

**COMMUNIQUÉ
DE PRESSE**

**> Alopéquoi
au-delà des cheveux**

LA PELADE, c'est bien plus que la perte des cheveux.



Marque de samweil
Relations amoureuses
Stigmatisation
Activité physique
Protection de la peau
Confiance en soi
Vie de famille
Dépression
Camouflage
Qualité de vie
Culpabilité
Isolément
Quotidien
Amitiés
Anxiété
Honte

Vie professionnelle
Identité
Estime de soi
Dissimulation
Santé mentale
Incompétit

Les premiers résultats d'une nouvelle étude internationale menée sur plus de 700 patients adultes, vivant avec une pelade sévère (*alopecia areata*), mettent en avant l'impact de la pelade **sur la qualité de vie**.

Neuilly-sur-Seine, le 21 mai 2024. Cette étude a été menée par Lilly dans 11 pays, *incluant 80 patients français*. Elle a mis en avant que **87%** des adultes vivant avec une pelade sévère, soit près de 9 patients sur 10, souffraient d'une qualité de vie dégradée.¹

La pelade, au delà de la perte de cheveux, impacte :

- **l'identité des patients** : les cheveux peuvent avoir une signification culturelle, religieuse ou de genre.^{2,3,4}
- **la protection physique** : les cheveux et les poils protègent la peau du soleil. Ils agissent comme une barrière contre les allergènes et ils empêchent les substances irritantes d'entrer dans les yeux.^{5,6}
- **la confiance et l'estime de soi** : les cheveux peuvent jouer un rôle important dans la manière dont les patients se sentent.²

Les conséquences de la pelade peuvent subsister sur le long terme.¹ Les effets les plus fréquemment rapportés par les patients sont¹ :

- une baisse de l'estime de soi : **~33%**
- un impact négatif sur la santé mentale : **~28%**
- un impact sur la vie quotidienne : **~27%**

46,6% des patients atteints d'une pelade sévère ont un diagnostic d'anxiété, ou de dépression, ou de trouble du sommeil, tout en sachant que **plus d'1 patient sur 5** indiquent que la pelade affecte leur santé physique¹ :

- **environ 3 patients sur 10** ont des problèmes liés au sommeil
- **1 patient sur 4** a de l'anxiété
- **environ 1 patient sur 6** souffre de dépression

Enfin, **environ 1 patient sur 6** a le sentiment que la pelade a impacté négativement leur vie de famille et leurs relations amicales.¹

La campagne **> Alopéquoi, au-delà des cheveux**, met en avant ces résultats afin de montrer que la pelade ne se limite pas à la perte des cheveux, et qu'elle peut aussi impacter l'identité, la confiance et l'estime de soi des patients. Elle a été développée en collaboration avec un comité d'experts composé de professionnels de santé et d'associations de patients, afin d'aider les patients vivant avec une pelade à se sentir reconnus et afin d'encourager la prise de parole concernant l'impact de cette maladie sur la vie des patients.



RÉFÉRENCES

1. Patient-Reported Burden of Severe Alopecia Areata: First Results from the Multinational Alopecia Areata Unmet Need Survey, Bewley et al, Clin Cosmet Investig Dermatol. 2024 Mar 29;17:751-761. doi: 10.2147/CCID.S445646. eCollection 2024.
2. Davey L, Clarke V, Jenkinson E. Living with alopecia areata: an online qualitative survey. Br J Dermatol. 2019;180(6):1377-1389
3. Muntyanu A, Gabrielli S, Donovan J et al. The burden of alopecia areata: A scoping review focusing on quality of life, mental health and work productivity. J Eur Acad Dermatol Venereol. 2023;37:1490–1520
4. Alfonso et al., 2005. The psychosocial impact of hair loss among men: a multinational European study. Curr Med Res Opin. 2005 Nov;21(11):1829-36. doi: 10.1185/030079905X61820.
5. Mesinkovska N et al., 2020. Burden of Illness in Alopecia Areata: A Cross-Sectional Online Survey Study. J Investig Dermatol Symp Proc. 2020;20(1):PS62-S68. doi: 10.1016/j.jisp.2020.05.007.
6. Mendoza T, Osei JS, Qiuling S, et al. Development of the alopecia areata symptom impact scale. J Investig Dermatol Symp Proc. 2013 Dec;16(1):S51-S52.

A PROPOS DE LILLY FRANCE

Lilly est implanté en France depuis 1962. Le laboratoire est présent sur l'ensemble de la chaîne du médicament, de la recherche clinique à la production et aux opérations commerciales. Le site de production de Fegersheim (Bas-Rhin), un site phare du groupe tourné vers l'innovation et à la pointe du progrès, est spécialisé dans les traitements injectables, en particulier dans le diabète.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur <https://www.lilly.com/fr/>.

A PROPOS D'ELI LILLY AND COMPANY

Lilly est une entreprise du médicament qui utilise la science afin d'apporter des solutions thérapeutiques pour améliorer la vie des personnes dans le monde. Depuis près de 150 ans, nous sommes pionniers dans la découverte de médicaments innovants, et aujourd'hui, ils aident plus de 51 millions de personnes à travers le monde.

Grâce à la biotechnologie, à la chimie et à la médecine génétique, nous avançons dans la découverte de nouvelles solutions, qui ont pour objectif d'aider à résoudre les défis de santé publique de demain comme le diabète, l'obésité, les cancers, et contribuons à faire avancer la recherche dans la maladie d'Alzheimer.

Chaque pas vers un monde plus sain est motivé par une seule chose : améliorer la vie de millions de personnes supplémentaires. Cela passe par la mise en place d'essais cliniques innovants qui reflètent la diversité de notre monde, et de travailler à l'accessibilité de nos médicaments.

CONTACT PRESSE

Adeline CROY
Manager Communication
croy_adeline@lilly.com



[lillyfrance_](#)



[Lilly France](#)



[lillyfranceweb](#)