**Immagine che contiene testo, Elementi grafici, grafica, Carattere

Descrizione generata automaticamenteImmagine che contiene testo, Carattere, Elementi grafici, schermata

Descrizione generata automaticamente**

*La sensibilizzazione al tema della “pelle con imperfezioni” ha molteplici aspetti  
e si sviluppa in un grande progetto*

**EAU THERMALE AVENE presenta  
“SOUND OF CHANGE *Quando la pelle ha un nuovo ritmo*”**

**Con il patrocinio di AIDA** (Associazione Italiana Dermatologi Ambulatoriali), a fianco di adolescenti, genitori e insegnanti con **attività di informazione, coaching, intrattenimento** e **visite dermatologiche gratuite\*** per affrontare al meglio i **cambiamenti fisici e psicologici** che segnano il passaggio all’età adulta  
\*Il numero è limitato (fino a esaurimento posti)

*Aprile 2024*. Al via il progetto **“Sound of Change *Quando la pelle ha un nuovo ritmo*”** firmato **Pierre Fabre Italia** attraverso il marchio **Eau Thermale Avène con il patrocinio di AIDA** (Associazione Italiana Dermatologi Ambulatoriali). Un’importante **campagna educazionale** che vede **protagonisti i ragazzi delle scuole medie, i loro genitori e insegnanti** per affrontare, in modo consapevole, i delicati cambiamenti che contraddistinguono il periodo adolescenziale da un punto di vista fisico, psicologico e sociale.

**80%** circa: è questa la percentuale di **ragazzi e ragazze che soffrono di pelle a tendenza acneica** (*fonte: dati Istituto Superiore di Sanità*) che si manifesta, generalmente sul viso, con brufoli, punti neri e, nei casi più complessi, con noduli e cisti. Una problematica, dunque, che riguarda soprattutto i teenager e che genera spesso difficoltà anche di natura psico-sociale, impattando negativamente sulla qualità della loro vita e di quella delle loro famiglie.

Consapevole di questo scenario, di quante fonti di informazioni poco attendibili vengano consultate ogni giorno e del ruolo fondamentale del dermatologo, **Eau Thermale Avène ha deciso di scendere in campo** e di farlo concentrandosi proprio su quel target in cui si manifestano, per la prima volta, le imperfezioni.

A partire **dal mese di Aprile**, le **scuole medie** (pubbliche e private) di tutta Italia **potranno aderire al progetto** (fino ad un massimo di 60) **ed iniziare** **un percorso di 4 lezioni teoriche e pratiche nelle classi** selezionate dalle scuole stesse, utilizzando i materiali didattici multidisciplinari messi a punto da Eau Thermale Avène e supervisionati da un board scientifico di medici dermatologi di AIDA. **Le scuole avranno**, inoltre, **la possibilità di richiedere la presenza in loco di un dermatologo** per una lezione sui cambiamenti della pelle e come prendersene cura nel modo più corretto.

**A conclusione di questo percorso, gli studenti e le studentesse saranno invitati/e a partecipare a un contest creativo**, in cui sarà chiesto loro di ideare il testo di una canzone sul cambiamento. **I 5 elaborati più apprezzati**, scelti da una giuria di esperti in temi adolescenziali, **faranno vincere alla propria scuola un voucher** del valore di 1.000€ **da spendere su Campus Store** (campustore.it) **per l’acquisto di materiali utili alla didattica**.

Durante la campagna si susseguiranno sul sito [**www.soundofchange.it**](http://www.soundofchange.it) anche numerosi momenti di approfondimento online grazie a:

* **un programma di live webinar e contenuti on demand tenuto da counselor professionisti** che affronteranno diversi aspetti del cambiamento. Saranno in tutto **8 con una durata massima di 1h e 30’ ciascuno**: **4 dedicati ai teenager** in cui si discuterà di identità, accettazione e resilienza **e 4 dedicati ai genitori** in cui i temi principali riguarderanno l’essere vicini ai propri figli senza essere invadenti, l’empatia e il sostegno;
* **una serie di video pillole sviluppate con il supporto dei dermatologi** del board scientifico del progettoin cui saranno trattati gli aspetti più dermatologici della “pelle con imperfezioni” (cosa fare e cosa non fare, come prendersene cura, le corrette routine/abitudini, ecc) e quelli più legati all’impatto della problematica nella vita di tutti i giorni;
* **una sezione di FAQ** in cui trovare risposte alle domande più comuni sull’acne, consigli pratici e suggerimenti sul corretto approccio ai trattamenti dermocosmetici.

**Sempre sul sito ci sarà**, inoltre, **la possibilità di prenotare - gratuitamente – circa 800 tra visite dermatologiche e teleconsulti** (400 circa tra marzo e aprile e 400 circa da settembre) con i medici dermatologi aderenti al progetto. **Il numero di visite dermatologiche e teleconsulti è limitato (fino a esaurimento posti**).

Non mancherà, infine, lo **spazio per il divertimento: grazie ad un vero e proprio Edu-Game** si avrà la possibilità di misurarsi a “Quanto ne sai?”. Attraverso una serie di domande, inerenti sia il mondo della musica che le problematiche dermatologiche adolescenziali, si otterranno informazioni e consigli utili da mettere subito in atto.

*“Abbiamo fortemente voluto questo progetto perché speriamo possa essere un vero e proprio faro per vivere al meglio i cambiamenti che il passaggio dall’infanzia all’adolescenza comporta. Sound of Change è una campagna di sensibilizzazione in cui crediamo molto perché se il picco d’incidenza dell’acne si registra proprio dai 12 ai 14 anni, riteniamo sia importante riuscire a dialogare in modo diretto proprio con i ragazzi di questa fascia d’età. Corretta educazione e giusta sensibilizzazione…sono questi i suoni del cambiamento”* queste le parole di **David Felix Turilli, General Manager Pierre Fabre Italia**.

**--**

**UFFICIO STAMPA PIERRE FABRE ITALIA**

Laura MINIOTTO | laura.miniotto@pierre-fabre.com | Tel +39 347 960 2318

Laura RAMBONE | laura.rambone@pierre-fabre.com | Tel +39 344 024 9250