

Количество случаев заболевания меланомой кожи продолжает расти. Согласно результатам нового исследования, 52 % людей во всем мире никогда не показывали свои родинки дерматологу.

La Roche-Posay призывает людей проверить свои родинки в рамках международной информационно-образовательной кампании SKIN CHECKER.

В 90 % случаев меланома излечима при ранней диагностике.

Международное агентство Ipsos эксклюзивно для La Roche-Posay провело исследование в 23 странах на пяти континентах, изучив отношение людей к солнцу и их знания о рисках, связанных с солнечным воздействием. 88 % опрошенных знают о риске развития рака кожи вследствие пребывания на солнце без защиты. Однако лишь один из двух респондентов когда либо проверял родинки у дерматолога, а каждый четвертый никогда не осматривал их самостоятельно. La Roche-Posay, марка, уже много лет занимающаяся проблемой ранней диагностики и профилактики рака кожи, сегодня предлагает новый современный подход к этой проблеме, призывая каждого проявить инициативу, обследовать свои родинки, позаботиться о себе и своих близких.

Ежегодно в России диагностируется до 75 000 новых случаев заболевания раком кожи.

При всей важности проблемы, уровень осведомленности населения России о роли ультрафиолетового излучения в развитии меланомы и других раков кожи остается низким. В России принято считать, что загорелая кожа – это признак сексуальности и здоровья. Процент людей, которые используют защитные средства или стараются находиться в тени – значительно ниже среднего. Многие россияне убеждены, что загорелым людям можно находиться на солнце без защиты, причем это заблуждение распространено только в России. Кроме того, россияне гораздо реже, чем жители других стран посещают дерматолога для обследования родинок или самостоятельно осматривают себя и своих близких.

С 2007 года марка La Roche-Posay при поддержке Национального Альянса дерматологов и косметологов ежегодно проводит в России День диагностики меланомы: день, когда каждый желающий может абсолютно бесплатно показать свои родинки дерматологу с целью профилактики или раннего выявления меланомы кожи. За 8 лет проекта обследование прошло около 70 000 человек, более чем у 1400 из них дерматологами было выявлено подозрение на меланому. Таким образом, ежегодно за 1 день удается спасти несколько сотен жизней, и еще тысячи людей узнают о важности ежедневной защиты от солнца как метода профилактики раковых новообразований кожи.

Не останавливаясь на достигнутом, в 2015 году La Roche-Posay запускает новую глобальную вирусную информационную кампанию, призванную еще больше просветить население о необходимости раннего выявления рака кожи.

БЕСПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ, ПРОВЕДЕННОЕ В 23 СТРАНАХ: ОТНОШЕНИЕ ЛЮДЕЙ К СОЛНЦУ И ПРОФИЛАКТИКЕ РАКА КОЖИ

Большинство людей по всему миру любят солнце. Между тем, всем известно, что его воздействие противоречиво. С одной стороны, люди верят, что солнце дает энергию, дарит загар и здоровый внешний вид, а с другой — знают о связанных с ним опасностях и рисках. 88 % людей понимают опасность пребывания на солнце без защиты. Осознание риска позволяет принимать превентивные меры — чем больше мы знаем, тем активнее защищаемся. Однако, судя по растущему количеству случаев заболевания меланомой, привычка защиты от солнца развита плохо. Хотя 8 из 10 человек защищают свою кожу от солнца, 4 из 10 делают это только на отдыхе. Наибольшее беспокойство вызывает тот факт, что лишь немногие обращаются к дерматологу при первых признаках рака кожи, которые часто можно увидеть невооруженным глазом. Только каждый третий человек в мире хотя бы раз в год осматривает свои родинки, а более половины населения никогда не просили своих близких пройти обследование.

Лайла Идталеб, директор отдела здравоохранения IPSOS, считает, что «данное исследование выявляет несколько внутренних противоречий у респондентов: понимание риска и желание позагорать на солнце, знание признаков рака кожи и нежелание регулярно обследовать родинки самостоятельно и у дерматолога. Исследование также демонстрирует различные последствия данных противоречий в зависимости от страны, пола, возрастной группы и уровня образования».

Чемпионы мира по защите от солнца

Независимо от географических, климатических и образовательных факторов, в ходе проведенного в 23 странах исследования были выявлены лидеры по защите от солнца и профилактике рака кожи, и несколько «отстающих» стран.

На вопрос о защите от солнца 34 % (!) греков заявили, что делают это круглый год независимо от сезона, похожие данные у чилийцев (33 %) и австралийцев (32 %). Интересно, что именно в этих трех странах люди стараются оставаться в тени, когда солнце в зените. Напротив, в Бельгии, Дании и России всего 6 % населения защищаются от солнца в течение всего года.

Хотя Ирландию, Италию и Португалию нельзя назвать самыми жаркими в мире странами, во время пребывания на солнце местное население чаще всех использует солнцезащитный крем (69 %), нанося его на лицо. Так поступают лишь 35 % мексиканцев, хотя они чаще находятся на солнце. Лишь 19 % россиян используют защитный крем.

Наконец, 87 % родителей с детьми младше 12 лет во всем мире сообщили, что всегда или часто наносят на их кожу защитный крем во время пребывания на солнце. Различия между континентами незначительны.

Национальные различия при обследовании родинок

Хотя Австралия и Южная Америка являются самыми солнечными регионами в мире, обследование родинок больше всего распространено в Европе. Лидируют в рейтинге Германия,

Австрия и Италия. Население этих стран чаще всех обследует свои родинки у дерматолога: 24, 23 и 20 % жителей соответственно делают это, по меньшей мере, раз в год. Финляндия оказалась на последнем месте: лишь 1% местного населения консультируется у дерматолога хотя бы раз в год и проверяет родинки.

«Меланома - одна из самых опасных опухолей кожи, тем не менее, она практически всегда излечима, если ее диагностировать вовремя», говорит профессор Джузеппе Арженциано, доктор медицинских наук, президент Международного общества дерматоскопии. *«Именно поэтому очень важно регулярно проверять свои родинки: изменение их цвета и формы, увеличение размера, появление новых родинок. Борьба с раком кожи начинается с самостоятельного обследования, и чем больше людей проверят себя и своих близких, тем больше будет визитов к дерматологу и больше шансов остановить болезнь на ранней стадии».*

Греция, Австралия и Австрия являются лидерами в области обследования родинок: 52, 48 и 45 % их населения соответственно утверждают, что, по меньшей мере, раз в год проверяют родинки. Россия и Бразилия (жителям последней следовало бы быть осторожней), похоже, пока не переняли эту привычку. Лишь 5 и 14 % местного населения ежегодно обследуют свои родинки. Жители Италии (66 %), Португалии (63 %) и Австрии (59 %) чаще всех рекомендуют своим близким пройти обследование.

Битва полов

Мужчины и женщины во всем мире по-разному относятся к защите от солнца. Мужчины, как правило, предпочитают использовать одежду, то есть надевают рубашку с длинным рукавом (21 % мужчин и 16 % женщин) и шляпу или кепку (45 % мужчин и 32 % женщин). Представительницы прекрасного пола во время пребывания на солнце чаще наносят защитный крем: 69 % женщин и лишь 45 % мужчин регулярно используют солнцезащитный крем для лица. Такое же отличие наблюдается в применении аналогичного средства для тела: 50% мужчин и 75% женщин.

Согласно данному исследованию, уровень осведомленности о рисках рака кожи очень высок во всем мире, но женщины все же информированы лучше. 78 % опрошенных женщин и 71 % мужчин считают, что воздействие солнца в детском возрасте повышает риск развития рака кожи. 90 % женщин и 85 % мужчин осознают, что риск развития меланомы связан с недостаточной защитой от солнца.

Молодость и беззаботность

Неудивительно, что подростки в возрасте от 15 до 19 лет — самые беспечные в вопросах защиты от солнца и профилактики рака кожи. Это очень тревожный факт, так как 80 % повреждений кожи, вызванных солнцем, происходит до 18 лет. Всего 46 % подростков прячутся от солнца в тени, так предпочитают поступать 55 % взрослых в возрасте от 55 до 65 лет. Подростки не любят носить солнцезащитные аксессуары, возможно, это дань моде или юношеский протест: солнцезащитные очки носят только 46 % из них, головные уборы — 26 %.

С возрастом мы все чаще делаем выбор в пользу шляпы: их носят 46 % взрослых в возрасте от 55 до 65 лет.

Люди 35–44 лет чаще всех наносят солнцезащитный крем на тело (63%), а респонденты 20–24 лет больше заботятся о лице, поэтому они чаще используют солнцезащитное средство для этой области (61%).

Снимаю шляпу

Нью-Йорк, Милан и Париж — известные во всем мире столицы моды. La Roche-Posay и Ipsos опросили жителей 23 стран, чтобы узнать их отношение к солнцезащитным аксессуарам. Респонденты из Австралии, Греции и Финляндии делают выбор в пользу шляпы или кепки, защищая лицо от потенциально опасных солнечных лучей. Французы и греки предпочитают солнцезащитные очки (74 и 78 % соответственно). Мексиканцы и чилийцы для защиты от солнца носят рубашки с длинным рукавом (43 и 36 % соответственно).

Методика исследования

Агентство Ipsos провело данное исследование для La Roche-Posay в 23 странах мира: Австралии, Австрии, Бельгии, Бразилии, Великобритании, Германии, Греции, Дании, Канаде, Ирландии, Испании, Италии, Мексике, Норвегии, Польше, Португалии, России, США, Финляндии, Франции, Чили, Швейцарии и Швеции. В каждой стране было опрошено от 500 до 1000 женщин и мужчин, представителей каждой нации в возрасте 15–56 лет. Всего с 3 декабря 2014 года по 8 января 2015 года в опросе приняло участие 19 569 человек.

Исследование проводилось в интернете за исключением России (личный опрос), Бразилии, Греции и Мексики (телефонные опросы).

ПОСТОЯННЫЙ РОСТ ЧИСЛА НОВЫХ СЛУЧАЕВ ЗАБОЛЕВАНИЯ РАКОМ КОЖИ СТАЛ ПРИЧИНОЙ ЗАПУСКА ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

73% мирового населения признаются, что заботятся о здоровье своих близких больше, чем о собственном.

Ведущая дермокосметическая марка La Roche-Posay, которую рекомендуют 25 000 дерматологов по всему миру, запускает новую международную вирусную информационную кампанию «SKIN CHECKER», призванную просветить население о необходимости раннего выявления рака кожи.

Рак кожи — это единственный вид рака, первые признаки которого можно увидеть невооруженным глазом, при этом в 90 % случаев он излечим при ранней диагностике. Являясь экспертом в уходе за чувствительной кожей и многолетним партнером дерматологов во всем мире, La Roche-Posay запускает кампанию SKIN CHECKER в ответ на увеличение количества случаев заболевания раком кожи. Рак кожи занимает 9-е место по распространенности из всех видов рака в Европе, где только за 2012 год было диагностировано 100 000 новых случаев этого заболевания¹.

La Roche-Posay уже несколько лет занимается проблемой ранней диагностики меланомы, получая поддержку местных дерматологических сообществ и национальных организаций по борьбе с раком

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

кожи и организовав бесплатное обследование родинок по всему миру.

Цель La Roche-Posay — вовлечь в борьбу с раком кожи еще больше людей, чтобы это происходило не индивидуально, а общими усилиями. Кампания SKIN CHECKER призвана создать общественное движение и распространить четкое и понятное послание: каждый может принять участие в борьбе с раком кожи.

«Данное исследование показало, что сегодня все больше людей осознают риск развития рака кожи из-за воздействия солнца,— говорит Элизабет Аройо, международный директор La Roche-Posay. — Несмотря на то, что меланома является единственным видом рака, который можно предотвратить при ранней диагностике, коэффициент смертности от нее за последние несколько десятилетий не снизился. Нас поражает то, как мало людей самостоятельно осматривают свои родинки. Мы верим, что эта кампания поможет существенно изменить ситуацию в борьбе против рака кожи, борьбе, которая начинается с обследования себя и своих близких».

Просто, как ABCDE

Экосистема SKIN CHECKER будет размещена на локальном сайте La Roche-Posay. Для того, чтобы обучить как можно больше людей, информация будет представлена в сжатой и запоминающейся форме, доступной любой аудитории. La Roche-Posay предлагает простой схематичный метод самостоятельной проверки родинок «ABCDE», разработанный и активно применяемый дерматологами во всем мире. Он состоит из пяти пунктов и помогает быстро распознать потенциальную проблему и обратиться к дерматологу.

На платформе также находится карта, отражающая влияние кампании по всему миру. На ней в реальном времени будут появляться комментарии пользователей из Twitter. Главный принцип кампании — простота: один «клик», чтобы скачать ABCDE-метод, один «клик», чтобы поделиться с друзьями или близкими, пригласить их присоединиться к борьбе и стать Скин Чекером.

О LA ROCHE-POSAY

La Roche-Posay верит, что жизнь людей с чувствительной кожей можно изменить к лучшему. Эта дермокосметическая марка, которую рекомендуют 25 000 дерматологов по всему миру, была создана фармацевтом в 1975 году. La Roche Posay присутствует более чем в 60 странах и является самым популярным дермокосметическим брендом в Бразилии, России и Тайване. За последнее десятилетие La Roche Posay утроила свой товарооборот, показав двузначный рост в течение последних пяти лет. В Европе рост продаж La Roche-Posay проходил в три раза быстрее, чем рост рынка.

Средства марки La Roche-Posay предназначены для улучшения качества жизни детей и взрослых с чувствительной кожей. Все продукты имеют минималистичные и эффективные формулы, содержат уникальную термальную воду из одноименного источника, расположенного во Франции. Вся продукция La Roche-Posay безопасна, гипоаллергенна, протестирована дерматологами и подходит для различных типов кожи, склонной к аллергическим реакциям или атопии. Ее эффективность и безопасность были доказаны в ходе более чем 600 клинических и обсервационных исследований по всему миру. Результаты 80 из них уже опубликованы в самых уважаемых международных журналах по дерматологии.

Фонд La Roche-Posay, созданный в 1995 году, оказывает поддержку исследователям в клинической, биологической и фармакологической областях дерматологии, а также поощряет социальные инициативы дерматологов.

О IPSOS

Ipsos — независимое агентство маркетинговых исследований. Агентство было основано в 1975 году во Франции, и сегодня это международная исследовательская группа, присутствующая на всех ключевых рынках. Ipsos занимает третье место в мировом рейтинге исследовательских агентств.

Офисы Ipsos находятся в 87 странах мира. Компания предоставляет экспертные данные в шести областях: реклама, лояльность покупателей, маркетинг, СМИ, общественные вопросы и организация опросов.

Исследователи Ipsos оценивают потенциал рынка и его тенденции. Они создают и развивают бренды, помогают клиентам налаживать долгосрочные отношения с покупателями. Сотрудники агентства тестируют рекламу и изучают реакцию аудитории на различные СМИ, исследуют общественное мнение по всему миру.

КОНТАКТЫ ДЛЯ ПРЕССЫ

Юлия Лобойко

Менеджер по связям с общественностью

(+7 495) 258 31 91, ext. 4760

yulia.loboiko@loreal.com

www.laroche-posay.ru