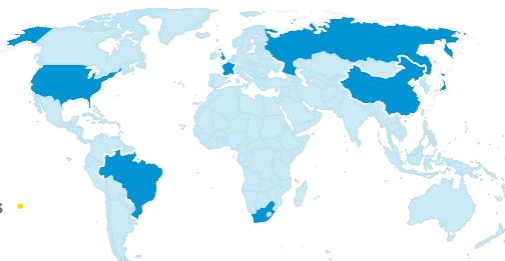


Nés à l'ère numérique, entre 1981 et 1996, les enfants de la Génération du Net recherchent des produits qui leur permettent de vivre comme ils l'entendent. Parallèlement, les systèmes de santé continuent de faire face à des changements disruptifs dans la société et à la nécessité urgente de tirer le meilleur parti de la montée en puissance de l'ère digitale et du potentiel des données. Il existe un écart évident en termes de croyances, de pratiques et d'aspirations en matière de « self-care » entre les enfants de cette génération et les pouvoirs publics, les organes de réglementation et les décideurs.

Sanofi Santé Grand Public a commandé une étude qui a été menée auprès de 3 200 consommateurs et professionnels de santé de la Génération du Net (médecins généralistes et pharmaciens) dans

8 pays :

France • Royaume-Uni • Russie • États-Unis • Brésil • Chine • Japon • Afrique du Sud



Dans chaque pays :



250 consommateurs



75 médecins généralistes








75 pharmaciens

GÉNÉRATION DU NET ET SELF-CARE – PRINCIPAUX RÉSULTATS

Croyances

Pour cette génération, le « self-care » recouvre un large éventail d'activités :

-  Pratiquer une activité physique **53 %**
-  « S'alimenter sainement » **60 %**
-  Avoir un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée **28 %**
-  Atténuer les risques pour la santé **32 %**
-  Prendre soin de sa peau **25 %**



Les consommateurs tendent à **traiter leurs problèmes de santé au fur et à mesure qu'ils surviennent**, plutôt que d'essayer de prévenir l'apparition de problèmes de santé futurs – pour les professionnels de santé, la primauté du traitement sur la prévention doit changer.



Partout dans le monde, le concept de « self-care » est fortement associé à la **santé mentale** et au bien-être.



Les médecins généralistes et pharmaciens souhaitent que les consommateurs **prennent davantage de mesures pour prendre soin de leur santé**, avec respectivement 87 % et 90 % d'entre eux affirmant que les patients devraient en premier lieu pratiquer l'automédication pour leurs problèmes de santé mineurs, non sans préciser que le manque d'informations est le principal obstacle à cette pratique.

Pratiques

Les consommateurs et les professionnels de santé de la Génération du Net n'ont pas les mêmes perceptions des pratiques du self-care dans la réalité.

70% 

des consommateurs **pensent prendre suffisamment de mesures** pour se maintenir en bonne santé, tandis que

59% 

des médecins généralistes et pharmaciens estiment que leurs patients **ne le font pas suffisamment**.

Cette génération reste avide d'apprendre comment mieux pratiquer l'automédication et le self-care.

Près de **4 personnes sur 5**



cherchent des informations pour **rester en bonne santé** ou **traiter une affection mineure** au moins une fois par mois et 43 % au moins une fois par semaine.



Internet, la famille et les amis et certains sites dédiés à la santé sont les trois

sources d'information privilégiées des consommateurs. Plus précisément, ils considèrent Internet comme leur source d'information la plus importante.

Aspirations

Les principales aspirations de cette génération en matière de « self-care » sont :

 **58%** **Reste en forme**

 **52%** **Se sentir bien**

 **49%** **Gérer son stress**

Lorsque les informations et conseils appropriés sont mis à leur disposition,



57% des consommateurs

ne voient aucun inconvénient à traiter leurs problèmes de santé mineurs au moyen de médicaments en accès libre.



NOS CONSTATS :



Pour les enfants de la Génération du Net, le self-care est synonyme d'**autonomie** pour prendre le contrôle de leur santé et un moyen d'**éviter** le burnout.



La **prévention des affections mineures et des problèmes de santé** est un objectif à long terme pour cette génération – même si plusieurs facteurs les en empêchent actuellement.

NOUS ENJOIGNONS LES POUVOIRS PUBLICS, LES SYSTÈMES DE SANTÉ ET LE SECTEUR PHARMACEUTIQUE À :

1. **Faire** de l'automédication un pilier essentiel des systèmes de santé pour atténuer les pressions qui s'exercent sur eux.
2. **Promouvoir en priorité** l'accès à des solutions d'automédication efficaces pour donner aux consommateurs les moyens d'améliorer leur santé de la manière qui leur convient le mieux.
3. **Renforcer** les connaissances en matière de santé de la Génération du Net qui, quoique bien informée et avertie, présente des lacunes en ce qui concerne les pratiques d'automédication, afin de lui permettre d'améliorer son état de santé générale.
4. **Engager** la Génération du Net en empruntant ses propres « codes » et en collaborant avec des innovateurs et influenceurs via les réseaux sociaux afin de susciter des changements positifs.
5. **Exploiter** tout le potentiel des données en favorisant la mise en place d'un environnement permettant de garantir l'accès et la responsabilité, de bâtir la confiance et de mieux comprendre les besoins de cette génération.

Sanofi aspire à s'associer aux parties prenantes du secteur du self-care dans le monde pour relever ces défis et s'engage à identifier et à développer les solutions dont la Génération du Net a besoin pour prendre soin de sa santé dans les meilleures conditions possibles.

Le self-care s'entend des mesures que chacun peut prendre par soi-même pour améliorer sa santé et son bien-être, prévenir l'apparition de certaines maladies, atténuer les symptômes d'une affection et en guérir.

Source:
'Be Your Best 2019: Empowering the Net Generation to Make the Most of Self-Care'

Date de préparation : Juin 2019