

Warszawa, 05.04.2016 r.

Polacy tracąc włosy tracą głowę

Dla ponad 1/3 Polaków pierwsze oznaki łysienia wiążą się poczuciem bezradności. Nieco mniej z nich odczuwa smutek. Rozżalenie, strach i gniew - to kolejne emocje, jakie deklarują łysiejący panowie. Tym czasem, jak wynika z raportu „Męska głowa do kontroli”, przeprowadzonego na zlecenie kampanii „Moja REGENeracja”, mężczyźni narzekają na efekty łysienia, ale w większości nie stosują środków zapobiegawczych.

Przykre konsekwencje zaniedbań

Jak pokazują wyniki badania „Męska głowa do kontroli”, przeprowadzonego w ramach kampanii „Moja REGENeracja”, łysienie wzbudza wiele emocji. Wśród tych z badanych panów, którzy dostrzegli u siebie pierwsze objawy łysienia, nadmierna utrata włosów wzbudziła między innymi poczucie bezradności (**prawie 34%**), smutek (**prawie 33%**), rozżalenie (**ponad 19%**), strach (**ponad 11%**), a nawet gniew (**prawie 9%**).

Osoby, które doświadczyły łysienia bardzo często opisują je jako przeżycie wpływające negatywnie na psychikę i powodujące cierpienie. Włosy są istotnym elementem naszej tożsamości, stąd ich utrata wywołuje emocje pojawiające się zazwyczaj w sytuacji żałoby. Łysiejący mężczyźni zgłaszają znaczny spadek samooceny, pogorszenie jakości życia i krytyczny obraz własnego ciała. Spodziewają się także problemów w życiu osobistym i zawodowym oraz wykluczenia społecznego. Większość z nich jest również bardzo wrażliwa na punkcie swojej łysiny - komentuje Lidia Flis, psycholog, ekspert kampanii „Moja REGENeracja”.

Jeżeli łysienie zaczyna się od przodu, cofająca się linia włosów stale przypomina o tym, gdzie zaczynały się wcześniej i że jest ich coraz mniej. Konfrontowanie się z tym przy każdym spojrzeniu w lustro może budzić uczucie bezradności i powodować obniżenie nastroju. Odbiór społeczny łysiejących panów również nie jest zbyt pozytywny. Badania pokazują, że są oni postrzegani przez osoby obojczy płci jako słabsi, mniej atrakcyjni i starsi niż są w rzeczywistości - dodaje Lidia Flis.

Zapomniana profilaktyka

W walce z łysieniem istotną rolę odgrywa profilaktyka. Oprócz odpowiednio zbilansowanej diety, unikaniu stresu czy prawidłowej pielęgnacji bardzo ważne jest stosowanie odpowiednich preparatów wzmacniających włosy i stymulujących ich wzrost.

Jak pokazują wyniki raportu, tylko **co szósty** mężczyzna myje włosy szamponem niwelującym wypadanie włosów i tylko **co ósmy** korzysta z dodatkowych środków przeznaczonych do wzmacniania wzrostu włosów. Co ciekawe, **im większa miejscowość i im młodsza grupa wiekowa**, tym częściej mężczyźni korzystają preparatów pielęgnujących włosy.

Interesujące jest, że **prawie 45%** panów zadeklarowało stosowanie szamponu przeciwłupieżowego - może to oznaczać, że świadomość w zakresie ogólnej troski o włosy wśród mężczyzn rośnie.

Prawie 43% Polaków do mycia głowy używa preparatów, które zakupione zostały przez innych domowników. To dobra informacja dla kobiet, które chcą zadbać o włosy swoich partnerów.

Chociaż zdecydowana większość mężczyzn uważa, że można skutecznie zapobiegać wypadaniu włosów, są ten nie przekłada się jednak na korzystanie ze specjalistycznych szamponów (korzysta z nich tylko co szósty ankietowany). Być może ma to związek z odsuwaniem od siebie myśli o łysieniu lub z przekonaniem, że jest jeszcze zbyt wcześnie na korzystanie ze specyfików na wypadanie włosów. Warto więc zachęcać panów do tego, aby poświęcili temu problemowi trochę czasu i uwagi - komentuje Lidia Flis, psycholog, ekspert kampanii „Moja REGENeracja”.

Jak pokazują badania coraz więcej mężczyzn odwiedza drogerie w celu zakupu kosmetyków dla siebie, w związku z czym w wielu sklepach powstały specjalne alejki z produktami dla mężczyzn. Sposób robienia zakupów przez panów różni się jednak od tego, prezentowanego przez kobiety. Wchodzą oni do sklepu w poszukiwaniu konkretnego produktu i rzadko kiedy kupują coś pod wpływem impulsu, ważne są dla nich proste jednobarwne opakowania i gwarancja dobrej jakości produktu. Panowie często czują się zagubieni w obliczu kosmetycznych nowości i zdarza się, że potrzebują w takich sytuacjach akceptacji ze strony towarzyszkę zakupów. Pole do popisu mają więc tutaj panie, które w wielu domach są odpowiedzialne za zakup kosmetyków. Wspólne zakupy czy podsuniecie w trakcie rozmowy nowych rozwiązań zapobiegających przedwczesnej utracie włosów kształtuje u mężczyzn nową potrzebę, a nic tak pozytywnie nie wpływa na regularne stosowanie produktu, jak świadome podjęcie decyzji i wiara w słuszność podejmowanego działania - dodaje Lidia Flis.

Utrata włosów dopada każdego?

Istnieje wiele przyczyn wypadania włosów. Najczęstszą z nich jest łysienie androgenowe, zwane także łysieniem typu męskiego. Wśród czynników wpływających na nadmierną utratę włosów można wymienić także m.in. przebyte choroby, zmiany hormonalne, stres, przyjmowanie niektórych leków czy niewłaściwą dietę.

W wielu przypadkach nadmierne wypadanie włosów jest postrzegane jako nieuleczalna dolegliwość, z którą trzeba się pogodzić. Potwierdzają to także wyniki raportu, według których **co czwarty** mężczyzna uważa, że utrata włosów jest nieuchronna dla każdego mężczyzny.

Tym czasem istnieje wiele środków skutecznie zapobiegających nadmiernej utracie włosów.

Pomimo zauważalnych, pozytywnych zmian na rzecz profilaktyki nadmiernego wypadania włosów wśród mężczyzn, wciąż większość z nich czeka z działaniem, aż na ich głowie pojawią się pierwsze oznaki łysienia. Polacy często ignorują symptomy wysyłane przez organizm, zamiast zacząć działać w momencie kiedy terapia przynosi najlepsze efekty - komentuje Anna Mackojć, specjalista trycholog, ekspert kampanii „Moja REGENeracja”.

Badanie zostało zrealizowane w dniach 03-09.02.2016 r., na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 1003 mężczyzn, w wieku 20-50 lat.

Więcej informacji na temat kampanii znajduje się na stronie www.mojaregeneracja.pl

O kampanii

Kampania „Moja REGENeracja” jest ogólnopolską kampanią edukacyjną, mającą na celu szerzenie wiedzy na temat prewencji w zakresie nadmiernego wypadania włosów, ochrony skóry i odpowiedniej profilaktyki zdrowotnej. Założeniem kampanii jest kompleksowe podejście do tematu, obejmujące kwestie medyczne, psychologiczne i estetyczne. Działania kampanii merytorycznie wspierają eksperci: dr Anita Tarajkowska - Olejnik, Anna Mackojć, Lidia Flis i Wojciech Stasiak. Organizatorem kampanii „Moja REGENeracja” jest Pharmena SA, producent dermokosmetyków linii Dermena.