

## Une nouvelle campagne pour promouvoir le « mode d'emploi du soleil »

*Contre la toast attitude, un peu de crème solaire ne suffit pas...*

L'Institut National du Cancer poursuit sa mobilisation pour la prévention des cancers de la peau et lance un nouveau programme de communication pour l'été. L'objectif est de faire progresser la lutte contre la « toast attitude » et l'appropriation du « mode d'emploi du soleil » lancé en 2006. Au cœur du dispositif cette année : les actions de proximité auprès des vacanciers et la mobilisation du Cercle des partenaires pour la prévention solaire.

### Le mélanome : un cancer dont l'incidence a triplé en 20 ans

Les cas de mélanomes (le cancer de la peau le plus grave) sont de plus en plus fréquents, en raison notamment de l'évolution des habitudes d'exposition au soleil. **On compte aujourd'hui plus de 7000 nouveaux cas par an : c'est trois fois plus qu'il y a 20 ans.** Dans le même temps, la mortalité due au mélanome a doublé. Cette évolution préoccupante et l'absence de traitements efficaces à un stade évolué rendent indispensables les mesures de prévention.

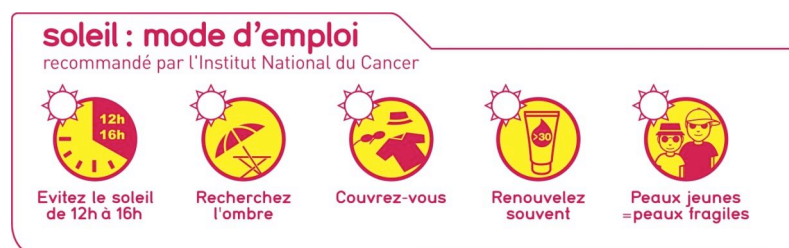
### Des conseils de protection solaire encore peu appliqués

Malgré une réelle prise de conscience des risques (près de 9 Français sur 10 associent l'apparition des cancers de la peau à l'exposition au soleil), la connaissance et l'application des mesures de protection solaire restent très partielles : seuls 27% des Français citent spontanément plus de 2 précautions pour se protéger du soleil et 46% pensent que l'application d'une crème solaire d'indice élevé suffit à se protéger efficacement. Seule la moitié d'entre eux applique de la crème (56%) ou porte un chapeau (48%), et encore 12% déclarent ne prendre aucune précaution.

La faible application des précautions en dépit de risques connus témoigne de l'existence de freins, souvent peu rationnels, à l'adoption de comportements de prévention : la norme sociale et esthétique du bronzage joue à cet égard un rôle non négligeable.

### Le « soleil : mode d'emploi » : 5 gestes pour une protection efficace

Pour favoriser l'appropriation effective de l'ensemble des mesures de protection, l'Institut National du Cancer a élaboré un code visuel baptisé « soleil : mode d'emploi ». Conçu sur la base des recommandations qui font consensus parmi les experts, il vise à rappeler que la crème solaire ne suffit pas et que **seule la combinaison d'un ensemble de précautions garantit une protection efficace.**



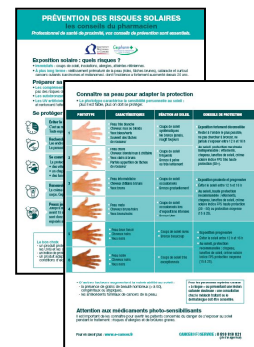
L'objectif est de faire en sorte qu'à terme, le grand public retrouve ce « mode d'emploi du soleil » dans le plus grand nombre possible de situations liées au soleil et aux vacances.

## Le dispositif de communication de l'été 2007

### ▪ *Les actions de proximité au cœur du dispositif*

Le dispositif privilégie cette année la proximité avec des actions de terrain visant à mettre les conseils de protection entre les mains du public pendant tout l'été, notamment :

- **sur les plages** avec un dispositif important d'animations et de diffusion d'outils de communication (cartes postales, tee-shirts, jeux de cartes des 7 familles) sur de nombreuses plages du littoral (près de 100 dates) ;
- **sur les autoroutes** avec la distribution de 400 000 jeux de cartes des 7 familles sur plusieurs péages d'autoroutes afin de sensibiliser les enfants sur le chemin des vacances (week-ends du 14 juillet et du 28 juillet) ;
- **dans les pharmacies** avec la réalisation d'une carte mémo intitulée « Prévention des risques solaires : les conseils du pharmacien », adressée à l'ensemble des pharmacies de France pour les mobiliser sur cette thématique pendant tout l'été.



### ▪ *Des médias ciblés pour diffuser le message dans des contextes adaptés*

La campagne média met en scène diverses situations d'exposition solaire (plage, montagne, jardin) et s'articule autour d'une nouvelle accroche : « *Contre la toast attitude, un peu de crème solaire ne suffit pas...* ».



- **une campagne presse magazine** de début juillet à mi-août dans une sélection de titres très lus l'été (Voici, Gala, Closer, Paris Match, VSD, Femme Actuelle, L'Equipe Magazine, Télé 7 Jeux, Télé Star Jeux) ;
- **une campagne d'affichage** dans 200 campings du littoral du 25 juin au 22 juillet ;
- **la météo des plages** de TF1 et de M6 qui diffuseront chaque jour les conseils de protection en s'appuyant sur les cinq pictogrammes du « soleil : mode d'emploi » ;
- **la présence de bannières** sur deux sites internet en affinité avec la thématique : voyages-sncf.com et meteofrance.com.
- la parution d'un **cahier de FMC** sur la **prévention du mélanome** dans le *Quotidien du Médecin* (numéro du 18 juin) pour encourager les médecins généralistes à relayer le message auprès de leurs patients.

- **Le Cercle des partenaires pour la prévention solaire : une mobilisation sans précédent**

Parce que son action ne peut suffire à elle seule pour toucher le plus grand nombre, l'Institut National du Cancer a souhaité s'appuyer sur un réseau de partenaires permettant de faire vivre le « mode d'emploi du soleil » via des relais puissants et diversifiés.

Le Cercle des partenaires pour la prévention solaire a ainsi été créé et mobilisé à ce jour **vingt-deux organismes et entreprises qui véhiculent le « mode d'emploi du soleil » auprès de leurs publics :**

Le Cespharm (Ordre des Pharmaciens), le Réseau français des Villes-Santé de l'OMS, la Mairie de Paris, Météo France, la Ligue contre le Cancer, l'association Sécurité Solaire, la Fédération Française de Voile, la Société Nationale des Sauveteurs en Mer, Avène, Garnier Ambre Solaire, Kaloo Solaires, La Roche-Posay, Champion, Club Med, la Française des Jeux, Petit Bateau, Astrapi et Okapi (Bayard Jeunesse), M6, TF1, Voyages-sncf.com, Witch Mag (Disney Hachette Presse).

- **La diffusion large de supports informatifs et pédagogiques**

- un dépliant d'information grand public, diffusé via les dermatologues, pédiatres, PMI, pharmaciens, mairies, offices de tourisme, centres de vacances, campings, piscines...
- deux affichettes, diffusées dans les mêmes réseaux que le dépliant.
- des cartes postales, diffusées sur de nombreuses plages du littoral.



- un jeu de cartes des 7 familles sur le thème de la protection solaire distribué aux péages d'autoroute lors des week-ends de grands départs de juillet et via les mairies dans le cadre d'animations pour les enfants.

- un site internet dédié : [www.e-cancer.fr/soleilmodedemploi](http://www.e-cancer.fr/soleilmodedemploi) permettant notamment de retrouver tous les éléments du dispositif de communication, les visuels de la campagne, ainsi que des informations sur les cancers de la peau et les mesures de protection recommandées.



- un test interactif « Testez votre risque au soleil » permettant à chacun d'évaluer sa sensibilité au soleil et son risque personnel de cancer de la peau, avec pour objectif d'aider les personnes « à risque » à s'identifier comme telles et à prendre les mesures de prévention appropriées.

**Contacts presse :**

Vanessa Ralli - Institut National du Cancer - Tel. : 01 41 10 14 44  
Email : [vralli@institutcancer.fr](mailto:vralli@institutcancer.fr)

Roxane Philippe - TBWA\Corporate - Tel. : 01 49 09 27 17 / 06 70 80 54 05  
Email : [roxane.philippe@tbwa-corporate.com](mailto:roxane.philippe@tbwa-corporate.com)