

Uma vez que os casos de Melanoma continuam a aumentar, um novo estudo revela-nos que cerca de 52% das pessoas no Mundo inteiro nunca fez um diagnóstico aos seus sinais.

La Roche-Posay, lança através de um projecto mundial, o SkinCheckers, uma campanha de sensibilização à população para rastreio de sinais cutâneos.

Quando diagnosticados a tempo, 90% dos casos de cancro cutâneo podem vir a ser tratados eficazmente.

Através de um estudo exclusivo, efectuado pela empresa IPSOS em 23 países de todos os continentes, a marca pretende alertar através das diferentes atitudes e comportamentos ao sol, para os perigos da exposição solar. 88% das pessoas questionadas estão conscientes do risco de desenvolver cancro de pele quando expostos ao sol sem protecção solar. No entanto, 1 em cada 2 destes indivíduos confessa que nunca consultou um dermatologista para um rastreio de sinais e 1 em cada 4 nunca fez um auto-diagnóstico dos seus sinais.

O compromisso da marca com esta causa já acontece desde há vários anos mas este ano a La Roche-Posay lança uma campanha viral de sensibilização inovadora e moderna que visa educar o público em geral sobre como ter um papel ativo no auto--diagnóstico precoce do cancro cutâneo e das pessoas que mais ama.

De Portugal, um país de sol e com amantes de sol, deste estudo resulta que 85% das pessoas considera que as pessoas quando têm pele bronzeada se tornam mais sexy quando a média dos resultados do resto do Mundo é de 72%.

Outra das principais aprendizagens é que 65% das pessoas considera que os protectores solares com índice de protecção 50+ são destinados apenas a pessoas com problemáticas de pele ou com um fototipo de risco.

No entanto, e como reforço da importância desta campanha, em Portugal, quando questionadas, 87% das pessoas refere que se preocupa mais com a saúde das pessoas de quem gosta do que com a própria, quando a média de todos os países é de 73%.

UM ESTUDO SEM PRECEDENTES QUE REFLETE AS ATITUDES À EXPOSIÇÃO SOLAR E DE PREVENÇÃO AO CANCRO CUTÂNEO EM 23 PAÍSES

É universal – a maioria das pessoas no mundo inteiro gosta de exposição solar.

No entanto, se por um lado o Sol é entendido como fonte de energia e uma pele bronzeada é sinal de saúde, por outro lado há uma consciência clara dos malefícios da exposição solar, ou seja, 88% da população reconhece os perigos da exposição solar sem protecção.

Embora não exista uma clara correlação entre o conhecimento dos riscos e o nível de cuidados na prevenção à exposição solar – na verdade, quanto mais informados estamos mais nos protegemos do sol - os hábitos de prevenção à exposição solar ainda são insatisfatórios como provado pelo número de casos de melanoma em ascensão.

Apesar de 8 em cada 10 pessoas se protegerem do sol, 4 em cada 10 pessoas ainda não se protegem fora do período de férias.

Mais preocupante ainda é a falta de atenção dermatológica que as pessoas têm na monitorização das alterações dos seus sinais, muitas vezes visíveis ao olho nu. Apenas 1 em cada 3 pessoas no mundo verifica seus próprios sinais pelo menos uma vez por ano e mais de metade da população nunca disse a um ente querido para fazer um diagnóstico de sinais.

Para Laïla Idtaleb, Diretor do Departamento de Saúde no IPSOS, "este estudo destaca vários conflitos internos que os entrevistados experienciam: não só entre a consciência dos riscos e o desejo de se exporem ao sol, mas também entre o conhecimento dos sinais de cancro de pele potencial e a falta de vontade de dar o salto de uma verificação sistemática e regular, seja por conta própria ou dermatologista fornecido. A pesquisa também demonstra como os resultados dessas tensões variam entre os países, género, faixas etárias e níveis de ensino".

Campeões do Mundo em protecção solar

Apesar dos fatores geográficos, climáticos e educacionais em jogo, este estudo realizado por 23 países revela, surpreendentemente, que existem alguns campeões no que respeita à protecção solar e à prevenção do cancro cutâneo

Quando questionados sobre os hábitos de protecção solar, 34% dos gregos afirmam proteger-se durante todo o ano, independentemente da estação, seguidos de perto pelo Chile (33%) e Austrália (32%). Curiosamente são esses mesmos três países que tentam ao máximo ficar à sombra quando o sol está forte. No outro extremo do espectro, Bélgica, Dinamarca e Rússia contam apenas 6% da sua população que diz utilizar protecção solar durante todo o ano.

Apesar de não serem necessariamente três dos países mais ensolarados do mundo, Irlanda, Itália e Portugal apresentam dados acima da média no que respeita ao uso de protetor solar, com 69% de sua população reivindicando aplicá-lo no rosto durante todo

o ano, enquanto que os mexicanos, que deveriam conhecer melhor uma vez que são frequentemente expostos a raios solares, apenas 35% afirma ter o mesmo hábito. Este número apenas é mais baixo na Rússia onde apenas 19% de sua população declara fazer este tipo de proteção.

Por fim, em todo o mundo 87% dos pais com filhos menores de 12 anos de idade reivindica colocar frequentemente ou sempre proteção solar nos seus filhos quando expostos ao sol, com diferenças relativamente pequenas em todos os continentes.

Um talento nacional para diagnósticos de pele

Enquanto a Austrália e América do Sul são duas das regiões mais ensolaradas do mundo, parece que, contra todas as probabilidades, os europeus têm um talento natural para o diagnóstico de pele. No topo da tabela encontram-se a Alemanha, Áustria e Itália cuja percentagem da população que diz ter os seus sinais analisados por um dermatologista é de 24%, 23% e 20%, respetivamente. Enquanto isso, a Finlândia está no fim da tabela com apenas 1% da população a dizer que visita o dermatologista para verificar os seus sinais, pelo menos uma vez por ano.

"O melanoma é o tipo mais grave de cancro de pele, no entanto, se detectado e tratado a tempo, em até 90% dos casos pode sempre curável", diz o professor Giuseppe Argenziano, Presidente da Sociedade Internacional Dermatoscopia. "É ainda mais importante, portanto, fazer regularmente um rastreio para detectar quaisquer sinais de alteração dos sinais, bem como o aparecimento de novos na pele. A luta contra o cancro de pele começa em casa e quanto mais pessoas fizerem um diagnóstico periódico a si próprias e aos seus entes queridos, maior o número de pessoas que vão consultar um dermatologista e quanto mais seremos capazes de fazer a diferença desde o início. "

Grécia, Austrália e Áustria revelam-se como os pró auto-diagnóstico com 52%, 48% e 45% de sua população, respectivamente, reivindicando verificar os seus próprios sinais, pelo menos uma vez por ano. Rússia e Brasil, os últimos dos quais acharíamos serem menos cuidados, parecem ainda não ter o hábito uma vez que apenas 5% e 14% da sua população verifica os seus sinais numa base anual. Itália (66%), Portugal (63%) e Áustria (59%) são as nações que mais frequentemente recomendam aos seus entes queridos fazerem um rastreio dos seus sinais.

Guerra dos sexos

Como para muitas coisas, homens e mulheres em todo o mundo têm diferentes atitudes em relação à proteção solar. Enquanto que os homens geralmente preferem fugir do sol usando técnicas como cobrirem-se com camisas de mangas comprida (21% de homens versus 16% de mulheres) e usando chapéus ou bonés (45% dos homens vs 32% das mulheres), as mulheres são muito melhores no que respeita a colocar protetor solar quando expostas aos raios de sol. 69% das mulheres coloca sempre protetor solar no

rosto enquanto que nos homens apenas 45% o faz. A mesma diferença significativa é verificada na aplicação solar no corpo: apenas 1 em cada 2 homens coloca protetor solar em comparação com mais de 2 em cada 3 mulheres.

Além disso, embora este estudo mostre que o nível de conscientização sobre os riscos de cancro de pele é globalmente muito elevado, afigura-se que as mulheres são ligeiramente mais bem informadas neste departamento. 78% das mulheres acreditam que o nível de exposição ao sol durante a infância está relacionada com os riscos de ser diagnosticado cancro de pele contra 71% dos homens que foram questionados. Do mesmo modo, 90% de mulheres reconhecem que o risco de desenvolvimento de cancro de pele se correlaciona com a falta de protecção solar contra 85% de homens.

Jovens e despreocupados

Sem surpresa, os adolescentes entre 15 e 19 anos de idade são os que têm cuidados mais deficitários com a protecção solar e prevenção do cancro de pele, o que é tanto mais preocupante quando se sabe que 80% dos danos à pele causados pelo sol ocorre antes da idade de 18 anos. Embora apenas 46% deles procurem uma sombra quando o sol está fora, são mais os adultos entre 55 e 65 anos de idade que parecem correr em direcção a ela (55%). Parecendo uma declaração de moda ou de simples rebeldia, esses adolescentes, na sua maioria, também não utilizam outros utensílios de protecção ao sol: são aqueles que menos usam óculos de sol (46%) ou chapéus (26%). Em contraposição e sem supresas, quanto maior a faixa etária, maior a utilização de chapéus com 46% das pessoas de 55 aos 65 anos a usar!

A faixa etária dos 35 aos 44 anos de idade, porém, são aqueles que mais usam protetor solar para proteger os seus corpos do sol (63%), enquanto os jovens adultos entre 20 e 24 anos de idade parece ser o mais preocupado com os danos do sol no seu rosto, com 61% das pessoas a aplicar.

Chapéus para ...!

Nova York, Milão e Paris são notoriamente conhecidos por serem as capitais da moda. La Roche-Posay e a IPSOS questionou habitantes de 23 países para determinar quem é mais cuidadoso em termos de acessórios de protecção ao sol. Austrália, Grécia e Finlândia optam pelo uso do chapéu ou boné, protegendo assim os seus rostos contra os raios potencialmente perigosos do sol. Os franceses e os gregos, por outro lado preferem utilizar os óculos de sol com 74% e 78%, respectivamente. Por ultimo, os mexicanos e os chilenos, destacam-se por preferirem camisas de mangas compridas como os seus trajes de eleição para o sol (43% e 36% respectivamente).

Metodologia de estudo

Esta pesquisa foi realizada pela IPSOS para a marca La Roche-Posay em 23 países em

todo o mundo (Austrália, Áustria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Irlanda, Itália, México, Noruega, Polónia, Portugal, Rússia, Espanha, Suécia, Suíça, Reino Unido, EUA). Em cada um destes países, a amostra obtida foi de 500 a 1000 pessoas (homens e mulheres) às quais foram realizadas entrevistas (amostras representativas de cada população nacional com idades entre 15-65). No total, 19 569 pessoas foram entrevistadas a partir de 03 de dezembro de 2014 a 8 de Janeiro de 2015.

As entrevistas foram realizadas on-line, com exceção de Rússia (entrevistas presenciais), Brasil, Grécia e México (entrevistas telefónicas).

UMA CAMPANHA NASCIDA DA FRUSTRAÇÃO DE VER OS DIAGNÓSTICOS DE CANCRO DE PELE A AUMENTAR

Um número massivo de 73% da população mundial alega fazer mais pela saúde das pessoas de quem mais gosta do que pela sua própria.

La Roche-Posay, marca dermatológica recomendada por dermatologistas no Mundo inteiro, lança assim "Skinchecker", uma campanha viral de sensibilização a nível Mundial que visa educar a população sobre o seu papel activo na detecção precoce do cancro de pele.

O cancro de pele é o único tipo de cancro que pode ser visível a olho nu e, se for diagnosticado suficientemente cedo, 90% dos casos de melanoma podem ser tratados de forma eficaz. Como um parceiro de longa data dos dermatologistas, da pesquisa dermatológica e de todos aqueles que sofrem de questões relacionadas com a pele sensível no Mundo, esta campanha surge da frustração de ver os casos diagnosticados de cancro de pele em ascensão, tornando-se assim no nono tipo de cancro mais comum na Europa, com 100.000 novos casos diagnosticados só na Europa em 2012.¹

O compromisso da La Roche-Posay para com esta causa remonta há vários anos e esta nova campanha é apoiada localmente por dermatologistas e organizações nacionais de cancro de pele.

Desta forma, a marca procura envolver mais pessoas nesta luta, não individualmente, mas coletivamente. A campanha tem como objetivo criar um movimento social e incentivar a propagação e partilha de uma mensagem simples e clara: que todos se podem tornar embaixadores desta luta.

¹ Cancer Research UK,
<http://www.cancerresearchuk.org/cancer-info/cancerstats/types/skin/incidence/uk-skin-cancer-incidence-statistics>

"O que mais nos agrada neste estudo é saber que cada vez mais pessoas hoje em dia, reconhecem os riscos de cancro de pele quando expostos ao sol", diz Elisabeth Araujo, Diretora Internacional da La Roche-Posay. "O Melanoma, no entanto, continua a ser o único cancro para o qual a taxa de mortalidade não diminuiu ao longo das últimas décadas e estamos espantados com a falta de pessoas que atualmente verificam os seus próprios sinais em casa. Acreditamos que esta campanha pode fazer a diferença na luta contra o cancro de pele -. Uma luta que começa por um bom diagnóstico em nós mesmos e naqueles que amamos "

SIMPLES COMO O ABCDE

A Campanha Skinchecker da La Roche-Posay está disponível no site local da marca. Para alcançar e educar o maior número possível de pessoas em todo o mundo, a marca disponibiliza informação concisa, de fácil memorização e adaptada a todos os públicos. Ao promover uma mnemónica simples tipo ABCDE, desenvolvida e amplamente promovida por dermatologistas no mundo inteiro, o método de Skincheckers da La Roche-Posay consiste em cinco pontos que facilitam a rápida identificação de um potencial problema, incentivando a consulta rápida ao dermatologista.

A plataforma inclui igualmente uma área dedicada à influência da campanha em todo o mundo, com conversações sobre o tema em tempo real, através de um feed twitter ao vivo. A campanha foi projetada para tornar tudo muito fácil: um click para fazer o download do método ABCDE, um click para partilhar com um amigo ou um ente querido, incentivando-o a envolver-se na causa e a tornar-se um Skinchecker.

SOBRE A LA ROCHE-POSAY

A La Roche-Posay, marca dermoscômica recomendada por dermatologistas no Mundo inteiro, acredita numa vida melhor para a pele sensível.

Criada por um farmacêutico em 1975, está presente, hoje em dia, em mais de 60 países.

No coração da marca La Roche-Posay estão fórmulas que aliam um compromisso claro em trazer um futuro mais brilhante para todos aqueles que sofrem de questões relacionadas com pele sensível. Todos os produtos da marca oferecem fórmulas eficazes e minimalistas.

No coração de todas as fórmulas da La Roche-Posay encontra-se um compromisso com um futuro mais brilhante para todos aqueles que sofrem de questões de pele sensível, desde a sua infância até à idade adulta. Todos os produtos da marca oferecem fórmulas minimalistas e eficazes, que contêm nos seus ingredientes a água termal de La Roche-Posay. Todos os produtos da La Roche-Posay são seguros, hipoalergênicos e dermatologicamente testados. A sua eficácia e segurança estão comprovadas por mais de 600 estudos clínicos e observacionais em todo o mundo, 80 dos quais já foram publicados nas revistas dermatológicas internacionais mais reconhecidas.

Através da Fundação La Roche-Posay, a marca tem tido o compromisso de ajudar os dermatologistas. Criada em 1995, a fundação tem vindo a apoiar ativamente a pesquisa nos campos clínicos, biológicos e farmacológicos de dermatologia, bem como a apoiar e a incentivar iniciativas de âmbito generoso dos dermatologistas.

SOBRE A IPSOS

A Ipsos é uma empresa de estudos de mercado, independente e gerida por profissionais de pesquisa. Fundada em França em 1975, a IPSOS tem crescido como grupo de pesquisa em todo o mundo com uma forte presença em todos os mercados-chave, ocupando neste momento a terceira posição na indústria global de pesquisa.

Com escritórios em 87 países, a IPSOS apresenta-se assim como uma especialista através de seis grandes áreas de pesquisa: publicidade, fidelização de clientes, marketing, media, pesquisa de assuntos públicos e gestão de pesquisa.

Os pesquisadores IPSOS avaliam o potencial de mercado e interpretam as suas tendências. Estão habituados a ajudar a construir. Criam relacionamentos de longo prazo com seus clientes, testam publicidade e estudos de audiências.

CONTATOS MEDIA

Direcção de Marketing LaRochePosay
Antonieta Barros
Antonieta.barros@loreal.com
Anabela Fastio
anabela.fastio@loreal.com
21 394 74 22
L'Oréal Portugal – Divisão Cosmética Activa
Rua Dr. António Loureiro Borges, nº7
1495-131 Algés