieć się, w jaki sposób ci kluczowi interesariusze będą rozumieć samoleczenie w przyszłości.

Pełna treść raportu jest dostępna tutaj: https://www.sanofi.com/-/media/Project/One-Sanofi-Web/Websites/Global/Sanofi-COM/Home/common/docs/about-us/UPDATED-FINAL_Be-Your-Best-Report-2019_03-JULY.pdf

Informacje o Sanofi

Sanofi wspiera pacjentów w pokonywaniu wyzwań zdrowotnych. Jesteśmy globalną firmą biofarmaceutyczną skoncentrowaną na zdrowiu ludzkim. Zapobiegamy chorobom za pomocą szczepionek, dostarczamy innowacyjne sposoby leczenia bólu i łagodzenia cierpienia. Wspieramy zarówno tych, którzy cierpią na choroby rzadkie, jak również miliony pacjentów zmagających się z chorobami przewlekłymi. Dzięki zaangażowaniu ponad 100 000 pracowników w 100 krajach, Sanofi przekształca innowacje naukowe w rozwiązania opieki zdrowotnej dostępne na całym świecie.

Sanofi Consumer Healthcare jest częścią globalnej organizacji Sanofi, której celem jest poprawa jakości życia ludzi na całym świecie. Globalny BU CHC osiągnął sprzedaż na poziomie 4,7 mld EUR w 2018 roku. Sanofi Consumer Healthcare jest jedną z trzech najważniejszych organizacji na rynku Consumer Healthcare i dostarcza skoncentrowane na konsumentach, innowacyjne rozwiązania w zakresie samoleczenia, skupione wokół czterech najważniejszych globalnych kategorii: alergia oraz kaszel i przeziębienie, środki przeciwbólowe, leki układu pokarmowego, suplementy diety.

Sanofi,

Empowering

Life.

Więcej informacji: www.sanofi.pl    [Sanofi Polska@SanofiPolskaSanofiPolska](#)