

## Melanoomatapaukset lisääntyvät – silti uusi tutkimus paljastaa, että 52 % maailman ihmisistä ei ole tutkituttanut luomiaan ihotautilääkärillä

### La Roche-Posay rohkaisee ihmisiä luomien tarkistamiseen kansainvälisen SKINCHECKER-tiedotuskampanjan avulla

Tarpeeksi varhain todettuna 90 % melanoomatapauksista voidaan hoitaa tehokkaasti. La Roche-Posay'n teettämässä ja Ipsosin suorittamassa tutkimuksessa oli mukana 23 maata kaikilta mantereilta, ja siinä tutkittiin eroja suhtautumisessa aurinkoon ja yleistä tietotasoa auringolle altistumisen riskeistä. Haastatelluista valtaosa eli 88 % oli tietoinen ihosyövän kehittymisen riskistä, jos auringossa oleskellaan ilman aurinkosuojaa. Kuitenkin vain puolet haastatelluista on käynyt ihotautilääkärillä tarkistuttamassa luomiaan ja neljäsosa ei ole koskaan tarkistanut vartalonsa luomia edes omatoimisesti. La Roche-Posay'n omistautuminen asialle juontaa juurensa vuosien taakse, ja nyt tuotemerkki lanseeraa uuden virtuaalikampanjan, joka tarttuu ihosyöpien ennaltaehkäisyyn uudella ja tuoreella otteella. Nyt jokainen voi itse tarkistaa sekä omia että läheistensä luomia ja ennaltaehkäistä melanoomaa.

Pohjoismaat sijoittuvat tilastoissa huolestuttavasti kärkeen melanoomatapausten esiintyvyydessä 100 000 asukasta kohti. Esimerkiksi Tanska sijoittuu naisten melanoomatapausten osalta ensimmäiseksi, kun taas Suomen sijoitus tässä kategoriassa on parempi, 12. Norja ja Ruotsi ovat listan kärjessä miesten osalta, sijoilla 2. ja 3.\*

Meillä pohjoismaalaisilla on kova hinku aurinkoon: 93 % meistä on sitä mieltä, että auringosta saa energiaa ja 73 % uskoo, että päivetys tekee ihmisestä terveen näköisen. Vaikka olemme tietoisia ihosyövän riskeistä, olisi meillä parannettavaa aurinkokäyttäytymisessämme ja suojaustavoissamme. Aurinkosuojatuotteista kysyttäessä 90 % pohjoismaalaisista kertoo, ettei aina käytä aurinkosuojaa, kun muissa maissa luku on keskimäärin 82 %. Jäämme erityisesti Euroopan keskiarvon alle muiden suojakeinojen kohdalla, kuten päähineen käyttämisen suhteen (esimerkiksi Tanskassa vain 18 % vs. 38 % keskimäärin) ja varjoon vetäytymisen osalta (37 % Pohjoismaissa vs. 52 % keskimäärin). On kuitenkin positiivista, että pohjoismaalaiset ovat hyvin tarkkoja lastensa aurinkosuojan suhteen ja peräti 92 % vanhemmista suojaa alle 12-vuotiaat lapsensa auringolta.

Suomalaiset eivät ole auringosta aivan niin innoissaan kuin pohjoiseurooppalaiset keskimäärin. Vain 59 % kansalaisista on sitä mieltä, että rusketus on seksikästä, kun muiden maiden asukkaista 72 % ajattelee näin. Useammat suomalaiset kuin tutkimuksen 23 maan asukkaat keskimäärin (89 % vs. 75 %) tietävät, että ihon polttaminen auringossa pahasti lapsena tai nuorena lisää ihosyövän riskiä. Kuitenkin vain 61 % suomalaisista tietää, että ihon vaaleudella on yhteys riskiin (vs. 68 %).

\*<http://eco.iarc.fr/eucan>

Mitä tulee luomien tarkistamiseen, vain 19 % suomalaisista (vs. keskimäärin 33 % muunmaalaisista) tarkistaa luomensa ainakin kerran vuodessa ja 20 % ei ole koskaan tarkistanut luomiaan. Suomalaiset ovat muita vastaajia vähemmän tietoisia merkeistä, jotka ovat hälyyttäviä, kuten erikoisen näköisistä uusista luomista (33 % vs. 43 %).

## **ENNENNÄKEMÄTÖN TUTKIMUS TARKASTELEE SUHTAUTUMISTA AURINGOLLE ALTISTUMISEEN JA IHOSYÖVÄN EHKÄISYYN 23 MAASSA**

Ihmiset kaikkialla maailmassa nauttivat auringosta. Myös auringon kaksijakoinen luonne on tiedostettu tosiseikka. Uskomme, että aurinko antaa meille energiaa ja että päivitys on terveen näköistä, mutta samalla auringolle altistumisen riskit ovat laajassa tiedossa. 88 % meistä tietää, että auringolle altistuminen ilman aurinkosuojaa on vaarallista. Riskien tiedostamisen ja ehkäisytapojen välillä on selkeä yhteys – mitä enemmän meillä on tietoa, sitä paremmin suojaudumme auringolta. Silti auringolta suojautuminen ei ole riittävällä tasolla, kuten melanoomatapausten lisääntyminen osoittaa. Vaikka 80 % ihmisistä suojautuu auringolta, 40 % ei suojaudu muutoin kuin lomilla. Vielä huolestuttavampaa on se, että ihmiset eivät hakeudu ihotautilääkärille tarkistuttamaan ihosyövän varhaisia merkkejä, jotka ovat usein nähtävissä paljaalla silmällä. Vain kolmasosa maailman ihmisistä tarkistaa omat luomensa vähintään kerran vuodessa, ja yli puolet väestöstä ei ole koskaan kehottanut läheistään menemään luomitutkimukseen.

*Ipsosin Health Departmentin johtaja Laïla Idtaleb on sitä mieltä, että "tutkimus korostaa useita sisäisiä ristiriitoja, joita vastaajat käyvät läpi: riskit tiedostetaan, mutta auringossa halutaan silti olla ja mahdollisen ihosyövän merkit tiedetään, mutta silti ei ole halua ryhtyä systemaattiseen ja säännölliseen luomien tarkistamiseen joko omatoimisesti tai ihotautilääkärin tekemänä. Tutkimus osoittaa myös, kuinka näiden jännitteiden lopputulos vaihtelee maittain, sukupuolittain, ikäryhmittäin ja koulutustaustan mukaan."*

### **Aurinkosuojauksen maailmanmestarit**

Maantieteellisistä, ilmastollisista ja koulutuksellisista eroista huolimatta tämä 23 maassa suoritettu tutkimus paljastaa yllättäviä aurinkosuojauksen ja ihosyövän ehkäisyn mestareita ja valottaa myös muutaman perää pitävän maan tilannetta.

Auringolta suojautumisen tavoista tiedusteltaessa hämmästyttävät 34 % kreikkalaisista kertoi suojautuvansa vuoden ympäri vuodenajasta riippumatta ja seuraavaksi tulivat Chile (33 %) ja Australia (32 %). Mielenkiintoista kyllä näissä kolmessa maassa yritetään eniten pysytellä varjossa, kun aurinko paistaa. Toisessa ääripäässä olivat Belgia, Tanska ja Venäjä, joiden väestöstä vain 6 % kehuu suojautuvansa auringolta vuoden ympäri.

Vaikka Irlanti, Italia ja Portugali eivät ehkä olekaan maailman kolme aurinkoisinta maata, niiden väestöstä kuitenkin 69 % ilmoitti käyttävänsä aurinkovoidetta kasvoilla, mikä oli tutkimuksen paras tulos. Meksikossa taas altistutaan usein auringonsäteille, mutta silti vain 35 % käytti aurinkovoidetta kasvoilla. Seuraavaksi tuli Venäjä, jonka väestöstä vain 19 % käyttää aurinkovoidetta.

Lopuksi 87 % maailman vanhemmista, joilla on alle 12-vuotiaita lapsia, kertoo käyttävänsä aurinkovoidetta lapsillaan joko aina tai usein auringossa oleskeltaessa. Tässä oli vain pieniä eroja mantereitten välillä.

### **Luontainen taipumus ihon tutkimiseen**

Vaikka Australia ja Etelä-Amerikka ovat maailman aurinkoisimmat alueet, näyttäisi kuitenkin vastoin kaikkia odotuksia siltä, että Euroopan väestöllä on luontainen taipumus ihon tutkimiseen. Huipulla ovat Saksa, Itävalta ja Italia, joiden väestö kertoo käyvänsä ihotautilääkärillä luomien tarkistuksessa ja joiden väestöstä 24 %, 23 % ja 20 % kertoo käyvänsä tarkistuksessa vähintään kerran vuodessa. Suomi puolestaan on hännänpitäjä, ja vain 1 % väestöstä ilmoittaa käyvänsä ihotautilääkärillä luomien tarkistuksessa vähintään kerran vuodessa.

*"Melanooma on vakavin ihosyöpätyyppi, mutta jos se todetaan ja hoidetaan ajoissa, se on lähes aina parannettavissa", sanoo professori Giuseppe Argenziano, joka on lääkäri ja International Dermoscopy Society:n puheenjohtaja. "Sen vuoksi on äärimmäisen tärkeää tarkistaa iho säännöllisesti ja tutkia muotoaan muuttaneet tai suurentuneet luomet ja uudet ihomuutokset. Taistelu ihosyöpää vastaan alkaa kotoa ja mitä enemmän ihmiset tutkivat omaa ja läheistensä ihoa, sitä useammin ihmiset kääntyvät ihotautilääkärin puoleen ja sitä aikaisemmin taudinkulkuun pystytään puuttumaan."*

Kreikassa, Australiassa ja Itävallassa osataan ihon omatoiminen tutkiminen: 52 %, 48 % ja 45 % väestöstä kertoo tutkivansa luomensa vähintään kerran vuodessa. Venäjällä ja Brasiliassa, joista jälkimmäisessä luulisi ihmisten olevan varovaisempia, ei olla vielä totuttu ihon tarkistamiseen ja vain 5 % ja 14 % väestöstä ilmoittaa tarkistavansa luomensa vuosittain. Italiassa (66 %), Portugalissa (63 %) ja Itävallassa (59 %) ihmiset suosittelivat eniten läheisillensä kääntymistä ihotautilääkärin puoleen luomitutkimusta varten.

### **Sukupuolten taistelu**

Kuten monet muutkin asiat, myös auringolta suojautuminen jakaa miehet ja naiset eri leireihin. Miehet suojautuvat auringolta yleensä vaatetuksella, kuten pitkähihaisella paidalla (21 % miehistä ja 16 % naisista) ja päähineillä (45 % miehistä ja 32 % naisista), kun taas naiset ovat parempia käyttämään aurinkovoidetta auringolta suojautumiseen. 69 % naisista mutta vain 45 % miehistä käyttää säännöllisesti aurinkovoidetta kasvoilla. Sama merkittävä ero näkyy aurinkovoiteen käytössä vartalolla: vain puolet miehistä

rasvaa itseään, kun taas yli kaksi kolmasosaa naisista käyttää aurinkovoidetta.

Tutkimus osoittaa, että ihosyövän riskit ovat erittäin hyvin tiedossa ympäri maailmaa, mutta naisilla tuntuu olevan hieman parempi käsitys aiheesta. Naisista 78 % uskoo, että auringolle altistuminen lapsuudessa on yhteydessä ihosyövän kehittymiseen, kun vastaava luku miehillä on 71 %. Vastaavasti 90 % naisista tietää, että ihosyövän riski on suoraan yhteydessä puutteelliseen auringolta suojautumiseen, kun vastaava luku miehillä on 85 %.

### **Nuori ja huoleton ihonhoidon suhteen**

Ei ole yllättävää, että 15–19-vuotiaat nuoret ovat kaikkein huolettomimpia auringolta suojautumisen ja ihosyövän ehkäisyn suhteen. Tämä on huolestuttavaa, koska 80 % auringon aiheuttamista ihovaurioista syntyy ennen 18 vuoden ikää. Vain 46 % nuorista hakeutuu varjoon auringon paistaessa, kun taas 55–65-vuotiaat aikuiset suorastaan juoksevat suojaan (55 %). Oli kyseessä sitten kannanotto muotiin tai pelkkä kapinointi, teini-ikäiset eivät perusta auringolta suojaavista asusteista: he käyttävät vähiten aurinkolaseja (46 %) tai -päähineitä (26 %). Mitä vanhemmaksi tullaan, sitä enemmän päähineitä käytetään, sillä 55–65-vuotiaista 46 % käyttää aurinkohattua!

Eniten aurinkovoidetta vartalolla käyttävät 35–44-vuotiaat (63 %), kun taas 20–24-vuotiaat nuoret aikuiset tuntevat olevan eniten huolissaan kasvojen aurinkovaurioista, koska he käyttävät eniten aurinkovoidetta kasvoilla (61 %).

### **Hatunnoston arvoista toimintaa**

New York, Milano ja Pariisi ovat kuuluisia muodin pääkaupunkeja. La Roche-Posay ja Ipsos haastattelivat 23 maan asukkaita määritelläkseen, kuka on kuka aurinkosuojavarusteiden käytössä. Itävallassa, Kreikassa ja Suomessa suosittiin aurinkohattuja ja lippalakkeja, jotka suojaavat kasvoja auringon vaaralliselta säteilyltä. Ranskassa ja Kreikassa käytetään mieluummin aurinkolaseja, joihin 74 % ja 78 % väestöstä sonnustautuu aurinkoisella säällä. Meksikossa ja Chilessä suosituin asuste auringolta suojautumiseen on pitkähihainen paita (43 % ja 36 % väestöstä).

### **Tutkimusmenetelmä**

Tutkimuksen teetti La Roche-Posay, ja sen suoritti Ipsos 23 maassa ympäri maailmaa (Australia, Itävalta, Belgia, Brasilia, Kanada, Chile, Tanska, Suomi, Ranska, Saksa, Kreikka, Irlanti, Italia, Meksiko, Norja, Puola, Portugali, Venäjä, Espanja, Ruotsi, Sveitsi, Iso-Britannia ja Yhdysvallat). Jokaisessa tutkimusmaassa haastateltiin 500–1 000 naista ja miestä (otanta edusti paikallista väestöä ikähaarukassa 15–65 vuotta). Tutkimusta varten haastateltiin yhteensä 19 569 ihmistä aikavälillä 3.12.2014–8.1.2015.

Haastattelut suoritettiin verkossa muualla paitsi Venäjällä (henkilökohtaiset haastattelut), Brasiliassa, Kreikassa ja Meksikossa (puhelinhaastattelut).

## **KAMPANJA, JOKA SYNTYI TURHAUTUMISESTA IHOSYÖPÄDIAGNOOSIEN MÄÄRÄN LISÄÄNTYMISEEN**

**Valtaosa eli 73 % maailman väestöstä ilmoittaa tekevänsä enemmän läheistensä terveyden eteen kuin oman terveytensä eteen.**

La Roche-Posay on johtava dermokosmetiikan tuotemerkki, jota 25 000 ihotautilääkärinä ympäri maailmaa suosittelee. Nyt lanseeraamme uuden kansainvälisen Skinchecker-virtuaalikampanjan, joka tiedottaa ihmisiä oman toiminnan tärkeydestä ihosyövän varhaisessa havaitsemisessa.

Ihosyöpä on ainoa syöpätyyppi, jonka voi havaita paljaalla silmällä, ja jos se todetaan tarpeeksi ajoissa, 90 % melanoomatapauksista voidaan hoitaa tehokkaasti. La Roche-Posay on ihotautilääkäreiden ja dermatologian alan tutkimuksen pitkäaikainen kumppani ja auttaa herkästä ihosta kärsiviä ihmisiä kaikkialla maailmassa. Uusi kampanja syntyi turhautumisesta ihosyöpädiagnoosien määrän lisääntymiseen – ihosyövästä on tullut yhdeksänneksi yleisin syöpä Euroopassa. Pelkästään vuonna 2012 diagnosoitiin 100 000 uutta ihosyöpätapausta.<sup>1</sup>

La Roche-Posay'n omistautuminen asialle juontaa juurensa vuosien taakse. Uutta kampanjaa ovat paikallisesti tukemassa ihotautilääkärit ja kansalliset syöpäyhdistykset, ja kampanjan puitteissa tarjotaan ilmaisia luomitarkastuksia kaikkialla maailmassa.

La Roche-Posay haluaa nyt kutsua ihmisiä mukaan ihosyövän vastaiseen taisteluun, ei yksitellen, vaan joukkona. Kampanjan tavoitteena on antaa sosiaalinen sysäys ja rohkaista ihmisiä jakamaan selkeää viestiä: jokaisesta voi tulla tämän taistelun lähettiläs.

*"Tämä tutkimus on lohduttava siinä mielessä, että yhä useammat ihmiset tiedostavat aurinkoaltistuksen aiheuttaman ihosyöpärisikin", sanoo La Roche-Posay'n kansainvälinen johtaja Elisabeth Araujo. "Melanooma on kuitenkin ainoa ehkäistävässä oleva syöpä, jonka kuolleisuusaste ei ole pienentynyt parin vuosikymmenen aikana. On hämmästyttävää, kuinka harvat ihmiset tarkistavat luomiaan omatoimisesti. Uskomme, että tällä kampanjalla voidaan oikeasti vaikuttaa taisteluun ihosyöpää vastaan. Taistelu alkaa siitä, että katsomme tarkkaan itseämme ja läheisiämme."*

### **Helppoa kuin ABCDE**

La Roche-Posay'n Skinchecker-sivustot sijaitsevat tuotemerkin paikallisilla verkkosivustoilla. Jotta tavoittaisimme mahdollisimman laajan yleisön kaikkialla maailmassa, sivusto sisältää selkeää ja mieleenpainuvaa tietoa, jota on muokattu eri kohdeyleisöille sopivaksi. La Roche-Posay suosittelee helppoa ABCDE-muistisääntöä,

---

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

jonka ihotautilääkärit ovat kehittäneet ja joka on laajassa käytössä ympäri maailmaa. Tällä viisivaiheisella menetelmällä Skincheckerit voivat nopeasti havaita mahdolliset ongelmat ja rohkaista läheisiään menemään ihotautilääkärille mahdollisimman nopeasti.

Verkkosivustossa on myös oma alue, josta kampanjan levinneisyyttä ympäri maailmaa voi seurata. Reaaliaikainen Twitter-syöte näyttää keskustelut, joita aiheesta käydään. Kampanjan tarkoitus on tehdä kaikesta mahdollisimman helppoa: yhdellä napsautuksella voi ladata ABCDE-luomien tarkastusmenetelmän sekä kutsua kaverit liittymään taisteluun ja ryhtymään Skincheckereiksi .

Linkki: [www.laroche-posay.fi/skinchecker](http://www.laroche-posay.fi/skinchecker)

## TIETOA LA ROCHE-POSAYSTA

La Roche-Posay haluaa muuttaa herkän ihon elämän. Dermokosmetiikan tuotemerkin kehitti apteekkari vuonna 1975, ja nykyisin sitä suosittelee 25 000 ihotautilääkärä ympäri maailmaa. La Roche-Posay'n tuotemerkkiä myydään yli 60 maassa, ja se on suositelluin dermokosmetiikan tuotemerkki Brasiliassa, Venäjällä ja Taiwanissa. Kymmenen viime vuoden aikana La Roche-Posay on kolminkertaistanut liikevaihtonsa, ja kasvu on ollut kaksinumeroista viisi vuotta peräkkäin. Euroopassa La Roche-Posay kasvoi kolme kertaa markkinoita nopeammin.

La Roche-Posay'n tuotteiden takana on sitoumus tarjota parempi tulevaisuus herkästä ihosta kärsiville lapsille ja aikuisille. Kaikissa tuotemerkin tuotteissa on minimalistiset ja tehokkaat koostumukset, jotka sisältävät ainutlaatuista – mutta ei enää niin salaista – ihmeaineesosaa, ranskalaista lähdevettä. La Roche-Posay'n tuotteet ovat turvallisia, hypoallergeenisia ja dermatologisesti testattuja allergisella, atooppisella tai herkällä ihotyypillä. Niiden teho ja turvallisuus on todistettu yli 600 kliinisessä kokeessa ja havaintotutkimuksessa maailman ympäri. Näistä 80 on julkaistu arvostetuimmissa dermatologisissa julkaisuissa.

Fondation de Francen alaisuudessa toimivan La Roche-Posay Foundationin avulla tuotemerkki on jo pitkään ollut sitoutunut ihotautilääkärin auttamiseen. Vuonna 1995 perustettu säätiö tukee aktiivisesti ihotautilien kliinistä, biologista ja farmakologista tutkimusta ja ihotautilääkärin tekemiä tärkeitä aloitteita.

## TIETOA IPSOSISTA

Ipsos on riippumaton markkinatutkimusyritys, jota ammattitutkijat johtavat. Vuonna 1975 Ranskassa perustettu Ipsos on kasvanut maailmanlaajuiseksi tutkimuskonserniksi, joka on vahvasti läsnä avainmarkkina-alueilla. Ipsos sijoittuu kolmanneksi maailman tutkimusalalla.

Ipsosin toimipisteet 87 maassa tarjoavat tutkimusosaamista kuudella erikoisalalla, jotka ovat mainonta, asiakasuskollisuus, markkinointi, media, julkiset asiat ja mielipidemittaukset.

Ipsosin tutkijat arvioivat markkinapotentiaalia ja tulkitsevat markkinatrendejä. He kehittävät ja rakentavat brändejä, auttavat asiakkaita rakentamaan pitkäaikaisia asiakassuhteita, testaavat mainontaa, tutkivat yleisön reagoitua eri medioihin ja mittaavat yleisiä mielipiteitä kaikkialla maailmassa.

## MEDIAYHTEYSHENKILÖT

Tita Lönnblad

Medical Relations Manager

La Roche-Posay Finland

[tita.lonnblad@loreal.com](mailto:tita.lonnblad@loreal.com)

puh. 050 360 7152