



Contact presse : Elise Beretz / Edelman - Tél. : 01 56 69 73 94 - elise.beretz@edelman.com

« De l'hygiène corporelle à l'hygiène domestique : protéger et entretenir la santé de la peau »

Paris, le 29 novembre 2007 - Comment protéger et prendre soin de sa peau ? Qu'est-ce qu'une peau en pleine santé ? Comment être sûr qu'un produit d'hygiène corporelle ou d'hygiène domestique ne provoquera pas d'irritation ou d'allergie cutanées en particulier en cas de peau sensible ?

Autant de questions qui sont fréquemment posées par les Français, à leur médecin traitant, leur dermatologue, ou encore leurs proches. Avoir une peau en bonne santé et savoir l'entretenir au quotidien constituent en effet des préoccupations croissantes des consommateurs¹.

Hygiène corporelle et santé de la peau : hydrater sa peau au quotidien

Afin de souligner l'importance de l'hydratation cutanée pour une bonne santé de la peau, le Collège de Dermocosmétologie d'Unilever a réalisé en mars 2007² une enquête comportementale sur l'usage des produits hydratants par les femmes françaises.

Les résultats sur les habitudes en matière d'hydratation cutanée ont montré notamment que les femmes hydratent davantage et plus régulièrement leur visage que leur corps. Se protéger contre les agressions extérieures de même qu'avoir une belle peau douce et lisse sont les principales raisons invoquées par plus de huit femmes sur dix. Le geste d'hydratation est également associé à la notion de plaisir (62 %) et plus de la moitié des jeunes femmes (18-24 ans) indiquent qu'elles hydratent leur corps pour sentir bon. Par ailleurs, la saisonnalité reste un paramètre important puisque l'hiver (45 %) plus que l'été (33 %), le printemps ou l'automne (avec respectivement 3 % et 4 %) semble être la saison la plus propice à l'hydratation de la peau. Le geste d'hydratation, s'il a tendance à devenir régulier, ne correspond donc pas encore à une pratique quotidienne.

« Une belle peau est une peau bien hydratée tous les jours. (...) L'utilisation de soins hydratants quotidiens est donc primordiale. » souligne le Dr Catherine Laverdet, dermatologue à Paris et membre du Collège de Dermocosmétologie d'Unilever.

Prendre soin de la santé de sa peau est en effet essentiel. La peau constitue une véritable barrière, ayant pour fonction de faire rempart contre les agressions extérieures, et de limiter les pertes corporelles en eau. Sa bonne santé résulte donc d'un équilibre fragile, et nécessite une attention toute particulière pour préserver sa teneur en eau, et garantir une bonne hydratation cutanée.

Conscient du manque d'informations et du besoin de conseils des consommateurs et des patients sur cette thématique, le Collège de Dermocosmétologie d'Unilever a donc mis l'accent sur l'hydratation comme geste de santé au quotidien, et a conçu des documents d'informations et de recommandations. La brochure « **Les bons gestes d'hydratation** » a, à titre d'exemple, été envoyée à plus de 4 000 dermatologues et pédiatres français, et par ce biais, a été mise à la disposition de plus de 200 000 patients.

1. 86 % des Français ont souffert de problèmes de peau depuis la naissance, d'après l'enquête Taylor Nelson Sofres Santé « Les Français et la Dermatologie », pour la Société Française de Dermatologie, 2006.
2. Enquête réalisée par BVA - StrategyOne, sur un échantillon de 1 003 femmes représentatif de la population féminine française pour Dove en mars 2007.

Hygiène domestique et allergie aux parfums des lessives et assouplissants : se défaire des préjugés

Des questions sur les problèmes d'allergie et d'irritation de la peau sont souvent soulevées par les consommateurs, particulièrement de la part des jeunes parents qui se préoccupent des risques éventuels d'allergies auxquels pourraient être confrontés leurs nouveaux-nés, notamment vis-à-vis des lessives, des assouplissants et de leurs composants. À cet égard, il est important de bien dissocier :

- **l'irritation**, réaction inflammatoire due à l'application sur la peau d'un produit irritant chimiquement,
- **l'allergie**, réaction d'hypersensibilité de la peau propre à un individu qui s'est progressivement « sensibilisé » à une molécule ou à un produit par la répétition des applications.

Pour répondre à cette problématique, le Collège a publié des données du SEAC³ concernant « **l'Allergie aux parfums⁴** » (évaluation du risque lié au contact avec des tissus lavés). Les résultats ont montré que le risque d'initier une sensibilisation aux allergènes de parfums contenus dans les assouplissants et les lessives est extrêmement faible et peu probable, ce qui permet de rassurer les utilisateurs. Pour compléter ces éléments, une autre étude clinique portant cette fois sur des patients allergiques français vient d'être tout récemment mise en place.

Par souci de pédagogie et dans le cadre de ses travaux scientifiques et d'informations auprès des consommateurs, le Collège de Dermocosmétologie a conçu des supports tels que la brochure « **Hypoallergénie : guide pour la peau des tout-petits** », qui a été distribuée aux dermatologues et pédiatres, à l'usage de leurs patients. Cette brochure explique les différences entre :

- un produit dit hypoallergénique (testé auprès de volontaires à peau sensible et n'ayant entraîné aucune réaction)
- et un produit testé dermatologiquement (testé auprès de volontaires pour étudier l'acceptabilité, la tolérance et l'efficacité du produit dans ses conditions normales d'utilisation).

Elle énumère également un certain nombre de conseils pratiques pour préserver la peau de bébé.

Toutes les études scientifiques menées dans le cadre des travaux du Collège de Dermocosmétologie font l'objet de publications scientifiques dans des revues à comité de lecture et constituent une base d'information pour la profession médicale. Le Collège édite et diffuse également régulièrement, aux professionnels de santé, sa lettre d'informations, la Dermoscopie, apportant ainsi un éclairage scientifique et environnemental.

L'objectif général du Collège de Dermocosmétologie est donc de représenter une véritable interface avec le corps médical et paramédical. C'est pourquoi, il entretient des contacts directs réguliers avec les dermatologues et allergologues (comme par exemple lors du congrès du GERDA⁵), et, via le réseau des professionnels de la petite enfance, avec les puéricultrices (participation notamment aux Journées Nationales de l'ANPDE⁶, et aux Entretiens de la petite enfance). La présence des membres du Collège à ces congrès permet de renforcer le lien avec les professionnels de santé, d'être à l'écoute de leurs préoccupations quotidiennes et d'orienter ainsi leurs travaux.

Le Collège de Dermocosmétologie d'Unilever : atout pour les consommateurs, ressource pour les professionnels

Créé en 2004, le Collège de Dermocosmétologie d'Unilever est un groupe de quatre experts pluridisciplinaires et indépendants, ayant pour mission d'apporter conseil et assistance pour la prévention, l'hygiène et la santé de la peau, tout en combattant les idées fausses et chassant les idées reçues. Sa principale mission consiste à soutenir la communication médicale du groupe Unilever sur les produits d'hygiène corporelle (Dove), et d'hygiène domestique (Skip, Cajoline), et à apporter conseil et assistance à l'utilisateur sur toutes les questions qui concernent la peau et tout ce qui peut être à son contact.

Le groupe Unilever occupe une position forte sur les marchés de l'hygiène de la maison et du soin de la personne. Il possède près de 400 marques présentes au quotidien dans les foyers des consommateurs dans plus de 100 pays dans le monde.

Depuis toujours, la santé, la sécurité et le bien-être font partie des préoccupations inhérentes à l'activité du groupe Unilever. Sa philosophie se retrouve dans la devise Vitality : « Être une source de vitalité au quotidien. Nutrition, soins du corps et entretien de la maison : nos marques aident chacun à se sentir bien et à profiter pleinement de la vie. »

3. SEAC, (Safety and Environmental Assurance Center), entité indépendante, validant et garantissant la sécurité des produits sur l'homme et l'environnement tout au long du processus d'innovation jusqu'à l'utilisation du produit.

4. Corea NV, Basketter DA, Clapp C, Van Asten A, Marty JP, Pons-Guiraud A, Laverdet C. Fragrance allergy: assessing the risk from washed fabrics. Contact Dermatitis 2006; 55:48-53.

5. GERDA : Groupe d'Études et de Recherches en Dermato - Allergologie.

6. Association Nationale des Puéricultrices Diplômées et des Étudiantes.