

Každý pátý testovaný Čech má podle DNA vyšší predispozici ke kožním nádorům. Lidé řeší prevenci a narůstá zájem o SPF 50+

Praha, 16.6. 2026 – U zhruba každého pátého Čecha, který absolvoval DNA test Macromo, ukázaly výsledky zvýšenou genetickou predispozici ke kožním nádorům. Velmi vysoké riziko se týkalo přibližně jednoho ze sta testovaných. Z dat je ale vidět, že s vyšším rizikem rakoviny kůže roste zároveň i zájem o ochranu před sluncem, zejména o SPF přípravky s vyšším faktorem 50/50+.

Data, která vycházejí z výsledků uživatelů DNA testů Macromo a sledují genetické predispozice pro celkové riziko rakoviny kůže, melanom a bazaliom, ukázala, že u souhrnného ukazatele pro rakovinu kůže se zvýšené relativní genetické riziko zobrazilo u 20,64 % uživatelů. To znamená, že u každého pátého testovaného. Velmi vysoké relativní riziko se pak týkalo 1,14 % uživatelů, tedy přibližně jednoho ze sta.

DNA test sleduje také samostatně genetickou predispozici k melanomu a bazaliomu. "U melanomu, který patří mezi nejzávažnější typy kožních nádorů, byla zvýšená genetická predispozice zjištěna u necelých 20 % uživatelů. U bazaliomu, nejčastějšího typu kožního nádoru, jehož vznik je mimo jiné spojován s dlouhodobým působením UV záření, spadalo do této kategorie 15 % testovaných. Je důležité dodat, že výsledek neukazuje absolutní pravděpodobnost, že člověk onemocní, ale vyjadřuje, zda a do jaké míry je jeho genetická predispozice vyšší ve srovnání s referenční populací," komentuje výsledky Michal Pohludka, spoluzakladatel společnosti Macromo.

Zájem Čechů o prevenci rakoviny kůže se promítá i do prodeje přípravků na ochranu před sluncem. Podle dat Pilulka.cz zákazníci častěji sahají po vyšším faktoru ochrany a meziročně roste zejména poptávka po opalovacích přípravcích s SPF 50/50+. A to nejen na tělo, ale i na pleť. Svou roli v tom hraje i korejská kosmetika, která s trendem SPF zamířila do Evropy. Sezónnost této kategorie přitom zůstává výrazná: v hlavní sezóně jsou prodeje SPF produktů až patnáctkrát vyšší než v zimních měsících.

„Ochrana před sluncem je pro zákazníky tradičně nejsilnějším tématem na přelomu jara a léta, největší zájem dlouhodobě vidíme v květnu a červnu, kdy roste nákup těchto přípravků oproti jiným měsícům až o 250 %. Vedle toho ale pozorujeme stoupající zájem o prevenci onemocnění v širším měřítku, který nám ukazují i rostoucí prodeje domácích DNA testů. Vidíme tak, že stoupá podíl lidí, kteří se o své zdraví zajímají aktivněji a chtějí lépe rozumět vlastním zdravotním rizikům,“ doplňuje Petr Toupal, CEO Pilulka.cz

Nárůst zájmu o ochranu před sluncem potvrzuje i Heureka. „Data nám ukazují, že při výběru opalovacích přípravků je pro zákazníky nejzásadnější právě úroveň SPF. Při výběru opalovacích přípravků zákazníci nejčastěji filtrují podle SPF faktoru – tento parametr tvoří 29 % všech použitých filtrů. Je pro ně tedy důležitější než samotná značka, podle které filtruje 24 % zákazníků. Zájem o opalovací přípravky se přitom začíná zvedat už v březnu a hlavní sezóna vrcholí v červnu, kdy je lidé vyhledávají až šestnáctkrát častěji než v nejslabším říjnu. Vidíme tak, že Češi stále více řeší nejen jaký produkt kupují, ale hlavně jak silnou ochranu jim nabídne,“ říká Ondřej Šveda, tiskový mluvčí Heureka Group.

Kontakt pro média:

Markéta Brázdová

Marketa.brazdova@pilulka.group

Anna-Marie Lichtenbergová

annamaria.lichtenbergova@heroandoutlaw.com