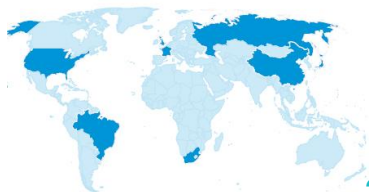


Născută în era digitală, Generația Net (persoane născute între anii 1981 și 1996) este mult mai selectivă atunci când alege produse pentru autoîngrijire. Sistemele de sănătate încearcă să țină pasul cu schimbările care au loc la nivelul societății, încercând să valorifice potențialul acestei ere digitale, 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.