



LABORATOIRES

Pierre Fabre



ALL Colors  
ALL Skins  
ALL Dermatoses

20 countries  
50 000 people

An International Patient Centric Survey  
by Pierre Fabre

## Les jeunes générations face au défi de la prévention solaire : de nouveaux chiffres révélés par les Laboratoires Pierre Fabre

Castres, France – 13 mai 2024 – Les Laboratoires Pierre Fabre, à travers leur département dédié aux relations patients et consommateurs, dévoilent les nouveaux résultats 2023/2024<sup>1</sup> de son programme Sun Assessment Family Expérience (SAFE) lancé en 2021, visant à mieux comprendre les raisons du mauvais suivi des consignes de prévention au soleil. Les données du programme SAFE viennent du projet ALL qui constitue la plus grande base de données internationales en dermatologie. Au total ce sont plus de 50 000 personnes, issues des populations adultes de 20 pays (représentant à eux seuls 50% de la population mondiale), répartis sur 5 continents, qui ont répondu aux questionnaires.

Selon l'étude, 95% des personnes interrogées comprennent les messages, mais seulement 1 personne sur 5 les respecte réellement. Les campagnes de sensibilisation ne produisent pas les effets escomptés.

### 3 personnes sur 4 ne s'appliquent pas de la crème solaire toutes les deux heures par simple oubli ou considèrent que c'est trop fastidieux !

L'étude révèle que seulement 24% des participants appliquent régulièrement une protection solaire toutes les deux heures. Parmi ceux qui ne le font pas, 76% invoquent l'oubli, le côté fastidieux de l'application ou le coût des produits solaires. Ces chiffres soulignent l'urgence d'une prise de conscience et d'une action collective pour inverser cette tendance.

### Les jeunes sont ceux qui s'exposent le plus !

Selon l'Organisation Mondiale de la Santé : 1 cancer diagnostiqué sur 3 est un cancer de la peau et en Europe, c'est un des 3 cancers les plus fréquents chez les jeunes, or :

« *Malgré les campagnes de sensibilisation répétées et les messages clairs sur les dangers du soleil, les jeunes semblent ignorer les conséquences de leur exposition solaire. La nouvelle étude<sup>2</sup>, menée dans le cadre de notre programme SAFE montre que plus de la moitié des jeunes interrogés (54%) s'exposent au soleil pendant les heures les plus dangereuses, de 10h à 16h* » précise **le Docteur Marketa Saint Aroman, Directrice Médicale et Patient Centricity Pierre Fabre.**

### Les coups de soleil et le vieillissement cutané, les deux raisons principales invoquées pour se protéger du soleil...

Les motivations des jeunes en matière de protection solaire sont également préoccupantes. Bien que 53% d'entre eux cherchent à éviter les coups de soleil, seuls 21% considèrent la prévention du cancer de la peau comme une priorité. Le vieillissement cutané accéléré est

<sup>1</sup> Étude réalisée dans 20 pays avec 50 000 répondants

<sup>2</sup> HW Lim, M Saint Aroman, C Skayen, B Halioua, N Perez Cullell, Y Ben Hayoun, C Baissac, C Bergqvist, C Taieb, K Ezzedine. Sun exposure and protection habits: self-reported attitudes, knowledge, and behaviors. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology* (in press)



LABORATOIRES

Pierre Fabre



ALL Colors  
ALL Skins  
ALL Dermatoses

20 countries  
50 000 people

An International Patient Centric Survey  
by Pierre Fabre

une préoccupation pour 40% des jeunes interrogés, mais il est essentiel de rappeler que le cancer de la peau est une réalité grave et que les deux tiers des cas sont directement liés à des expositions excessives au soleil.

### Plus on avance en âge et moins on renouvelle l'application de l'écran solaire toutes les deux heures...

En revanche, la prévalence de l'application d'un écran solaire toutes les deux heures était la plus élevée dans le groupe d'âge des 16 à 34 ans (27%) et a diminué progressivement avec l'âge (25% pour les 35-54 ans et 12% pour les plus de 55 ans).

Forts de cette étude, les laboratoires Pierre Fabre ont demandé directement à des jeunes adultes d'inventer eux-mêmes de nouveaux axes de communication pour la protection solaire. Le projet « MySun Students Voices » mené en partenariat avec France Asso Cancer et les étudiants des écoles de communication ISEG et de création visuelle e-ARTSUP de Nantes (parmi les régions les plus touchées par le mélanome) a été présenté lors du Festival de la Communication à Deauville en Mars 2024 où il a obtenu un prix coup de France.

Ce projet a pour objectif de réfléchir à de nouveaux dispositifs de communication visant à engager les jeunes à se protéger efficacement du soleil.

Au total, 120 étudiants ont planché pour inventer de nouvelles approches dans le domaine de la prévention solaire. Leurs propositions amènent un vocabulaire plus ajusté à leur cible, des approches qui responsabilisent certains d'entre eux comme le « sam » des campagnes anti-alcool, des challenges éducatifs mais aussi des outils qui permettent de monitorer astucieusement leur exposition solaire. L'ensemble de leurs propositions sont partagées avec l'association France Asso Cancer et Peau qui a d'ores et déjà choisi de décliner une de leurs propositions pour son propre compte.



*« Le mélanome est un cancer visible, sur lequel on peut avoir une action avant d'arriver à de lourds diagnostics qui laissent souvent les familles abasourdis. Mais pour cela, il faut connaître le risque. Cette belle initiative nous permet enfin de communiquer vers les jeunes avec leurs mots, leurs outils : Une campagne pour les jeunes construite par les jeunes ! »* souligne **Pascale Benaksas, Présidente de l'association.**

Les équipes de Pierre Fabre ont étendu la démarche en Europe en travaillant avec les étudiants espagnols et allemands. L'ensemble de leurs retours sont partagés avec le grand public et les associations de patients sur la page [www.mysun.skin](http://www.mysun.skin).

Enfin, pour aller dans le sens de leurs propositions, un pilote en partenariat avec l'entreprise siHealth Ltd ([www.sihealth.co.uk](http://www.sihealth.co.uk)), spécialisée dans ce domaine va être mis en place, toujours en lien avec les étudiants et plusieurs associations de patients, pour tester cet été une application Sun4Health ([www.sun4health.com](http://www.sun4health.com)) - permettant de monitorer individuellement son exposition solaire grâce à la technologie satellitaire et l'intelligence artificielle.



LABORATOIRES

Pierre Fabre



ALL Colors  
ALL Skins  
ALL Dermatoses

20 countries  
50 000 people

*An International Patient Centric Survey  
by Pierre Fabre*

### **A propos des Laboratoires Pierre Fabre**

Les Laboratoires Pierre Fabre sont la 2<sup>ème</sup> entreprise mondiale en dermo-cosmétique et comptent parmi les principaux laboratoires pharmaceutiques européens. Leur portefeuille est constitué de plusieurs marques internationales et franchises médicales, dont Pierre Fabre Oncologie, Pierre Fabre Dermatologie, Pierre Fabre Pharma Care, Eau Thermale Avène, Ducray, A-Derma, Klorane, René Furterer, Darrow, Même Cosmetics, Naturactive, Elgydium, Inava et Arthrodont.

En 2023, les Laboratoires Pierre Fabre ont réalisé un chiffre d'affaires de 2,83 milliards d'euros, dont 70% à l'international dans 120 pays. Implantés depuis toujours en région Occitanie, ils fabriquent 95% de leurs produits en France et emploient plus de 10 000 collaborateurs dans le monde. Leur budget annuel en R&D s'élève à près de 200 M€, dont environ 50% sont dédiés aux thérapies ciblées en oncologie et 40% aux thérapies et soins de la peau.

L'actionnaire ultra-majoritaire (86%) des Laboratoires Pierre Fabre est une Fondation éponyme reconnue d'utilité publique. Cette structure capitalistique est garante de l'indépendance de l'entreprise et de sa vision à long-terme. Les dividendes versés à la Fondation Pierre Fabre permettent à celle-ci de développer et financer des programmes humanitaires d'accès à la santé dans les pays du Sud. A travers un plan international d'actionnariat salarié, les collaborateurs sont l'autre actionnaire de l'entreprise.

La démarche RSE des Laboratoires Pierre Fabre est évaluée par AFNOR Certification au niveau « Exemplaire » du label Engagé RSE (norme ISO 26 000 du développement durable).

Pour de plus amples renseignements, visiter [www.pierre-fabre.com](http://www.pierre-fabre.com), [@PierreFabreGroup](https://twitter.com/PierreFabreGroup).

### **CONTACT PRESSE :**

Anne KERVEILLANT

[anne.kerveillant@pierre-fabre.com](mailto:anne.kerveillant@pierre-fabre.com) - 06 20 88 54 57

