

## Generația Net ia în serios îngrijirea personală, dar nu-și protejează suficient starea generală de sănătate

*Un studiu realizat recent de Sanofi a arătat că trei sferturi dintre consumatorii Generației Net (cei născuți între 1981 și 1996) declară că își mențin un nivel bun al sănătății prin autoîngrijire, însă jumătate dintre profesioniștii din domeniul sănătății nu sunt de acord cu acest lucru, sugerând ca principală cauză lipsa informațiilor de calitate.*

**București, 24 iulie 2019.** [Sanofi](#) a publicat astăzi, cu ocazia Zilei Internaționale a Îngrijirii Personale, un raport nou intitulat: **“Be Your Best 2019 – Empowering the Net Generation to Make the Most of Self-Care”** (Fii cea mai bună versiune a ta în 2019 – Sprijinirea Generației Net să utilizeze cât mai eficient soluțiile de îngrijire personală), care aduce noi răspunsuri legate de percepțiile și practicile de autoîngrijire ale acestei generații de consumatori și ale profesioniștilor din domeniul sănătății (medici generaliști și farmaciști) din opt țări ale lumii.

**Alan Main, Executive Vice President, Head of Sanofi Consumer Healthcare,** a declarat: *„Raportul dezvăluie faptul că, deși bine intenționați, consumatorii din Generația Net nu reușesc întotdeauna să facă cele mai bune alegeri pentru a-și menține starea generală de sănătate. În contextul unei societăți guvernate de accesul facil la informații, vocile autorizate nu reușesc întotdeauna să se facă auzite. Este atât răspunderea autorităților, cât și a industriei farmaceutice să răspundă nevoii acestor consumatori de a beneficia de informații care să îi ajute să aibă o viață mai sănătoasă și împlinită”.*

Persoanele care fac parte din Generația Net au încredere în capacitatea lor de autoîngrijire – trei sferturi dintre cei incluși în sondaj au declarat că sunt încrezători că se mențin sănătoși prin autoîngrijire. Majoritatea abordează problema îngrijirii personale cu seriozitate, 43% dintre ei căutând informații în acest sens cel puțin o dată pe săptămână. Astfel, compară și aleg produse ce răspund nevoilor personale chiar înainte de a păși într-o farmacie.

Nativi în era digitalului, consumatorii din Generația Net consideră internetul ca fiind cea mai importantă sursă de informații despre îngrijire personală, chiar mai importantă decât recomandarea profesioniștilor din domeniul sănătății. Însă 59% dintre profesioniștii din domeniul sănătății, cred dimpotrivă, că reprezentanții acestei generații nu fac destul pentru a se îngriji, în ciuda informațiilor care le sunt la îndemână. De asemenea, aceștia declară că încrederea în informațiile online ar putea provoca, în mod paradoxal, îngrijorări inutile acestei generații.

Totodată, doar o treime dintre cei intervievați se simt bine informați privind opțiunile de îngrijire personală disponibile prin intermediul serviciilor de sănătate, în regiunea lor.

**Alan Main** a continuat: *“Este necesar ca toți actorii din domeniul sănătății să ia atitudine și să*

*asculte această generație de două miliarde de consumatori. Dacă am reuși să creăm în parteneriat cu toți actorii implicați un mediu propice recunoașterii valorii autoîngrijirii, adaptării politicilor și normelor din domeniu și utilizării responsabile a datelor integrate, valorificând această putere incredibilă pentru a îmbunătăți sănătatea, atunci am putea transforma cu adevărat ecosistemul sanitar.”*

**Iulia Roșian, Consumer Healthcare General Manager, Sanofi Romania & Moldova**, a declarat: *“Generația Net se confruntă cu noi presiuni cotidiene precum nesiguranța locului de muncă, responsabilități financiare în creștere, cărora li se adaugă creșterea puterii de influență a rețelelor de socializare. De aceea nu este o surpriză că menținerea și gestionarea propriei stări de sănătate devine din ce în ce mai importantă pentru această generație. Totuși, același raport arată că ei nu fac întotdeauna alegerile corecte când vine vorba de autoîngrijire, deși au acces la mai multe informații decât oricare dintre generațiile anterioare. De aici și nevoia din ce în ce mai mare a educării, maturizării și responsabilizării consumatorului în privința gestionării propriei sănătăți. Beneficiul maxim al autoîngrijirii poate fi atins doar dacă avem un consumator informat, care are capacitatea să distingă între situațiile în care își poate autogestiona starea de sănătate și cele în care este necesară recomandarea unui medic sau farmacist. Este un deziderat pe care încercăm să îl atingem prin campania educațională “Despre sănătate, cu responsabilitate”, derulată de Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI), în care Sanofi este membru activ.”*

\*\*\*\*\*

### **Despre raportul “Be Your Best 2019 – Empowering the Net Generation to Make the Most of Self-Care”**

- Perioada activității derulate în teren: martie - aprilie 2019
- Metode:
  - o Interviuri online autoadministrare [durată – 20 minute] – realizate de *Harris Interactive* în lunile martie și aprilie 2019.
  - o Ascultare socială: analizarea a aproximativ 2,7 milioane de postări în mediile de socializare în perioada martie 2017 – aprilie 2019. O perioadă mai scurtă (ianuarie – aprilie 2019) a fost implementată în SUA pentru a se asigura că datele nu înclină spre această piață – realizate de *Pulsar*.
- Informații generale:
  - o Cercetarea comandată de divizia Sanofi Consumer Healthcare a fost efectuată în opt piețe (Franța, Marea Britanie, Rusia, SUA, Brazilia, China, Japonia, Africa de Sud).
  - o S-au evaluat atitudinile profesioniștilor din domeniul sănătății care fac parte din Generația Net (medici și farmaciști născuți în perioada 1981 și 1996), precum și ale publicului din același grup de vârstă, pentru a înțelege cum aceste părți implicate conturează peisajul viitor al îngrijirii personale.
  - o Raportul complet poate fi accesat [aici](#).

### **Despre Sanofi**

Misiunea Sanofi este să fie alături de persoanele care se confruntă cu probleme de sănătate. Suntem o companie biofarmaceutică globală dedicată sănătății umane. Prevenim afecțiuni cu ajutorul vaccinurilor și punem la dispoziție tratamente inovatoare pentru a combate durerea și a alina suferințele. Suntem alături de cei care suferă de boli rare, dar și lângă milioanele de oameni care au o boală cronică.

Cu ajutorul a peste 100.000 de angajați în 100 de țări, Sanofi transformă inovația științifică în soluții pentru sănătate peste tot în lume.

Sanofi Consumer Healthcare este o divizie a companiei Sanofi, o organizație mondială în domeniul sănătății, dedicată îmbunătățirii calității vieții oamenilor din întreaga lume.

Divizia Global Consumer Healthcare a înregistrat vânzări de 4,7 miliarde de Euro în 2018. Sanofi Consumer Healthcare este una dintre cele mai importante organizații în piața medicamentelor fără prescripție medicală, a suplimentelor alimentare și a dispozitivelor medicale, care oferă soluții de îngrijire personală inovatoare, centrate pe consumator și acoperind în principal patru arii terapeutice: tuse, răceală și alergii; durere, sănătate digestivă și sănătate nutrițională.

Sanofi, Empowering Life

### **Contacte Media**

#### **Sanofi Romania**

Raluca Coman  
raluca.coman@sanofi.com

#### **Free Communicaiton**

Irina Pătru  
irina.patru@freecomm.ro

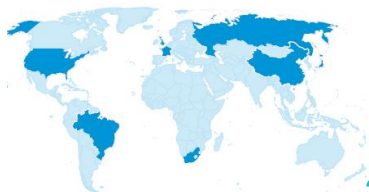
*URMĂTOARELE DOUĂ PAGINI PREZINTĂ ÎN FORMAT INFOGRAFIC REZULTATELE CHEIE ALE STUDIULUI.*

Născută în era digitală, Generația Net (persoane născute între anii 1981 și 1996) este mult mai selectivă atunci când alege produse pentru autoîngrijire. Sistemele de sănătate încearcă să țină pasul cu schimbările care au loc la nivelul societății, încercând să valorifice potențialul acestei ere digitale, conduse de date. Există un decalaj între opiniile, practicile și aspirațiile acestei generații în legătură cu îngrijirea personală și cele ale organismelor de reglementare și factorilor de decizie din domeniu.

Sondaj efectuat de Divizia de Consumer Healthcare (medicamente fără prescripție medicală, suplimente alimentare și dispozitive medicale) a Sanofi pe un eșantion de 3.200 de consumatori și profesioniști din domeniul sănătății

(medici generaliști și farmaciști) din Generația Net, din 8 țări:

Franța • Marea Britanie • Rusia • SUA • Brazilia • China • Japonia • Africa de Sud



La nivelul fiecărei piețe/ țări:



250 consumatori



75 medici generaliști








75 farmaciști

## GENERAȚIA NET ȘI AUTOÎNGRIJIREA – REZULTATE CHEIE

### Convingeri

Pentru această generație, autoîngrijirea înseamnă:

-  stil de viață activ **48%**
-  'dietă sănătoasă' **60%**
-  echilibrul profesional-personal **28%**
-  reducerea riscurilor pentru sănătate **32%**
-  rutină de îngrijire a pielii **25%**



Consumatorii se axează pe **tratarea problemelor lor medicale pe măsură ce apar** și nu pe a încerca să prevină viitoare afecțiuni. Profesioniștii din domeniul sănătății consideră că ar trebui mutată atenția dinspre tratament spre prevenție.



La nivel global, autoîngrijirea este puternic legată de **sănătatea mintală** și de menținerea stării generale de sănătate.




Medicii generaliști și farmaciștii își doresc din partea consumatorilor să prioritizeze **autoîngrijirea**, 87% și respectiv 90% dintre ei fiind de acord că, în primul rând, pacienții ar trebui să fie capabili să își gestioneze singuri problemele minore de sănătate, însă accesul la informații avizate reprezintă principalul obstacol în a realiza acest lucru.


### Practici

Consumatorii și profesioniștii din domeniul sănătății au percepții diferite în ceea ce privește practicile de îngrijire personală.

**70%**  dintre consumatori **consideră că sunt preocupați de autoîngrijire, menținându-și astfel starea de sănătate**

**59%**  dintre medici și farmaciști consideră că pacienții lor **nu** fac suficient pentru a se autoîngriji.

Această generație este dornică să afle mai multe despre modalitățile prin care să-și îngrijească starea de sănătate.

Aprox. **4 din 5**  persoane caută informații despre **cum să-și mențină sănătatea sau cum să trateze o afecțiune minoră** cel puțin o dată pe lună și 43% cel puțin o dată pe săptămână.



**Internetul**, (în mod specific anumite website-uri de sănătate), **familia și prietenii** sunt trei dintre sursele preferate de informații în rândul consumatorilor. Mai exact, 19% dintre consumatori consideră că internetul este cea mai importantă sursă de informații.

### Aspirații

Principalele aspirații ale acestei generații asociate cu autoîngrijirea sunt:

-  **58%** Vor să se mențină în formă
-  **52%** Vor să se simtă bine
-  **49%** Vor să gestioneze stresul

Dacă dispun de informații și sfaturi adecvate,

**57%**  dintre consumatori sunt mulțumiți să trateze afecțiuni minore cu soluții fără prescripție medicală.



## I-AM ASCULTAT:



Generația Net asociază autoîngrijirea cu **abilitatea** de a prelua controlul asupra propriei stări de sănătate și a **evita** epuizarea.



**Prevenirea afecțiunilor minore și a problemelor medicale** este un obiectiv pe termen lung în ceea ce privește îngrijirea personală în rândul acestei generații - chiar dacă există numeroși factori care împiedică acest lucru.

## NEVOIA DE COLABORARE ÎNTRE AUTORITĂȚI, INDUSTRIE ȘI TOȚI ACTORII IMPLICAȚI PENTRU A:

1. **Transforma** autoîngrijirea într-un pilon cheie, reducând astfel presiunea asupra sistemelor de sănătate.
2. **Prioritiza** accesul la soluții eficiente și corecte de autoîngrijire ajutând consumatorii să-și îmbunătățească starea de sănătate.
3. **Accelera** educația medicală a Generației Net, generație dominată de nevoia de a ști mai multe, din surse avizate.
4. **Comunica** într-o manieră adaptată Generației Net, prin colaborarea cu persoane relevante pentru această generație, inovatori și influențatori, prin intermediul canalelor de socializare.
5. **Utiliza și integra** datele existente pentru a crea un mediu care să faciliteze accesul adecvat și responsabilitatea, consolidarea încrederii și o mai bună înțelegere a nevoilor acestei generații.

Sanofi își dorește să colaboreze cu toți actorii din domeniul îngrijirii personale din întreaga lume pentru a aborda aceste provocări și și-a asumat angajamentul de a identifica și de a livra soluții de care are nevoie Generația Net pentru a practica autoîngrijirea în cel mai eficient mod.