**Czy aplikacje zastąpią młodym lekarza? Nieprędko!**

**Warszawa, 12 października 2022** - **Doceniają naukę i innowacyjność. Mimo, że kuszą ich aplikacje wspierające zdrowie, nie rezygnują z kontaktu z lekarzem. Widzą też wartość rozwiązań cyfrowych dla zdrowia rodziców i dziadków. Oto oni: młodzi Polacy w raporcie „Barometr Bayer 2022” [[1]](#footnote-2). Kreśli on obraz młodych ludzi świadomych problemów, ale też wiedzących jak korzystać z innowacji.**

„Barometr Bayer“ jest dorocznym badaniem stanu świadomości Polaków na ważne społecznie tematy - zrównoważony rozwój, stosunek do nauki oraz do nowoczesnych rozwiązań w zdrowiu i rolnictwie. W tym roku badanie skupia się na szeroko dyskutowanych w przestrzeni publicznej tematach. Jednym z nich jest dbałość młodych Polaków o zdrowie, w tym korzystanie z różnorodnych aplikacji do monitorowania organizmu. Honorowy patronat nad badaniem objął United Nations Global Compact Network Poland.

W tym roku ta barwnie namalowana diagnoza, która zawsze skłania do żywiołowych dyskusji, portretuje pokolenie gotowe już za moment przejąć stery świata. Jak go urządzą i w jakiej kondycji pozostaną dzisiejsi 20-latkowie?

**Młodzi Polacy są zgodni; warto dbać o siebie od małego i robić to przez całe życie** – nie czekając do późniejszego wieku. Ponad połowa młodych Polaków deklaruje, że dla dobrej kondycji decydujące jest **zdrowe odżywianie** (choć do praktykowania go przyznaje się tylko jedna trzecia z nich). Dla młodych ważne jest apewnienie sobie odpowiedniej ilości snu (49%), aktywność fizyczna (47%) i ograniczanie stresu (43%). Kobiety zdecydowanie bardziej od mężczyzn dbają o relaks i czas na sen. Co trzeci ankietowany docenia wagę regularnych badań lekarskich.

**Młodzi chcą mieć kontakt z lekarzem**, a 57 proc. zgadza się ze stwierdzeniem, że najlepszy jest bezpośredni kontakt, ale w pewnych wypadkach, np. wypisania recepty czy skierowania, można skorzystać z porady zdalnej. Co według badania „Barometr Bayer 2022“ robi dwudziestolatek, gdy potrzebuje porady lub informacji o swoim zdrowiu? Najwięcej – bo połowa – kontaktuje się z lekarzem, głównie na wizytę osobistą.

Młodzi Polacy przywiązują wagę do zdrowego trybu życia i korzystają z możliwości technologicznych: **blisko dwie trzecie zainstalowało już w telefonie aplikację związaną ze zdrowiem czy ćwiczeniami.** Młodzi doceniają motywującą rolę aplikacji (42%) i możliwość obserwowania jak parametry zdrowia zmieniają się w czasie (38%). Co czwarty dzięki nim jest zmotywowany do wykonania określonej aktywności.

Aplikacje to towarzysz aktywnosci młodych Polaków – pomagają w liczeniu liczby kroków (56%), kilometrów (44%), spalonych kalorii (37%), oceny jakości snu (32%), sprawdzenia tętna (31%) czy ciśnienia (14%). Niemal **połowa respondentów przedstawia lekarzowi dane** zebrane w ten sposób. Większość (69%) chciałaby, aby informacje na temat historii chorób i leczenia były dostępne w jednym miejscu.

Ponad połowa młodych Polaków jest przekonana o tym, że **aplikacje w przypadku osób starszych mają sens**. Młodzi wskazują, że aplikacje przypominają o zachowaniach prozdrowotnych – aktywności fizycznej, wzięciu leków, przyjmowaniu płynów. 43% młodych Polaków deklaruje, że ich **rodzice i dziadkowie już przekonali się** do korzystania z aplikacji, które monitorują kondycję i przypominają o zachowaniach prozdrowotnych.

- *„Barometr Bayer“ rysuje obraz młodych jako pokolenia czującego odpowiedzialność za stan własnego zdrowia.* *Podkreślają wagę troski o swój dobrostan, w tym profilaktykę i odczytywanie sygnałów płynących z organizmu - tak, by nie dopuścić do choroby. Chętnie korzystają ze zdobyczy nauki i techniki* – mówi Markus Baltzer, prezes firmy Bayer w Polsce – *To, co młodzi postulują, my – z pomocą nauki – już wprowadzamy. To między innymi rozwiązania cyfrowe na rzecz zdrowia. Oparta na wiedzy troska o własne zdrowie określana jest mianem „science-led selfcare“. Badanie dowodzi, że młodzi Polacy deklarują, że postępują zgodnie z jej zasadami. To budujące, dlatego z optymizmem patrzymy w przyszłość.*

**O firmie Bayer**

Firma Bayer to międzynarodowe przedsiębiorstwo, którego działalność skupia się na obszarach nauk Life Sciences, jakimi są ochrona zdrowia i produkcja żywności. Jej produkty i usługi mają na celu przyniesienie korzyści ludziom i planecie poprzez wspieranie wysiłków zmierzających do przezwyciężenia głównych wyzwań związanych z rosnącą i starzejącą się populacją globalną. Bayer angażuje się w zrównoważony rozwój i wywieranie pozytywnego wpływu poprzez swoją działalność. Jednocześnie Grupa dąży do poprawy rentowności i tworzenia wartości poprzez innowacje i wzrost. Marka Bayer oznacza zaufanie, niezawodność i jakość na całym świecie. W roku podatkowym 2021 Grupa zatrudniała około 100 000 osób, a wartość jej sprzedaży wyniosła 44,1 mld euro. Wydatki na badania i rozwój - przed uwzględnieniem pozycji nadzwyczajnych - wyniosły 5,3 mld euro. Więcej informacji na stronie internetowej [www.bayer.com](http://www.bayer.com).

Kontakt:

**/// Monika Lechowska-Wróbel**, Head of Communication CEE, Bayer Sp. z o.o.

E–mail: monika.lechowska@bayer.com

Biuro prasowe Bayer:

**Aleksandra Stasiak,**

Omega Communication, tel. 602 115 401, e-mail astasiak@communication.pl

**Oświadczenia dotyczące przyszłości**

Niniejszy komunikat prasowy może zawierać oświadczenia dotyczące przyszłości oparte na bieżących założeniach i prognozach kierownictwa firmy Bayer. Istnieje wiele znanych oraz nieznanych rodzajów ryzyka, niewiadomych oraz innych czynników, które mogą prowadzić do znaczących różnic pomiędzy rzeczywiście osiągniętymi w przyszłości wynikami, sytuacją finansową firmy oraz tempem jej rozwoju a przedstawionymi w niniejszym dokumencie szacunkami. Czynniki te obejmują elementy omówione w publicznie dostępnych sprawozdaniach firmy Bayer, które są dostępne na stronie internetowej spółki pod adresem [www.bayer.com](http://www.bayer.com). Spółka nie ponosi żadnej odpowiedzialności za aktualizacje tych stwierdzeń dotyczących przyszłości ani za dostosowanie ich do przyszłych sytuacji lub zdarzeń.

1. *Badanie „Barometr Bayer” przeprowadził instytut Kantar na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 20-30 lat, N=1026, sierpień / wrzesień 2022* [↑](#footnote-ref-2)