

„Wątroba się sprawdza” kampania edukacyjna w obszarze niealkoholowego stłuszczenia wątroby

Warszawa, 18 lutego 2020 - Wątroba jest jednym z najważniejszych organów w organizmie człowieka. Odpowiedzialna jest za ponad 500 funkcji, a jej prawidłowe działanie wpływa pozytywnie na inne narządy wewnętrzne¹. W przypadku, gdy jest nieodpowiednio „traktowana”, może ulec uszkodzeniu i nie spełniać swoich funkcji². Niestety, jak pokazują wyniki badania „Polacy, a niealkoholowe stłuszczenie wątroby”³, poziom wiedzy na temat wątroby oraz chorób tego narządu jest w społeczeństwie polskim wciąż bardzo niski. W celu zwiększenia świadomości na temat tego kluczowego narządu, ale przede wszystkim w obszarze niealkoholowego stłuszczenia wątroby, firma Sanofi rozpoczyna kampanię edukacyjną „Wątroba się sprawdza”.

Celem zrealizowanego we wrześniu 2019 r. przez agencję IPSOS badania, była m.in. ocena świadomości bezalkoholowej stłuszczeniowej choroby wątroby (NAFLD), która jest aktualnie jednym z poważniejszych wyzwań medycznych i uznawana jest za globalną epidemię⁴. Stłuszczenie definiuje się jako **zwiększone odkładanie tłuszczu w obrębie komórek wątrobowych**. Występowanie NAFLD jest w znacznym stopniu związane z epidemią otyłości, cukrzycą typu drugiego oraz zespołem metabolicznym. Szacuje się, że jest to obecnie problem nawet 9 milionów Polaków⁵. Wyniki badania jasno wskazały, że aż **87% badanej grupy nie ma świadomości istnienia** choroby. Niepokojący jest ponadto fakt, że takiej odpowiedzi udzieliło 81% osób z chorobami towarzyszącymi (nadciśnienie tętnicze; cukrzyca typu 2; hipercholesterolemia) i tyle samo procent ze wskaźnikiem BMI powyżej 40 (otyłość stopnia III), podczas gdy częstość występowania NAFLD jest w znacznym stopniu związana z epidemią otyłości, cukrzycą typu 2 czy nadciśnieniem tętniczym (składowe zespołu metabolicznego)⁶. Problemem okazuje się także diagnostyka chorób wątroby - tylko 10% respondentów wykonywało badania w tym w kierunku w przeciągu ostatniego roku (badania krwi, USG). **41% nie zrobiło tego nigdy**.

Na pytanie „Czy wie Pan/i, że niealkoholowa stłuszczeniowa choroba wątroby może być groźna i prowadzić do marskości wątroby?” twierdząco odpowiada jedynie 40% badanych, 60% uważa, że NAFLD nie stanowi zagrożenia dla zdrowia. Co gorsza, uważa tak aż 52% osób z wymienianymi powyżej chorobami towarzyszącymi³...

Należy stwierdzić, że wiedza Polaków na temat niealkoholowego stłuszczenia wątroby - samej choroby, czynników ryzyka czy chorób współtowarzyszących pozostawia wiele do życzenia.

¹ Różga J i in. Co nowego w leczeniu wątrobowozastępczym? Hepatologia 2014; 14: 139–148.

² Simon K. Diagnostyka chorób wątroby. Termedia Wydawnictwa Medyczne, Poznań 2012: 9.

³ Raport z badania metodą CAPI realizowanego przez Ipsos Sp. z o.o: „Polacy, a niealkoholowe stłuszczenie wątroby”. Reprezentatywna próba Polaków w wieku 15+; N=1006. Realizacja 12-17.09.2019. Dane w posiadaniu firmy.

⁴ Czarniecka K. i in. Niealkoholowa stłuszczeniowa choroba wątroby – od prostego stłuszczenia do transplantacji wątroby. Hepatologia 2018; 74-75;

⁵ Hartleb M., <https://www.termedia.pl/naflid/Prof-Marek-Hartleb-Stluszczenie-watroby-wystepuje-u-20-25-proc-Polakow.31922.html>, data wejścia 15.11.2019

⁶ Mark Benedict, Xuchen Zhang. Non-alcoholic fatty liver disease: An expanded review. World J Hepatol. 2017 Jun 8; 9(16): 715–732. doi: 10.4254/wjh.v9.i16.715

Co pozytywne, wydaje się jednak, że odpowiednio zaplanowane, wdrożone i konsekwentnie realizowane działania edukacyjne mogą odwrócić ten negatywny trend.

Celem kampanii „Wątroba się sprawdza” jest edukacja, uświadamianie, dzięki czemu zapobiec można progresji choroby tłuszczyczeniowej w społeczeństwie polskim. Ważnym jest również przyspieszenie diagnostyki i wczesnej interwencji.

Osią kampanii jest platforma edukacyjna www.WatrobaSieSprawdza.pl, z kluczowym elementem - testem pozwalającym ocenić m.in. poziom wiedzy na temat NAFLD. Na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące choroby, m.in. jej przyczyn, objawów, diagnostyki czy konsekwencji, a także na pytania o styl życia, respondent otrzymuje rozbudowane, eksperckie podsumowanie, prezentujące zarówno jego poziom wiedzy o NAFLD, jak i komentarze nawiązujące do przedstawionego stylu życia. Istnieje także możliwość wpisania posiadanych wyników badań laboratoryjnych (ALT, AST, liczba płytek - PLT), co pozwala na wyliczenie wskaźników zwłóknienia wątroby.

Ponadto, na stronie zamieszczony został formularz z wywiadem w kierunku chorób wątroby, który ułatwi pacjentowi konsultację z lekarzem.

Na platformie znaleźć można pełen raport z badania IPSOS, prezentujący świadomość NAFLD w społeczeństwie polskim, również w formie filmu edukacyjnego. Warto zapoznać się z poradami, dotyczącymi optymalnej diety dla wątroby, a także faktami na temat tłuszczyczeniowej choroby wątroby, przygotowanymi we współpracy ze specjalistami z dziedziny medycyny.

Więcej informacji na stronie www.WatrobaSieSprawdza.pl

Ekspertem kampanii jest Klaudia Wiśniewska, dietetyk kliniczny z Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej w Warszawie (Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny).

Patroni merytoryczni kampanii:



FUNDACJA
GWIAZDA
NADZIEI



KOALICJA
HEPATOLOGICZNA

Dodatkowych informacji udziela:

Alicja Jabłońska - Krzywy
PR Manager Consumer Healthcare
Sanofi
tel.: +48 724 247 245
e-mail: alicia.krzywy@sanofi.com

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 2019 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](https://www.linkedin.com/company/sanofi-polska)  [@SanofiPolska](https://twitter.com/SanofiPolska)  [SanofiPolska](https://www.instagram.com/SanofiPolska)