

Warszawa, marzec 2015 r.

INFORMACJA PRASOWA

Wzrasta liczba zachorowań na czerniaka! Tymczasem nowe badanie Ipsos dla La Roche-Posay wykazuje, że 52% populacji świata nigdy nie kontrolowało znamion u dermatologa

La Roche-Posay zachęca wszystkich do kontroli znamion poprzez międzynarodową kampanię „SkinChecker”

90% przypadków czerniaka można skutecznie wyleczyć pod warunkiem ich odpowiednio wczesnego zdiagnozowania. Badanie przeprowadzone przez Ipsos dla La Roche-Posay w 23 krajach, w tym w Polsce, na wszystkich kontynentach, analizuje różne sposoby postrzegania słońca i ogólną wiedzę o zagrożeniach związanych z ekspozycją na słońce. Aż 88% ankietowanych zdaje sobie sprawę, że ekspozycja słoneczna bez ochrony niesie ze sobą ryzyko zachorowania na nowotwór skóry. Jednak zaledwie połowa ankietowanych kiedykolwiek konsultowała się z dermatologiem w sprawie znamion, a ¼ nigdy samodzielnie nie kontrolowała własnych znamion. Marka La Roche-Posay już od kilku lat jest zaangażowana w działania edukacyjno-profilaktyczne, a dziś rozpoczyna nową promocyjną kampanię wiralową. Nowoczesne spojrzenie na kwestię zapobiegania nowotworom skóry umożliwi wszystkim proaktywny udział w badaniach przesiewowych w kierunku czerniaka oraz bliższe przyjrzenie się samym sobie i naszym bliskim.

Badania przeprowadzone w Polsce wykazały, że prawie wszyscy Polacy uważają, że słońce dodaje im energii (93%) a opalenizna seksapilu (80%), jednocześnie zdając sobie sprawę z zagrożeń, jakie mogą towarzyszyć opalaniu. Z jednej strony mają dużą świadomość negatywnego wpływu promieni słonecznych na zdrowie (87%) i przyspieszenie starzenia skóry (91% badanych), ale pod względem nawyków w zakresie ochrony przeciwsłonecznej wypadają gorzej – stosują kremy z filtrem raczej od czasu do czasu (84%) niż regularnie przez cały rok, co zadeklarowało jedynie 16% respondentów. Praktyki w zakresie ochrony przeciwsłonecznej są w Polsce na poziomie nieco poniżej średniej.

W kwestii świadomości ryzyka zachorowania na nowotwór skóry, znaczna część prawidłowo wymienia najważniejsze czynniki (od 88% do 69%), lecz tylko połowa potrafi rozpoznać jego możliwe objawy. Wiedza o zagrożeniach związanych z ekspozycją na słońce jest na średnim poziomie, jednak Polacy rzadziej zdają sobie sprawę, że ryzyko zachorowania na ten nowotwór jest powiązane również z postępowaniem w przeszłości i w okresie dojrzewania.

Prawie połowa Polaków nigdy nie kontrolowała znamion u dermatologa. 13% zgłasza się na taką kontrolę co najmniej raz w roku. Samodzielnie i co najmniej raz w roku swoją skórę kontroluje 34% respondentów, a 23% przyznaje, że nie kontrolowało jej samodzielnie. Za to 38% zwróciło już uwagę swoim bliskim, że powinni skontrolować znamiona.

Większość polskich badanych twierdzi, że bardziej dba o zdrowie swoich bliskich (88%) – ma to odzwierciedlenie również podczas ekspozycji na słońce. Regularnie zabezpieczane przed słońcem są więc dzieci do 12 roku życia (82%), rzadziej natomiast Polacy chronią samych siebie i swoje wystawione na promienie UV części ciała, w tym ręce i nogi, oraz twarz. Warto jednak zauważyć, że mieszkańcy Polski częściej niż respondenci z innych krajów noszą okulary przeciwsłoneczne z filtrem UV i nakrycia głowy. Jako sposób na ochronę przed szkodliwymi promieniami niespełna połowa polskich respondentów wybiera cień, a co piąty Polak zakłada w tym celu długie rękawy.

BEZPRECEDENSOWE BADANIE ANALIZUJE PODEJŚCIE DO EKSPOZYCJI NA SŁOŃCE ORAZ DO ZAPOBIEGANIA NOWOTWOROM SKÓRY W 23 KRAJACH

To powszechne zjawisko – większość ludzi na całym świecie lubi słońce. Większość jest również świadoma jego paradoksalnej natury. Z jednej strony uważamy, że słońce dodaje nam energii, a opalenizna zapewnia zdrowy wygląd, z drugiej – powszechnie znane są niebezpieczeństwa i zagrożenia związane z ekspozycją na słońce. 88% osób zdaje sobie sprawę z negatywnych skutków związanych z brakiem ochrony podczas ekspozycji słonecznej. Choć istnieje wyraźna korelacja pomiędzy świadomością ryzyka a zapobieganiem mu – im lepiej jesteśmy poinformowani, tym bardziej chronimy się przed słońcem – nawyki w zakresie ochrony przeciwsłonecznej są wciąż niewystarczające, co potwierdza wzrastająca liczba zachorowań na czerniaka. Choć ochronę przeciwsłoneczną stosuje 8 na 10 osób, aż 4 na 10 korzysta z niej wyłącznie podczas wakacji. Jeszcze bardziej niepokojący jest brak konsultacji dermatologicznej w celu skontrolowania pierwszych objawów raka skóry, często widocznych gołym okiem. Jedynie 1 na 3 osoby na całym świecie kontroluje znamiona co najmniej raz w roku, a ponad połowa populacji nigdy nie poprosiła bliskiej osoby o zgłoszenie się na kontrolę.

Laila Idtaleb, Dyrektor Departamentu Zdrowia w IPSOS, twierdzi: „To badanie odzwierciedla kilka konfliktów wewnętrznych, które przeżywają respondenci: nie tylko pomiędzy świadomością zagrożeń a chęcią wystawienia się na słońce, ale także pomiędzy znajomością potencjalnych objawów nowotworów skóry, a niechęcią do podjęcia kroków w celu systematycznego i regularnego sprawdzania znamion, samodzielnie lub u dermatologa. Badanie wskazuje także, jak różne są efekty tych konfliktów dla poszczególnych krajów, płci, grup wiekowych i poziomów wykształcenia.

Mistrzowie świata w ochronie przeciwsłonecznej

Niezależnie od występujących czynników geograficznych, klimatycznych i edukacyjnych, badanie przeprowadzone w 23 krajach ujawniło niespodziewanych liderów w zakresie ochrony przeciwsłonecznej i zapobiegania nowotworowi – oraz kilka państw znajdujących się na końcu rankingu.

W odpowiedzi na pytanie o nawyki w zakresie ochrony przeciwsłonecznej, aż 34% Greków twierdzi, że stosuje ją przez cały rok, niezależnie od pogody. Kolejne miejsca zajmują mieszkańcy Chile (33%) i Australii (32%). Co ciekawe, respondenci z tych samych trzech krajów najczęściej starają się przebywać w cieniu przy słonecznej pogodzie. Na drugim końcu stawki plasują się Belgia, Dania i Rosja, gdzie zaledwie 6% mieszkańców stosuje ochronę przeciwsłoneczną przez cały rok.

Irlandia, Włochy i Portugalia, choć nie są najbardziej nasłonecznionymi krajami na świecie, osiągnęły najlepszy wynik ex aequo, jeżeli chodzi o zastosowanie kremu przeciwsłonecznego – 69% ich populacji zabezpiecza nim twarz. W Meksyku, gdzie świadomość powinna być większa, bo ekspozycja na słońce jest dużo częstsza, robi to zaledwie 35% mieszkańców, a w zamykającej stawkę Rosji – jedynie 19%.

Na całym świecie 87% rodziców dzieci w wieku poniżej 12 lat twierdzi, że zawsze lub często smaruje kremem przeciwsłonecznym swoje pociechy wystawione na działanie słońca. Różnice pomiędzy poszczególnymi kontynentami są w tej kwestii stosunkowo niewielkie.

Narodowe zamiłowanie do kontroli skóry

Choć do najbardziej nasłonecznionych regionów świata zaliczają się Australia i Ameryka Południowa, największą skłonność do kontrolowania stanu skóry mają Europejczycy. Prym wiodą Niemcy, Austria i Włochy, których mieszkańcy najczęściej kontrolują znamiona u dermatologa, przy czym odpowiednio 24%, 23% i 20% populacji robi to co najmniej raz w roku. Na miejsce w oślej ławce założyła Finlandia – co najmniej raz w roku kontroluje tam znamiona u dermatologa zaledwie 1% populacji.

„Melanoma to najpoważniejszy typ nowotworu skóry, jednak wcześnie wykryty i poddany terapii, jest prawie zawsze możliwy uleczały”, zapewnia profesor Guiseppe Argenziano, dyrektor zarządzający i prezes International Dermoscopy Society. „W związku z tym, niezwykle istotne jest regularne sprawdzanie swojej skóry pod względem zarówno zmian wielkości lub wyglądu pieprzyków, jak i pojawiania się nowych znamion. Walka z nowotworem skóry rozpoczyna się w domu. Im więcej osób będzie przyglądać się swojej skórze i skórze swoich bliskich, tym więcej ludzi zgłosi się na konsultację u dermatologa - a dzięki temu wcześniej będziemy mogli wszystko zmienić”

Grecja, Australia i Austria są liderami w zakresie samodzielnej kontroli znamion – raz w roku dokonuje jej odpowiednio 52%, 48% i 45% populacji tych krajów. Mieszkańcy Rosji i Brazylii (po której można by się spodziewać lepszego rezultatu) jeszcze nie wyrobili sobie nawyku kontroli – znamiona raz w roku kontroluje zaledwie odpowiednio 5% i 14% z nich. Najczęściej proszą bliskie osoby o skontrolowanie znamion mieszkańcy Włoch (66%), Portugalii (63%) i Austrii (59%).

Wojna płci

Mężczyźni i kobiety na całym świecie mają całkowicie różne podejście do wielu kwestii i ochrona przeciwsłoneczna nie jest tu wyjątkiem. Mężczyźni wolą chronić się przed słońcem, zakrywając ciało koszulami z długimi rękawami (robi to 21% mężczyzn – i 16% kobiet) i nosząc nakrycie głowy (wybiera to rozwiązanie 45% mężczyzn – i 32% kobiet), natomiast kobiety znacznie częściej pamiętają o zastosowaniu kremu przeciwsłonecznego podczas ekspozycji na słońce. Regularnie smaruje nim twarz 69% kobiet – i zaledwie 45% mężczyzn. Równie duża jest różnica, jeżeli chodzi o stosowanie kremu przeciwsłonecznego na pozostałe partie ciała: smaruje się nim zaledwie połowa mężczyzn i ponad 2/3 kobiet.

Ponadto, choć badanie wykazało, że globalny poziom świadomości zagrożenia nowotworem skóry jest bardzo wysoki, wydaje się, że kobiety są w tej kwestii lepiej poinformowane. 78% respondentów uważa, że stopień ekspozycji na słońce w dzieciństwie wiąże się z ryzykiem zachorowania na ten nowotwór. Tego samego zdania jest 71% respondentów. 90% kobiet i 85% mężczyzn, zdaje sobie także sprawę, że ryzyko zachorowania na nowotwór skóry skorelowane jest z brakiem ochrony przeciwsłonecznej.

Beztroska młodość

Fakt, że najbardziej beztroskie podejście do ochrony przeciwsłonecznej i zapobiegania nowotworom skóry wykazują nastolatki w wieku 15-19 lat nie jest zaskakujący, niepokoi jednak tym bardziej, że 80% uszkodzeń skóry wywołanych słońcem występuje do 18. roku

życia. Zaledwie 46% nastolatków stara się kryć w cieniu przy słonecznej pogodzie. Najczęściej robią to dorośli w wieku 55-65 lat (55%). Nie wiadomo, czy wynika to z mody czy z młodzieńczego buntu, ale nastolatki niechętnie sięgają także po akcesoria przeciwsłoneczne: najrzadziej ze wszystkich grup wiekowych noszą okulary słoneczne (46%) i nakrycia głowy (26%). Wraz z wiekiem rośnie popularność nakryć głowy – w grupie wiekowej 55-65 lat nosi je już 46% respondentów!

Najczęściej smarują się kremem przeciwsłonecznym osoby w wieku 35-44 lat (63%), a o ochronę przeciwsłoneczną twarzy najbardziej dbają 20-24-latkowie (61%).

Kapelusze z głów!

Nowy Jork, Mediolan i Paryż to światowe stolice mody. La Roche-Posay i Ipsos przeprowadziły badanie wśród mieszkańców 23 krajów, aby określić ich preferencje w zakresie akcesoriów przeciwsłonecznych. Mieszkańcy Australii, Grecji i Finlandii chętnie noszą nakrycia głowy, osłaniające twarz przed potencjalnie niebezpiecznymi promieniami słońca. Francuzi i Grecy wolą okulary słoneczne – przy słonecznej pogodzie zakłada je odpowiednio 74% i 78% mieszkańców tych krajów. Z kolei Meksykanie i Chilijczycy (odpowiednio 43% i 36%) chronią się przed słońcem, nosząc koszule z długimi rękawami.

Metodologia badania

Badanie zostało przeprowadzone przez Ipsos dla La Roche Posay w 23 krajach na całym świecie (Australii, Austrii, Belgii, Brazylii, Kanadzie, Chile, Danii, Finlandii, Francji, Niemczech, Grecji, Irlandii, Włoszech, Meksyku, Norwegii, Polsce, Portugalii, Rosji, Hiszpanii, Szwecji, Szwajcarii, Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych). W każdym z krajów biorących udział w badaniu przeprowadzono wywiady z 500-1000 osobami (kobietami i mężczyznami w wieku 15-65 lat, próba reprezentatywna dla populacji każdego kraju). W sumie od 3 grudnia 2014 roku do 8 stycznia 2015 roku przeprowadzono wywiady z 19.569 osobami. Wywiady prowadzono przez Internet, z wyjątkiem Rosji (wywiady osobiste) oraz Brazylii, Grecji i Meksyku (wywiady telefoniczne).

KAMPANIA POSTAŁA Z POWODU WZROSTU LICZBY ZACHOROWAŃ NA NOWOTWORY SKÓRY

Aż 73% ludności świata twierdzi, że dba o zdrowie bliskich osób bardziej niż o własne.

La Roche-Posay, wiodąca marka dermokosmetyków polecana przez 25.000 dermatologów na całym świecie, rozpoczyna dziś nową kampanię wiralową „Skinchecker”, której celem jest edukowanie ludzi i zachęcenie ich do podjęcia działania, we wczesnym wykrywaniu nowotworów skóry.

Nowotwór skóry to jedyny rodzaj nowotworu widoczny gołym okiem, a pod warunkiem odpowiednio wczesnego zdiagnozowania, 90% przypadków czerniaka można skutecznie wyleczyć. Jako długoletni partner dermatologów, badań dermatologicznych i osób cierpiących na problemy związane ze skórą wrażliwą na całym świecie, La Roche-Posay widzi zagrożenie związane z wzrostem zachorowań na nowotwór skóry, który stał się 9. najczęstszym rodzajem

nowotworu w Europie i tylko w 2012 roku został zdiagnozowany u 100.000 pacjentów – stąd pomysł tej kampanii.^[1]

La Roche-Posay angażuje się w tę sprawę od kilku lat, a nowa kampania, której na całym świecie będą towarzyszyły organizowane lokalnie darmowe badania przesiewowe znamion, otrzymała lokalne wsparcie dermatologów i krajowych stowarzyszeń walki z nowotworem skóry. La Roche-Posay pragnie zaangażować w tę wspólną walkę więcej osób, nie tylko jednostki. Kampania ma na celu wywołanie impulsu w społeczeństwie poprzez zachęcenie go do propagowania oraz dzielenia się prostym przekazem, że każdy może zostać ambasadorem w tej walce.

- Wyniki badania są optymistyczne, ponieważ pokazują, że więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej ma obecnie świadomość zagrożenia nowotworem skóry związanego z ekspozycją na słońce – twierdzi Elisabeth Araujo, Dyrektor Międzynarodowy La Roche-Posay - Jednak czerniak pozostaje jedynym możliwym do uniknięcia nowotworem, dla którego śmiertelność nie zmniejszyła się w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat i jesteśmy zaskoczeni tym, jak mało osób kontroluje znamiona w domu. Wierzmy, że ta kampania może naprawdę zmienić oblicze walki z nowotworem skóry – walki, która rozpoczyna się od dokładnego przyjrzenia się sobie i swoim bliskim.

Proste jak ABCDE

Spółeczność Skincheckerów La Roche-Posay będzie znajdować się na stronie internetowej marki. Aby dotrzeć do jak największej liczby osób na całym świecie i wyedukować ich, komunikacja będzie zwięzła i dostosowana do każdego odbiorcy. Promując prosty skrót, ułatwiający zapamiętywanie - ABCDE opracowany i zalecany przez dermatologów na całym świecie, La Roche-Posay wprowadza w kampanii Skinchecker metodę opartą na pięciu punktach pozwalającą szybko zidentyfikować potencjalny problem i zachęcić do jak najszybszego odwiedzenia dermatologa.

Na platformie znajduje się także obszar dedykowany rezultatom kampanii na całym świecie i pokazujący rozmowy poświęcone temu tematowi, prowadzone w czasie rzeczywistym poprzez wpisy na portalu Twitter. Kampania została stworzona z myślą o maksymalnym uproszczeniu wszystkich działań: jedno kliknięcie wystarczy, by pobrać opis metody ABCDE, jednym kliknięciem można udostępnić informacje przyjacielowi lub bliskiej osobie i zachęcić ich, by dołączyli do walki i również wzięli udział w kampanii Skinchecker.

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

O LA ROCHE-POSAY

La Roche-Posay wierzy w lepsze życie dla skóry wrażliwej. Ta marka dermokosmetyków, stworzona przez farmaceutę w 1975 roku, rekomendowana jest przez 25.000 dermatologów na całym świecie. Marka La Roche-Posay jest obecna w ponad 60 krajach i jest najczęściej zalecaną marką dermokosmetyków w Brazylii, Rosji i na Tajwanie. W ciągu ostatnich 10 lat firma La Roche-Posay potroiła swoje obroty, a przez 5 lat z rzędu notowała dwucyfrowy wzrost. W Europie obroty La Roche-Posay rosły trzykrotnie szybciej niż cały rynek.

Formuły marki La Roche-Posay tworzone są tak, aby zadbać o lepszą przyszłość osób cierpiących na problemy związane ze skórą wrażliwą, od wieku niemowlęcego po wiek dorosły. Wszystkie produkty marki cechują minimalistyczne receptury, o potwierdzonej skuteczności, zawierające wyjątkowy składnik - unikalną francuską wodę termalną. Wszystkie produkty La Roche-Posay są bezpieczne, hypoalergiczne i testowane dermatologicznie na skórze alergicznej, atopowej i reaktywnej. Ich skuteczność i bezpieczeństwo zostały potwierdzone w ponad 600 badaniach klinicznych i obserwacjach na całym świecie, z których 80 doczekało się już publikacji w najbardziej cenionych międzynarodowych czasopismach dermatologicznych.

Marka od dawna angażuje się w pomoc dermatologom poprzez La Roche-Posay Foundation, działającą pod egidą Fondation de France. Stworzona w 1995 roku fundacja aktywnie wspiera badanie aspektów klinicznych, biologicznych i farmakologicznych dermatologii, a także wspiera i wspomaga inicjatywy dobroczynne dermatologów.

O IPSOS

Ipsos jest niezależnym ośrodkiem badania opinii publicznej kontrolowanym i zarządzanym przez specjalistów w dziedzinie takich badań. Założony we Francji w 1975 roku Ipsos przekształcił się w międzynarodową grupę badawczą o silnej pozycji na wszystkich kluczowych rynkach. Ipsos jest obecnie trzecim ośrodkiem badania opinii na świecie, posiada oddziały w 87 krajach i zapewnia wgląd oparty na specjalistycznej wiedzy w zakresie sześciu specjalizacji badawczych: reklamy, lojalności konsumenckiej, marketingu, mediów, badania spraw publicznych i zarządzania badaniami.

Badacze Ipsos oceniają potencjał rynkowy i interpretują trendy rynkowe, rozwijają i budują marki, pomagają klientom nawiązywać długotrwałe relacje z ich klientami, testują reklamy i sprawdzają reakcje odbiorców na rozmaite media oraz prowadzą badania opinii publicznej na całym świecie.

Kontakt prasowy:

ŻANETA GAJEK PR MANAGER **LA ROCHE-POSAY SKINCEUTICALS**

email: zaneta.gajek@loreal.com, tel. + 48 507 00 6967