

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

De nouvelles données de l'ACD révèlent un décalage entre la conscience de la génération Z des risques liés au bronzage et ses habitudes de protection solaire

Près de 4 Canadiens sur 10 de la génération Z continuent de se faire bronzer malgré leur connaissance des risques associés

OTTAWA, Ontario, le 5 mai 2026 – L'Association canadienne de dermatologie (ACD) lance sa campagne annuelle du Mois de la prudence au soleil en mettant à nouveau l'accent sur la tendance croissante des gens à se faire bronzer, la lutte contre la désinformation et le risque accru de cancer de la peau que courent les jeunes Canadiens.

Depuis plus de 30 ans, l'ACD mène chaque mois de mai des initiatives nationales visant à promouvoir la prudence face aux rayons du soleil. Cette année, la campagne évolue pour aller à la rencontre des membres de la génération Z, là où ils se trouvent, afin d'aborder la culture du bronzage, l'influence des médias sociaux et le décalage observé entre les habitudes de soins de la peau et de protection solaire.

Un nouveau sondage national réalisé par Ipsos pour le compte de l'ACD examine les attitudes des membres de la génération Z vis-à-vis du bronzage, de la protection solaire et des risques liés aux rayons UV. En voici les principaux constats :

- Le bronzage reste très répandu chez la Génération Z : 39 % des personnes sondées déclarent s'être fait bronzer de manière intentionnelle au cours de la dernière année, la majorité le faisant à l'extérieur (72 %).
- L'influence des pairs est forte : 68 % des membres de la Génération Z affirment que le bronzage intentionnel est courant chez leurs pairs, un chiffre qui grimpe à 87 % chez les personnes qui disent se faire elles-mêmes bronzer.
- L'apparence motive le comportement : parmi les adeptes du bronzage, 45 % déclarent que cela augmente leur confiance en eux et 37 % affirment qu'ils sont plus beaux sur les photos lorsqu'ils sont bronzés.
- La prise de conscience n'entraîne pas nécessairement un changement de comportement : alors que 79 % des répondants s'inquiètent du cancer de la peau et que 63 % savent que le bronzage comporte des risques, 39 % d'entre eux déclarent tout de même s'être fait intentionnellement bronzer.
- Les habitudes liées aux soins de la peau ne se traduisent pas par un comportement approprié de protection solaire : bien que 81 % des membres de la génération Z sondés aient adopté une routine de soins de la peau, seuls 22 % utilisent de la crème solaire toute l'année.

« Malgré une forte prise de conscience des risques, de nombreux jeunes Canadiens continuent de se faire intentionnellement bronzer », a déclaré la Dre Julia Carroll, vice-présidente du groupe de travail sur la sensibilisation aux dangers du soleil de l'ACD. « Près de 4 jeunes de la génération Z sur 10 déclarent se faire bronzer, même si la plupart savent que cela augmente leur risque de subir un cancer de la peau. Nous constatons un décalage évident : l'apparence physique et la confiance en soi l'emportent souvent sur les préoccupations de santé, ce qui est extrêmement préoccupant du point de vue de la prévention. »

Malgré une sensibilisation généralisée à l'égard des risques, le bronzage continue d'intéresser de nombreux jeunes Canadiens, qui sont souvent motivés par des considérations esthétiques et influencés par les réseaux sociaux. Pour contrer ces perceptions, la campagne inclut une série de vidéos de participants visionnant des scénarios exagérés de personnes « se brûlant » délibérément la peau (p. ex. en mettant leurs mains dans un grille-pain ou en posant leur visage sur un gaufrier chaud) a été intégrée à la campagne. Le contraste est intentionnel, mettant en évidence le tort causé et soulevant une question importante : si nous reconnaissons que ces comportements sont dangereux, pourquoi acceptons-nous une exposition intentionnelle aux rayons UV subie dans un lit de bronzage ou pendant une séance prolongée d'exposition au soleil? Les participants ont ensuite exprimé leurs réactions immédiates et leurs attitudes à l'égard du bronzage, en particulier à savoir si le contenu avait influencé leur façon de penser.

La campagne inclut également un témoignage réel qui souligne encore plus concrètement les risques du bronzage : celui d'un jeune Canadien chez qui un mélanome a été diagnostiqué à l'âge de 19 ans seulement, rappelant ainsi que le cancer de la peau peut toucher n'importe qui, peu importe l'âge.

« Le bronzage intentionnel est en train de se normaliser chez les jeunes Canadiens, plus des deux tiers de la génération Z affirmant qu'il est courant parmi leurs pairs », a déclaré le Dr Sunil Kalia, président du groupe de travail sur la sensibilisation au soleil de l'ACD et professeur agrégé au Département de dermatologie et des sciences de la peau de l'Université de la Colombie-Britannique. « Ce type d'influence sociale peut donner l'impression que les comportements à risque sont inoffensifs, mais la réalité est que l'exposition aux rayons UV augmente considérablement le risque d'être touché par un cancer de la peau. Nous devons changer les mentalités afin que la protection de la peau devienne la norme, et non l'exception. »

Tout au long du mois, des dermatologues de l'ACD dialogueront directement avec les membres de la génération Z sur les réseaux sociaux, répondant à des questions courantes et souvent mal comprises concernant le bronzage et la protection solaire, notamment sur l'utilisation des autobronzants comprenant des produits de soin actifs, la sûreté d'une utilisation fréquente d'un autobronzant, la durée d'exposition au soleil à ne pas dépasser, ainsi que les risques associés à chaque coup de soleil subi. Ces conversations dirigées par des experts visent à lutter contre la désinformation et à fournir des conseils clairs, fondés sur la science, de manière accessible.

La campagne souligne que la protection de la peau ne se limite pas à l'application d'un écran solaire. Les Canadiens sont encouragés à adopter une série de comportements prudents, notamment se mettre à l'ombre, porter des vêtements protecteurs et intégrer l'application d'un écran solaire à large spectre à leur routine quotidienne de soins de la peau.

Le Mois de la prudence au soleil rappelle que le cancer de la peau est l'une des formes de cancer les plus évitables et que les habitudes prises dès le plus jeune âge peuvent avoir des répercussions tout au long de la vie.

– 30 –

À propos de l'Association canadienne de dermatologie :

Fondée en 1925, l'Association canadienne de dermatologie (ACD) est une organisation de membres qui plaide pour les dermatologues du Canada en faisant valoir le rôle essentiel qu'ils jouent dans le système de soins de santé. Représentant la communauté des dermatologues certifiés, nous vouons nos efforts à l'avancement de la science dermatologique, dont la portée couvre plus de 3 000 affections de la peau, des cheveux et des

ongles. Notre engagement va au-delà du soutien professionnel; nous protégeons et éduquons également le public par le biais d'initiatives exhaustives d'éducation et de notre programme de reconnaissance des produits.

Pour de plus amples informations sur les initiatives de l'ACD, rendez-vous à l'adresse dermatologie.ca ou participez aux conversations qui se tiennent sur nos chaînes de médias sociaux.

Personne-ressource pour les médias :

Nimmi Lawrence, gestionnaire, marketing et communications

Association canadienne de dermatologie

media@dermatology.ca