



*En partageant mon expérience personnelle bien au-delà de ma communauté, à travers cette campagne avec La Roche-Posay, je veux faire passer un message essentiel sur la prévention du cancer de la peau : on ne joue pas avec la détection !*

**TYLER "NINJA" BLEVINS**  
*gamer, il a vaincu un mélanome*



## NINJA

DEVIENT LE NOUVEAU PARTENAIRE DE LA ROCHE-POSAY

# POUR PROMOUVOIR LA PRÉVENTION ET À LA DÉTECTION DU CANCER DE LA PEAU

La Roche-Posay est fier d'annoncer que **Tyler "NINJA" Blevins**, joueur, streamer et célébrité de renommée mondiale, devient le nouveau partenaire de **Save Your Skin**, sa plateforme engagée dans la prévention et la détection du cancer de la peau.

Cette collaboration inédite intervient un an après **le diagnostic de son mélanome**, détecté lors d'un contrôle annuel chez le dermatologue. Un cancer de la peau que l'icône mondiale du jeu vidéo, âgée de 33 ans, a tenu à rendre public.

### « ON NE JOUE PAS AVEC LA DÉTECTION ! »

Avec une communauté engagée et passionnée sur plusieurs plateformes numériques, NINJA dépasse largement le monde du gaming pour porter un message fort et inclusif qui touche un public mondial.

En incarnant les valeurs fondamentales de La Roche-Posay, **authenticité et transparence**, il permet d'ancrer cette cause auprès de toutes les générations.



Ensemble, NINJA et La Roche-Posay ouvrent une nouvelle voie de sensibilisation au cancer de la peau. Face à l'augmentation alarmante des cas, notre mission est claire : informer et sensibiliser la population sur l'importance des contrôles annuels des grains de beauté afin que le mélanome puisse être évité et traité à 99 %, en particulier chez les jeunes générations.

**ALEXANDRA RENI-CATHERINE**

Directrice Générale de la marque à l'international



## PROGRAMME SAVE YOUR SKIN

Pour assurer à tous un avenir en bonne santé, La Roche-Posay s'engage depuis plus de 20 ans dans des recherches et des campagnes de sensibilisation sur la prévention et la détection du cancer de la peau. Grâce à des initiatives mondiales visant à proposer des examens gratuits des grains de beauté chaque année dans différentes communautés, ainsi qu'à des campagnes éducatives menées avec des dermatologues sur les habitudes de protection solaire et l'auto-examen via la méthode ABCDE, La Roche-Posay reste à l'avant-garde de la sensibilisation au cancer de la peau.

### Événement connecté

La campagne Save Your Skin avec NINJA sera lancée lors du Congrès EADV en septembre 2025 à Paris.

40%<sup>1</sup>

c'est l'augmentation des cas de mélanome chez les enfants d'aujourd'hui, attendue d'ici 2040.

99%<sup>2</sup>

des mélanomes peuvent être guéris s'ils sont détectés à temps.

70%<sup>3</sup>

de la population ne fait pas la différence entre les UVA (qui pénètrent en profondeur et accélèrent le vieillissement) et les UVB (qui touchent la surface et provoquent des coups de soleil).

80%<sup>4</sup>

de l'exposition totale aux UV au cours d'une vie survient avant l'âge de 18 ans.

12%<sup>3</sup>

de la population mondiale seulement utilisent systématiquement toutes les protections solaires recommandées.

200K

contrôles gratuits des grains de beauté ont été réalisés par La Roche-Posay en 2024.

**LA ROCHE-POSAY**  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

**À propos de La Roche-Posay.** En 2025, La Roche-Posay célèbre 50 ans de soins dermatologiques révolutionnaires. Créée en 1975 par un pharmacien, la marque est aujourd'hui présente dans plus de 60 pays et recommandée par 100 000 dermatologues dans le monde. Elle propose une gamme unique de soins quotidiens adaptés à tous les types de peau, des nouveau-nés aux patients atteints de cancer, en passant par la protection UV et la réparation des peaux fragilisées.

<sup>1</sup>Arnold et al. JAMA Dermatol. 2022;158(5). <sup>2</sup>www.skincancer.org. <sup>3</sup>Passeron. J Eur Acad Dermatol Venereol. 2023;37.

<sup>4</sup>Raymond-Lezman JR, Riskin S. Attitudes, Behaviors, and Risks of Sun Protection. Cureus. 2023;15(2):e34934.