LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

Comunicato stampa

Un nuovo studio condotto da IPSOS per La Roche-Posay in tutto il mondo rivela che il 52% degli intervistati non si è mai sottoposto a uno screening dei nei.

La Roche-Posay lancia DIVENTA SKIN CHECKER, campagna di sensibilizzazione internazionale che invita ad assumere un ruolo attivo nella lotta contro il melanoma.

E gli italiani? Più bravi della media per quanto riguarda lo screening periodico dei nei e la corretta esposizione al sole, non rinuncerebbero però mai alla pelle abbronzata, sexy per l'81% degli intervistati.

Uno studio realizzato da Ipsos per La Roche-Posay in 23 Paesi in tutti i continenti - inclusa l'Italia - ha analizzato i differenti atteggiamenti che le persone hanno nei confronti del sole e la loro conoscenza generale dei rischi associati all'esposizione ai raggi solari. Emergono dati interessanti che disegnano il grado di consapevolezza nei vari paesi del mondo sulla corretta esposizione al sole, sulla prevenzione del melanoma attraverso uno screening periodico dei nei e su punti di vista sociologici di approccio all'abbronzatura.

Qualche esempio? **I nostri connazionali sono attenti più della media al controllo dei nei da parte di un dermatologo**: il 20% si sottopone a uno screening dei nei almeno una volta l'anno - dato ancora basso, ma superiore alla media che si attesta sull'11%. **Sono attenti alla protezione della pelle durante l'esposizione al sole:** il 91% si protegge, almeno a volte, contro una media degli altri Paesi dell'86%. Tuttavia, non rinuncerebbero mai alla pelle abbronzata: l'81% di loro la considera un elemento sexy (contro il 72% di media) e non potrebbe immaginare di tornare dalle vacanze senza abbronzatura! Infine, **solo il 51% pensa che ci sia un legame tra lo sviluppo di tumori della pelle e le scottature durante l'infanzia o l'adolescenza**, mentre la media degli altri paesi sale al 75%.

In generale, lo studio evidenzia che l'educazione è ancora un ambito d'azione importante. Per questo **La Roche-Posay, da anni impegnata in questo ambito, lancia una nuova campagna virale**, **DIVENTA SKIN CHECKER**, che affronta il tema della prevenzione del tumore alla pelle da un punto di vista nuovo e moderno, incoraggiando tutti ad assumere un **ruolo proattivo nel processo di autovalutazione dei melanomi, controllando se stessi e i propri cari con più attenzione e ricordando loro l'importanza dello screening periodico dal dermatologo.**

"Il melanoma è il tipo più grave di cancro della pelle; tuttavia, se riconosciuto e trattato precocemente, è quasi sempre curabile", spiega il Professor Giuseppe Argenziano, Presidente della Società Internazionale di Dermatologia. *"È ancora più importante, quindi, controllare regolarmente se appaiono nuovi nei, oppure nei preesistenti mutano. La lotta contro il cancro della pelle inizia a casa e maggiore sarà il numero delle persone che farà attenzione alla propria pelle e a quella dei propri cari, più frequente sarà la consultazione di un dermatologo, più saremo in grado di fare la differenza nella fase iniziale".*

Le evidenze dello studio in sintesi

Ben **l'88% degli intervistati a livello mondiale è consapevole del rischio di sviluppare un tumore alla pelle a causa della esposizione al sole senza protezione**, tuttavia **solo 1 persona su 2 si è rivolta a un dermatologo per uno screening dei nei almeno una volta nella vita** e 1 su 4 non ha mai neppure controllato personalmente i propri nei.
Nonostante ci sia una correlazione evidente tra la conoscenza del rischio e l'adozione di pratiche adeguate, le abitudini di protezione sono ancora spesso insufficienti. **Anche se 8 persone su 10 si proteggono dal sole, 4 su 10 non pensano di proteggere la cute in momenti differenti dalle vacanze.**
Ancora più preoccupante è la carenza di attenzione verso la propria pelle volta a individuare eventuali segni iniziali di tumore, spesso visibili a occhio nudo**. Solo 1 persona su 3 in tutto il mondo si fa un autoesame dei nei almeno una volta all'anno e oltre la metà della popolazione non ha mai suggerito a un proprio caro di sottoporsi a uno screening dei nei**.

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

Secondo Laïla Idtaleb, Director of Health Department di IPSOS, "questo studio ha evidenziato alcuni conflitti interni che riguardano gli intervistati: tra la consapevolezza dei rischi di un'esposizione non corretta e il desiderio di prendere il sole, ma anche tra la conoscenza dei segni di un potenziale tumore alla pelle e la reticenza nel sottoporsi sistematicamente e regolarmente a un controllo dei nei, sia in termini di autoesame che presso un dermatologo. ***L'indagine ha anche dimostrato che il risultato di queste contrapposizioni varia in base ai Paesi, al genere, al gruppo d'età e al livello di istruzione****".*

E gli Italiani?

Siamo attenti più della media al controllo dei nei da parte di un dermatologo: il 20% si sottopone a uno screening dei nei almeno una volta l'anno - dato ancora basso, ma superiore alla media che è dell'11%. Inoltre il 43% controlla con un auto-esame i propri nei almeno una volta l'anno (vs 33%). Gli Italiani si sono **dimostrati attenti alla protezione della propria pelle durante l'esposizione al sole,** dal momento che il 91% si protegge, almeno a volte, contro un dato medio degli altri paesi dell'86%. **La crema solare è lo strumento più utilizzato:** la applica regolarmente sul corpo il 75% dei soggetti (contro una media del 59%) e sul volto il 69% (vs. 57%). Utilizzano invece con poca frequenza gli accessori (occhiali da sole, cappello, ecc.), importanti per proteggere pelle e occhi. Gli Italiani non rinuncerebbero mai alla pelle abbronzata: l'81% la considera un elemento sexy (contro il 72% di media) e non potrebbero mai immaginare di tornare dalle vacanze senza abbronzatura!
Rispetto agli altri Paesi, **gli Italiani hanno un livello minore di conoscenza dei potenziali rischi legati ad una scorretta esposizione al sole:** l'82% degli intervistati pensa che la possibilità di sviluppare un melanoma sia dovuta a una scarsa o assente protezione durante l'esposizione (il dato medio è pari all'88%), mentre il 78% collega tale rischio all'utilizzo dei lettini solari (contro una media dell'81%). **Solo il 51% pensa che ci sia un legame tra lo sviluppo di tumori della pelle e le scottature durante l'infanzia o l'adolescenza**, mentre la media degli altri Paesi sale al 75%.

La campagna DIVENTA SKIN CHECKER - *Se tieni a qualcuno, fai attenzione ai suoi nei.*

La Roche-Posay ha lanciato **DIVENTA SKIN CHECKER**, **una nuova campagna virale di sensibilizzazione a livello internazionale che punta a educare il grande pubblico sul ruolo attivo che si può assumere nell'autoesame della pelle**. Il tumore cutaneo è, infatti, un tipo di tumore visibile a occhio nudo. Se trattato in tempi sufficientemente precoci, il 90% dei casi di melanoma potrebbe essere guarito (www.euromelanoma.com). L'obiettivo è diffondere e condividere un messaggio chiaro e semplice: chiunque può farsi portavoce di questa lotta.

"Questo studio ci conferma che oggigiorno un numero più elevato che mai di persone riconosce che il rischio di tumore alla pelle è collegato ad una non corretta esposizione ai raggi solari" afferma Elisabeth Araujo, International Director di La Roche-Posay. *"Il tasso di mortalità del melanoma, tuttavia, non è diminuito negli ultimi decenni e siamo colpiti dal fatto che così poche persone attualmente effettuino un autoesame dei nei. Riteniamo che questa campagna possa davvero fare la differenza nella lotta contro il melanoma, una lotta che inizia proprio controllando bene se stessi e i propri cari".*

L'ecosistema DIVENTA SKIN CHECKER di La Roche-Posay sarà ospitato sul sito www.larocheposay.it **a partire dal 28 aprile 2015**. **Spiegando il metodo facilmente memorizzabile ABCDE, sviluppato e ampiamente promosso da dermatologi di tutto il mondo, La Roche-Posay offre agli SKIN CHECKER un sistema in cinque punti che aiuta a identificare rapidamente un problema potenziale, incoraggiando le persone a farsi controllare il prima possibile da un dermatologo**.

Ogni SKIN CHECKER sarà chiamato a coinvolgere nell'iniziativa le persone a cui tiene, attraverso una meccanica virale e social. In questo modo si creerà una comunità mondiale di SKIN CHECKERS, visibile sul sito internet e pronta a diffondere l'importante messaggio di prevenzione **"Se tieni a qualcuno, fai attenzione ai suoi nei. Diventa SKIN CHECKER. E non dimenticarti di consultare il dermatologo".**

Per ulteriori informazioni:
Cosmétique Active Italia: *Daniela Menghini dmenghini@it.loreal.com 02.9706.6428 – 348.4101.559*

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

DIVENTA SKIN CHECKER
Se tieni a qualcuno, fai attenzione ai suoi nei.

DIVENTA SKIN CHECKER, il progetto

LA PIATTAFORMA SARA' ONLINE DAL 28 APRILE 2015
LE SCHERMATE QUI RIPORTATE SONO SOLO ILLUSTRATIVE

La Roche-Posay presenta **DIVENTA SKIN CHECKER**, **una nuova campagna virale di sensibilizzazione a livello internazionale che punta a educare il grande pubblico sul ruolo attivo che si può assumere nella diagnosi del tumore della pelle**. Il tumore cutaneo è, infatti, l'unico tipo di tumore visibile a occhio nudo e, con una diagnosi precoce, può essere guarito nel 90%* dei casi. L'obiettivo è diffondere e condividere un messaggio chiaro e semplice: chiunque può farsi portavoce di questa lotta.

*** FONTE: WWW.EUROMELANOMA.ORG/PRESS, EPI FACTSHEET 2014**

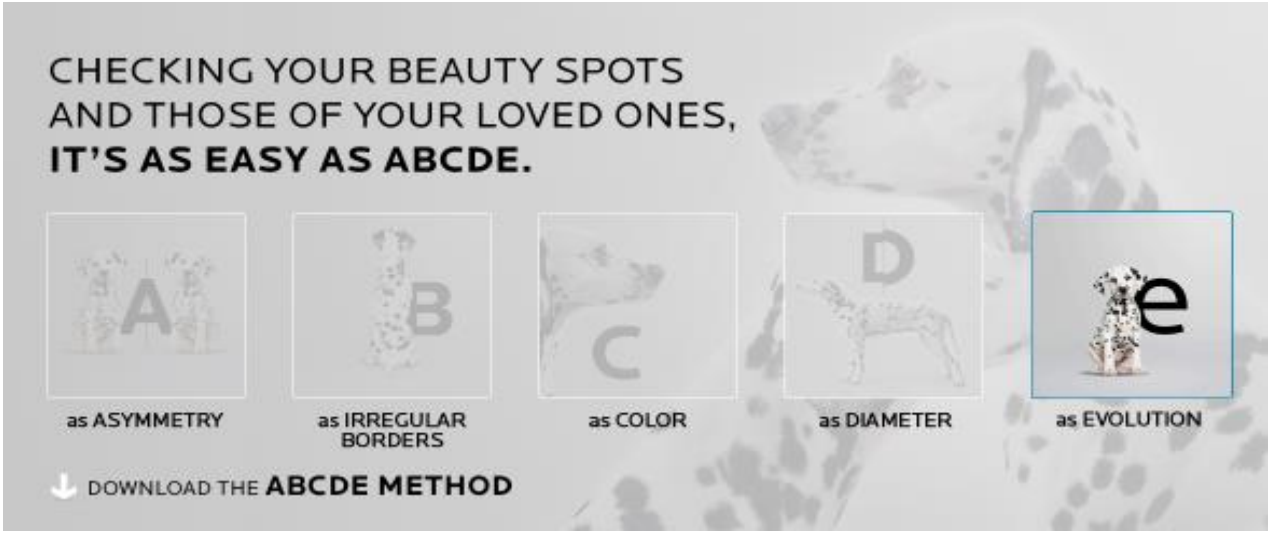
Elisabeth Araujo, International Director di La Roche-Posay afferma *"Il tasso di mortalità del melanoma, tuttavia, non è diminuito negli ultimi decenni e siamo colpiti dal fatto che così poche persone attualmente effettuino un autoesame dei nei. Riteniamo che questa campagna possa davvero fare la differenza nella lotta contro il melanoma, una lotta che inizia proprio controllando bene se stessi e i propri cari".*

L'ecosistema DIVENTA SKIN CHECKER di La Roche-Posay sarà ospitato sul sito www.larocheposay.it/skinchecker dal 28 aprile 2015. Ogni utente potrà svolgere un breve percorso educativo interattivo, strutturato in 4 tappe.

IL PERCORSO EDUCATIVO IN 4 TAPPE

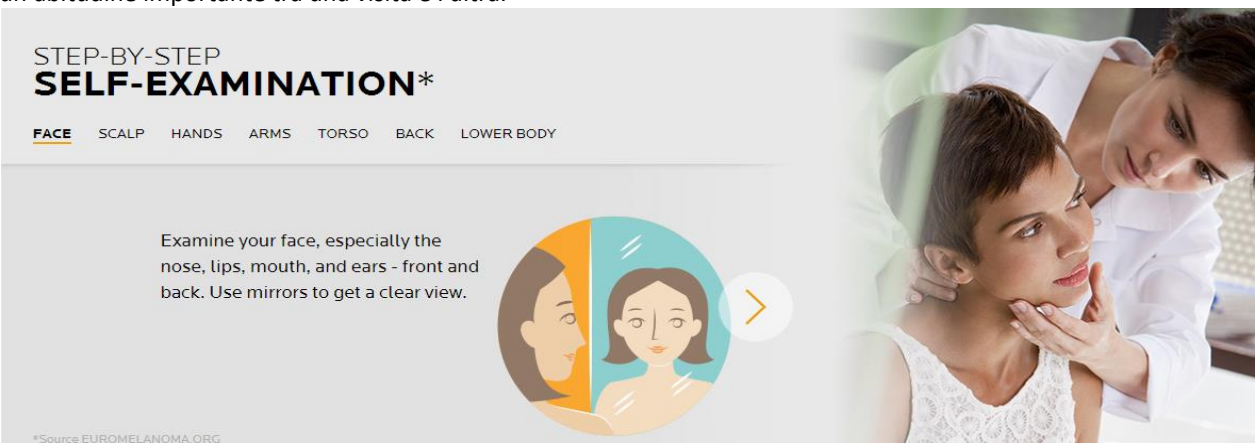
1. IL METODO ABCDE

Promuovendo il metodo facilmente memorizzabile ABCDE, sviluppato e ampiamente promosso da dermatologi di tutto il mondo, La Roche-Posay offre agli SKIN CHECKER uno schema in cinque punti che aiuta a identificare rapidamente un problema potenziale, incoraggiando le persone a farsi controllare il prima possibile da un dermatologo.



2. L'AUTOANALISI

7 veloci step per imparare come effettuare l'autoanalisi dei nei in tutte le zone del corpo. Viso, cuoio capelluto, mani, braccia, petto, schiena, parte inferiore del corpo. L'autoanalisi non sostituisce la visita del dermatologo, ma è un'abitudine importante tra una visita e l'altra.



3. LE REGOLE DI BUONA ESPOSIZIONE AL SOLE

5 regole di base per imparare a godere dei benefici del sole, evitando i potenziali rischi di un'esposizione al sole non corretta.

- Excessive sun exposure is dangerous. Seek out the shade when possible and avoid exposure when the sun is at its strongest between 10am and 4pm.
- Do not allow babies and small children to be directly exposed to the sun.
- Choose a sunscreen with very high SPF, ideally 50+. Apply product 20 minutes before going out in the sun. Frequently and generously reapply, particularly after sweating or wiping yourself off. Protect both yourself and your children with a hat, sunglasses and a t-shirt.
- Consult a dermatologist if a skin lesion appears or if you observe any changes in a mole. Between doctors' visits, stay vigilant and monitor your moles using the Mole Checker!

FIGURE

90% of melanoma detected on time can be treated successfully*.

4. IL MELANOMA

Una breve spiegazione di cos'è il melanoma e qualche dato sulla sua diffusione.

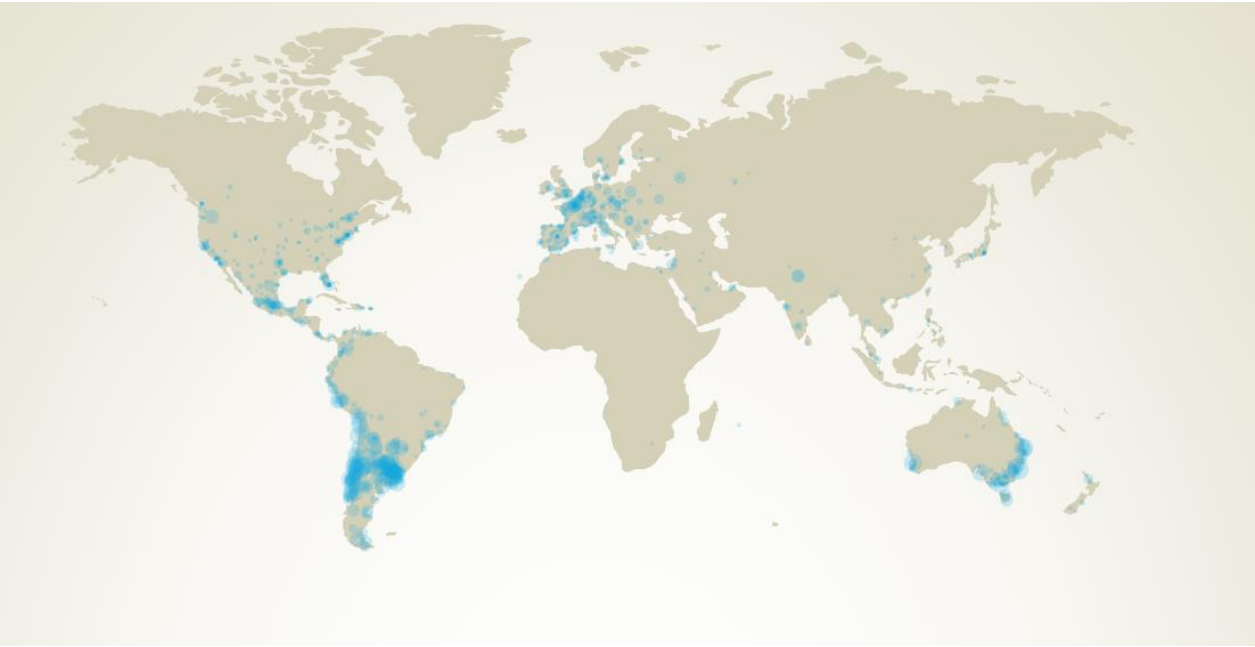
IL TEST

Una volta terminata l'educazione l'aspirante SKIN CHECKER dovrà sostenere un **breve test di 3 domande sulla formazione precedentemente ottenuta**.

IF YOU CARE SPREAD THE WORD

Ogni SKIN CHECKER sarà poi chiamato a coinvolgere nell'iniziativa le persone a cui tiene, attraverso una meccanica virale e social. In questo modo si creerà una comunità mondiale di SKIN CHECKERS, visibile sul sito internet e pronta a diffondere l'importante messaggio di prevenzione **"Se tieni a qualcuno, fai attenzione ai suoi nei. Diventa SKIN CHECKER. E non dimenticarti di consultare il dermatologo".**

Tutti gli SKIN CHECKER nel mondo saranno visualizzati su una mappa che riassumerà la portata e la viralità dell'operazione.



LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

IL METODO ABCDE

CONTROLLARE I TUOI NEI E QUELLI DELLE PERSONE A CUI TIENI È FACILE COME DIRE ABCDE!

Per monitorare i cambiamenti dei nei, tra una visita dermatologica e l'altra, usa il metodo ABCDE, sviluppato, approvato e usato da dermatologi di tutto il mondo. Ogni lettera corrisponde a un aspetto dei nei a cui fare attenzione.

IL METODO

A per **asimmetria**

Un neo che non ha una forma rotonda o ovale, con contorni e colore non distribuiti in modo omogeneo attorno al proprio centro.

B per **bordi**

Bordi irregolari, frastagliati, simili a quelli di una mappa.

C per **colore**

Un neo di diversi colori (marrone, rosso, bianco, ecc.).

D per **diametro**

Un diametro maggiore di 6 mm.

E per **evoluzione**

Un neo che cambia velocemente dimensione, forma, spessore, colore.

Maggiore è il numero di nei presenti sul corpo di una persona, maggiore è la possibilità che sviluppi un tumore cutaneo. **E' quindi essenziale monitorare la comparsa di nuovi nei e i cambiamenti che dovessero caratterizzare nei già esistenti.**

NIENTE SOSTITUISCE LA DIAGNOSI DI UN DERMATOLOGO

Lo screening periodico dei nei è fondamentale per diagnosticare precocemente il tumore cutaneo. Importante in modo particolare se sei una persona a rischio, se hai notato una lesione nuova, sospetta, o un neo che ha cambiato le sue caratteristiche. Non dimenticare che una diagnosi precoce aumenta le possibilità di cura di un tumore cutaneo. E tra una visita e l'altra, ricordati di tenere sotto controllo i tuoi nei e quelli delle persone che ami seguendo il metodo ABCDE.

METODOLOGIA DELLO STUDIO SVOLTO DA IPSOS PER LA ROCHE-POSAY

Ipsos ha realizzato per La Roche-Posay uno studio innovativo in 23 paesi in tutti i continenti che ha analizzato i differenti atteggiamenti che le persone hanno nei confronti del sole e la loro conoscenza generale dei rischi associati all'esposizione ai raggi solari.

Il sondaggio è stato realizzato in 23 paesi del mondo (Australia, Austria, Belgio, Brasile, Canada, Cile, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Messico, Norvegia, Polonia, Portogallo, Russia, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito, Stati Uniti). Per ciascun paese inserito nello studio sono state intervistate tra le 500 e le 1.000 persone (donne e uomini), come campioni rappresentativi della popolazione nazionale in età comprese tra i 15 e i 65 anni. Complessivamente sono state intervistate 19.569 persone tra il 3 dicembre 2014 e l'8 gennaio 2015.

Le interviste sono state realizzate online, ad eccezione della Russia (interviste face-to-face), Brasile, Grecia e Messico (interviste telefoniche).

IPSOS

Ipsos è una società indipendente di ricerche di mercato controllata e gestita da professionisti nel campo delle ricerche. Fondata in Francia nel 1975, Ipsos si è sviluppata fino a diventare un gruppo multinazionale di ricerche con una presenza consolidata in tutti i mercati principali ed è ora il terzo player al mondo nel settore delle ricerche.

Ipsos conta sedi in 87 Paesi e fornisce competenze analitiche in sei aree specialistiche di ricerca: ricerche in ambito advertising, fedeltà del cliente, marketing, media, public affairs e gestione di sondaggi.

I ricercatori Ipsos valutano il potenziale del mercato e ne interpretano i trend, sviluppano e costruiscono marchi, aiutano i clienti a sviluppare relazioni a lungo termine con la propria clientela. Realizzano inoltre test pubblicitari, studiano le risposte del pubblico a vari media e misurano l'opinione pubblica in tutto il mondo.

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

LA ROCHE-POSAY

Il nostro pay off è Migliora la vita della pelle sensibile. Fondato nel 1975 da un farmacista, questo brand dermocosmetico è raccomandato da 25.000 dermatologi in tutto il mondo. Presente in oltre 60 paesi, La Roche Posay nell'ultimo decennio ha triplicato il proprio fatturato con una crescita a doppia cifra per il quinto anno consecutivo. In Europa La Roche-Posay cresce con una rapidità 3 volte superiore rispetto al mercato stesso.

L'anima presente in tutte le formulazioni di La Roche-Posay è l'impegno verso tutti coloro che hanno problematiche legate alla pelle sensibile, dall'infanzia fino all'età adulta. Tutti i prodotti del brand offrono formulazioni essenziali ed efficaci, arricchite da un ingrediente unico: l'acqua termale di La Roche-Posay. Tutti i prodotti La Roche-Posay sono sicuri, altamente tollerabili e dermatologicamente testati su pelli sensibili, atopiche e reattive. L'efficacia e la sicurezza sono state comprovate da oltre 600 studi clinici e osservazionali internazionali, 80 dei quali sono stati pubblicati sulle maggiori riviste di dermatologia di tutto il mondo.

Attraverso la Fondation La Roche-Posay, che opera sotto l'egida della Fondazione di Francia, il marchio è da tempo impegnato al fianco dei dermatologi. Creata nel 1995, la fondazione supporta attivamente la ricerca nei settori medico, biologico e farmacologico in campo dermatologo, sostenendo e incoraggiando altresì iniziative generose da parte dei dermatologi.