

Съобщение към
медиите
София, дата

С оглед на нарастващия брой случаи на меланома, ново проучване показва, че 52% от хората по света никога не са проверявали своите бенки при специалист-дерматолог.

La Roche-Posay призовава всеки човек да провери своите бенки в рамките на международната кампания за повишаване на информираността SKINCHECKER.

90% от случаите на кожен рак са лечими, ако бъдат открити навреме. Ексклузивно проучване, проведено от Ipsos за La Roche-Posay в 23 страни от всички континенти, разглежда различните обществени нагласи и основните познания по отношение на рисковете, свързани с излагането на слънце. Убедителен дял от 88% от анкетираните са запознати с рисковете от развитие на рак на кожата при излагане на незащитена кожа на въздействието на слънцето. Въпреки това, само 1 от всеки двама запитани са направили скрининг на бенки при дерматолог и 1 от всеки четирима някога са изследвали бенките по тялото си. Ангажиментът на марката към каузата датира от няколко години и днес La Roche-Posay стартира нова, широкомащабна кампания, фокусирана върху превенцията на кожния рак, с нов и модерен облик, която дава възможност на всеки да играе активна роля в скрининговия процес за меланома, като се вгледа по-отблизо в себе си и в най-близките си хора.

ПЪРВО ПО РОДА СИ ИЗСЛЕДВАНЕ ПРОУЧВА ОБЩЕСТВЕНТИЕ НАГЛАСИ КЪМ ИЗЛАГАНЕТО НА СЛЪНЦЕ И ПРЕВЕНЦИЯТА НА КОЖНИЯ РАК В 23 СТРАНИ

Безспорен факт е, че голяма част от хората по целия свят се радват на слънцето. Но всепризната е парадоксалната природа на слънцето. От една страна ние вярваме, че е източник на енергия и спомага за придобиване на здравословен тен, а от друга страна са ни добре познати и известни опасностите и рисковете, свързани с излагането на слънце. Около 88% от населението разпознава опасностите, свързани с излагане на въздействието на слънчевите лъчи без подходяща защита. Макар и да има ясна връзка между признаването на риска и начините за превенция, в действителност колкото по-добре сме информирани, толкова по-добре сме защитени от слънцето - навиците за защита от слънцето все още са на незадоволително ниво, като това се доказва от нарастващия брой на случаи на меланома. И докато 8 от 10 души се предпазват от слънцето, 4 от 10 респонденти полагат грижа за своята слънцезащита само по време на ваканцията. Още по-тревожна е липсата на консултация с дерматолог, който да провери за ранни признаци на рак на кожата, често видими за невъоръжено око. Само

1 от 3-ма души в света проверяват бенките си поне веднъж годишно, а над половината от населението никога не е съветвало свой близък да отиде на преглед.

За Лайла Идталеб, директор на Здравния отдел в IPSOS, "Това проучване подчертава няколко вътрешни конфликта, пред които са изправени респондентите: между осъзнаването на рисковете и желанието да се излагат на слънце, но също така и между знанията за признаците, които могат да причинят рак на кожата, и нежеланието да се подлагат на систематична и редовна проверка на бенките, било то самостоятелно или от специалист-дерматолог. Проучването също така показва как резултатите от тези конфликти се различават в отделните страни, по пол, възрастови групи и нива на образование."

Световни шампиони по слънцезащита

Въпреки географските, климатични и образователни фактори, това проучване, проведено в 23 страни, разкрива няколко изненадващи шампиона по защита от слънцето и профилактика на кожния рак и осветлява няколко страни, които бележат изоставане.

Запитани относно навиците за слънцезащита, изненадващо висок дял от 34% от гърците твърдят, че вземат предпазни мерки през цялата година, независимо от сезона, следвани плътно от жителите на Чили (33%) и Австралия (32%). Интересен факт е, че жителите на същите тези три страни се опитват да останат максимално на сянка в часовете на най-силното слънце. В другия край на спектъра са Белгия, Дания и Русия, където само 6% от населението споделя, че има навици за слънцезащита през цялата година.

Въпреки че не са три от най-слънчевите страни в света, при излагане на слънце респондентите от Ирландия, Италия, Португалия са лидери по използване на слънцезащитен крем, като 69% от населението им твърдят, че нанасят такъв на лицето си, спрямо само 35% от мексиканците, които би трябвало да са по-добре запознати, тъй като често са изложени на силно слънцегреене, изпреварвани само от руснаците, където само 19% от населението ползва слънцезащитен крем.

И накрая, в целия свят 87% от родителите с деца под 12-годишна възраст твърдят, че винаги или често нанасят слънцезащитен крем на децата си, когато са изложени на слънце, със сравнително малки разлики между различните континенти.

Национална способност за Skinchecking

Въпреки че Австралия и Южна Америка са два от най-слънчевите региона в света, изглежда че, противно на всички очаквания, европейците имат вроден усет за проверка на състоянието на кожата (Skinchecking). Лидери в това отношение са Германия, Австрия и Италия, чиито жители най-често се консултират с дерматолог за състоянието на своите бенки, съответно 24%, 23% и 20% от тяхното население го прави най-малко веднъж годишно. В същото време Финландия се нарежда на последно място с едва 1% от населението, което посещава дерматолог за проверка на своите бенки най-малко веднъж годишно.

„Меланомата е най-сериозният вид рак на кожата, но ако се разпознае и третира в ранен етап, почти винаги е лечим“, казва проф. Джузепе Ардженциано, д.м. и Президент на Международното дружество по дерматоскопия. „Ето защо е толкова важно всеки да проверява кожата си редовно за белези на промяна или нарастване на бенките, както и за поява на нови петна по кожата. Борбата с рака на кожата започва от вкъщи и колкото повече хора се вглеждат в кожата си и в кожата на близките и любимите си, толкова повече ще се консултират с дерматолог и така ние ще можем да го разпознаем в ранен етап.“

Гърция, Австралия и Австрия показват най-висока култура на самопроверка - съответно 52%, 48% и 45% от населението им твърди, че проверява своите бенки поне веднъж годишно. Изглежда, че жителите на Русия и Бразилия (във втория случай човек би си помислил, че е налице по-голяма грижа) все още не са си изградили такъв навик, тъй като съответно само 5% и 14% от тяхното население проверява бенките си веднъж годишно. Италианци (66%), португалци (63%) и австрийци (59%) са нациите, които най-често препоръчват на любимите си хора да посетят специалист и да проверяват своите бенки.

Битката на половете

Подобно на много други неща, мъжете и жените по целия свят имат твърде различни нагласи към защитата от слънцето. Докато мъжете обикновено се крият от слънцето, използвайки техники като прикриване на тялото с ризи с дълъг ръкав (21% от мъжете спрямо 16% от жените) и носене на шапки или каскети (45% от мъжете спрямо 32% от жените), жените са много по-последователни в нанасянето на слънцезащитен крем, когато са изложени на слънчевите лъчи. 69% от жените ползват постоянно слънцезащитен крем върху лицето си спрямо само 45% от мъжете. Същата значителна разлика се отбелязва и при прилагането на слънцезащитен крем върху тялото: само 1 от 2 мъже нанася слънцезащитен крем в сравнение с над 2 от 3 жени.

Нещо повече, от една страна това проучване показва, че нивото на информираност за рисковете от кожен рак е много високо в световен мащаб, а от друга страна се оказва, че жените са по-добре информирани по този въпрос. 78% от жените смятат, че нивото на излагане на слънце по време на детството е свързано с рисковете от диагностициране с рак на кожата спрямо 71% от мъжете респонденти. По същия начин 90% от жените признават, че рискът от развитие на рак на кожата има пряка връзка с липсата на слънцезащита спрямо 85% от мъжете.

Млада и безгрижна кожа

Не е за учудване, че тийнейджърите между 15 и 19-годишна възраст са най-безгрижни в отношението си към слънцезащитата и превенцията на кожния рак, което е още по-тревожно, като се има предвид фактът, че 80% от уврежданията на кожата, причинени от слънцето, се появяват още преди 18 години. Въпреки че само 46% от тях търсят сянка от силното слънце, изглежда, че възрастните между 55 и 65 години са тези, които по-често търсят сянката (55%). Независимо дали като проява на мода или просто бунтарство, тийнейджърите са и най-непоследователни в ползването на слънцезащитни аксесоари: те са тези, които най-рядко носят слънчеви очила (46%) или шапки (26%). В този смисъл не е изненадващо, че с напредването на възрастта респондентите по-често посягат към слънцезащитната шапка, като 46% от 55-65-годишните заявяват, че носят такава!

Респондентите на възраст 35-44 години обаче са тези, които най-често ползват слънцезащитен крем върху тялото (63%), а младежите между 20 и 24 години като че ли са по-притеснени от вредата на слънцето за лицето, където нанасят най-много слънцезащитен крем (61%).

Шапки долу пред...!

Ню Йорк, Милано и Париж са познати като световните столици на модата. La Roche-Posay и Irsos проведоха проучване на нагласите за носене на слънцезащитни аксесоари сред населението на 23 страни. В Австралия, Гърция и Финландия има предпочитания към всякакъв вид шапки, които предпазват лицето от потенциално опасните лъчи на слънцето. В същото време французи и гърци предпочитат да носят слънчеви очила, като съответно 74% и 78% от запитаните твърдят, че носят слънцезащитни аксесоари, когато излизат. Мексиканците и чилийците посочват ризи с дълъг ръкав като предпочитан избор за слънцезащитно облекло (съответно 43% и 36%).

Методология на изследването

Това проучване е проведено от Ipsos за La Roche-Posay в 23 страни от цял свят (Австралия, Австрия, Белгия, Бразилия, Канада, Чили, Дания, Финландия, Франция, Германия, Гърция, Ирландия, Италия, Мексико, Норвегия, Полша, Португалия, Русия, Испания, Швеция, Швейцария, Обединено кралство, САЩ). Във всяка от обхванатите страни са интервюирани 500 до 1000 души (мъже и жени) (национално представителна извадка на населението на възраст между 15 и 65 години). Общо 19 569 души са интервюирани в периода от 03 декември 2014 г. до 08 януари 2015 г. Интервютата са проведени онлайн, с изключение на Русия (интервюта лице в лице), Бразилия, Гърция и Мексико (телефонни интервюта).

КАМПАНИЯ, РОДЕНА ОТ НЕУДОВЛЕТВОРЕНОСТТА ПРЕД ПОКАЧВАЩИЯ СЕ БРОЙ ДИАГНОСТИЦИРАНИ СЛУЧАИ НА КОЖЕН РАК

Огромен дял (73%) от световното население твърди, че се грижи повече за здравето на своите близки, отколкото за собственото си здраве.

La Roche-Posay, водеща марка в дермокозметиката, препоръчвана от 25 000 дерматолози в цял свят, стартира днес "Skinchecker" - нова широкомащабна международна кампания за повишаване на информираността, която има за цел да образова обществото за активната роля на всеки гражданин в ранното откриване на рак на кожата.

Кожният рак е единственият вид рак, видим с невъоръжено око и при правилна диагностика на достатъчно ранен етап, 90% от случаите на меланома са лечими. Като дългогодишен партньор на дерматолозите, учените, ангажирани с дерматологични изследвания, и всички онези, които страдат от проблеми с чувствителната кожа по целия свят, тази кампания е родена от недовлетвореността от нарастващия брой на диагностицирани случаи на рак на кожата, което го прави 9-тото най-често срещано раково заболяване в Европа със 100 000 нови случаи, диагностицирани само в Европа през 2012 г.¹

Ангажиментът на La Roche-Posay към каузата датира от няколко години, а тази нова кампания се подкрепя от дерматолози и национални организации в областта на кожния рак и ще бъде придружена от безплатни скринингови прегледи на бенки по целия свят.

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

Днес La Roche-Posay иска да привлече колкото се може повече последователи към тази своя кауза, но не индивидуално, а колективно. Кампанията има за цел да се създаде обществен импулс и да насърчи разпространението и споделянето на едно ясно и просто послание: че всеки може да стане посланик в тази борба.

“Това проучване носи утеха със знанието, че днес повече хора от всякога признават рисковете от рак на кожата при излагане на слънце”, заявява Elisabeth Araujo, Международен директор на La Roche-Posay. “Меланомата обаче, остава единственият предотвратим вид рак, при който процентът на смъртност не е намалял през последните няколко десетилетия, и ние сме изумени от малкия брой хора, които в наши дни проверяват бенките си в домашни условия. Ние вярваме, че тази кампания може да изиграе съществена роля в борбата срещу рака на кожата – битка, която започва с грижовен поглед към себе си и към тези, които обичаме.”

Толкова е лесно като ABCDE

Екосистемата Skinchecker на La Roche-Posay ще бъде достъпна чрез местния уебсайт на марката. За да обхване и да образова възможно най-голям брой хора по света, La Roche-Posay предлага подбрана и лесно запомняща се информация, адаптирана към всички целеви аудитории. Използвайки лесен мнемоничен метод ABCDE, разработен и широко популяризиран от дерматолозите в световен мащаб, La Roche-Posay предлага на участниците в програмата Skinchecking методика от пет точки за бързо разпознаване на потенциален проблем и ги насърчава да направят консултация с дерматолог възможно най-скоро.

Платформата включва също така зона с интерактивна карта, на която може да се проследи влиянието на кампанията по света и която показва разговори по темата в реално време чрез актуални публикации в Twitter. Кампанията има за цел да постигне максимално улеснение: с едно натискане да изтеглите метода ABCDE и също с едно натискане да споделите с приятел или любим човек и да ги насърчите да се присъединят към каузата и да станат Skinchecker-и.

ЗА LA ROCHE-POSAY

La Roche-Posay вярва в един по-добър живот за чувствителната кожа. Създадена от фармацевт през 1975 г., тази дермокозметична марка се препоръчва от 25 000 дерматолози по целия свят. С присъствие в над 60 страни, дермокозметичните продукти на La Roche-Posay са най-често предписвани в Бразилия, Русия и Тайван. През последните 10 години La Roche-Posay утроява оборота си и постига двуцифрен ръст в продължение на 5 години подред. В Европа La Roche-Posay бележи трикратно по-бърз растеж от местния пазар.

В основата на всички формули на La Roche-Posay е залегнал ангажиментът за по-светло бъдеще

за хората с чувствителна кожа, от ранна детска до зряла възраст. Всички продукти на La Roche-Posay предлагат минималистични и ефективни формули, съдържащи една прекрасна, макар и не толкова тайна съставка – уникална френска термална вода. Всички продукти на La Roche-Posay са безопасни, хипоалергенни и дерматологично тествани върху алергични, атопични или реактивни типове кожа. Тяхната ефикасност и безопасност са доказани с над 600 клинични проучвания и наблюдения в цял свят, 80 от които вече са публикувани в международно признати дерматологични списания.

Чрез Фондацията La Roche-Posay, която работи под егидата на Fondation de France, марката отдавна споделя ангажимент за активна съвместна работа с дерматолозите. Създадена през 1995 г., Фондацията активно подпомага научни изследвания в клинични, биологични и фармакологични области на дерматологията и насърчава щедри инициативи от дерматолози.

ЗА IPSOS

Ipsos е независимо дружество за пазарни проучвания, което се контролира и управлява от професионалисти в научните изследвания. Основана във Франция през 1975 г., Ipsos израства до водеща световна изследователска група със силно присъствие на всички ключови пазари. Ipsos се нарежда на трето място в световната научноизследователска индустрия.

С офиси в 87 страни, Ipsos предоставя своя експертен опит в шест научни сфери: реклама, потребителска лоялност, маркетинг, медии, проучване на обществени нагласи и управление на проучвания.

Изследователите на Ipsos оценяват пазарния потенциал и интерпретират тенденциите на пазара. Те разработват и изграждат брандове. Помагат на клиентите да изградят дългосрочни взаимоотношения със своите клиенти. Тестват нагласите на аудиторията на реклами и проучвания към различни медии и измерват общественото мнение по света.

КОНТАКТИ С МЕДИИТЕ

ЙОАНА КОЛЕВА

yoana.koleva@loreal.com