

Till: Strålsäkerhetsmyndigheten, Enheten för miljöövervakning

Från: Styrelsen i Svenska sällskapet för dermatologisk kirurgi och onkologi (SDKO), genom Åsa Ingvar, tillika svensk nationell koordinator för Euromelanoma-kampanjen

## **Betänkande om hudcancerpreventionsarbete i Sverige**

SDKO vill med detta betänkande framföra vår erfarenhet av Euromelanoma-kampanjen, samt synpunkter på och rekommendationer för det fortsatta arbetet med informationskampanjer om hudcancerprevention.

### Bakgrundsinformation om Euromelanoma:

Euromelanoma är European Association of Dermato Oncologys (EADO) officiella hudcancerkampanj. Syftet är att sprida information om riskfaktorer och symtom för hudcancer och att på sikt minska incidensen och associerad hudcancermorbiditet och mortalitet genom primär och sekundär prevention. Med aktiviteter försöker man nå befolkningar, de vetenskapliga samfundet samt europeiska och nationella beslutsfattare. Initiativet till Euromelanoma-kampanjen togs 1999 av 6 dermatologer i Belgien. Sedan dess har fler än 30 länder anslutit ([www.euromelanoma.org](http://www.euromelanoma.org)). Sverige har varit med sedan 2000 ([www.euromelanoma.org/sweden](http://www.euromelanoma.org/sweden)) och deltagandet stöds av specialistföreningen *Svenska Sällskapet för Dermatologi och Venereologi* (SSDV) och dess tumörinriktade sektion *Svenska Sällskapet för Dermatologisk Kirurgi och Onkologi* (SDKO). Varje deltagande land har en nationell koordinator som är kampanjens huvudorganisatör tillsammans med nationella sponsorer. I Sverige utses den nationella koordinatoren, via ansökningsförfarande, av SDKO.

Kampanjen består av två delar. Den första och viktigaste delen är den mediala kampanjen, vilken har ett årligt gemensamt tema för alla deltagande länder. Den nationella koordinatoren anlitar en reklam- eller PR-byrå i sitt hemland för att sätta ihop en nationellt anpassad kampanj som går ut i traditionella och sociala media. Den mediala kampanjen kulminerar i Euromelanoma-veckan, då befolkningen erbjuds att kunna boka en tid till hudläkare (för hudcancerscreening utan remiss). I Sverige får patienterna dock betala den sedvanliga patientavgiften. Veckan placeras i mitten av maj, då sommaren är på intåg och befolkningen kan behöva en påminnelse om att undersöka sin hud respektive upplysas om vad som är ett ohälsosamt beteende i solen.

Hudmottagningar (offentliga och privata) anmäler på frivillig basis sitt intresse att delta i Euromelanoma-veckan och i Sverige brukar ca 35-40 mottagningar medverka varje år. Allt som allt brukar ca 5000 patienter screenas för hudcancer.

Vid besöket fylls ett av centrala Euromelanoma-styrelsen utformat frågeformulär (3 A4-sidor) i för varje patient. De första två sidorna fyller patienten i och här efterfrågas information om solvanor, solkänslighet, ärftlighet mm. Den tredje sidan fyller hudläkaren i och här finns information om kliniskt misstänkta (ej histopatologiskt bekräftade) diagnoser. Hudmottagningarna ombeds att direkt efter Euromelanoma-veckan avidentifiera

frågeformulären och skicka in dem till den nationella koordinatören. Den nationella koordinatören ansvarar därefter för att föra in all information i en paneuropeisk elektronisk databas. Den insamlade informationen används sedan för forskning och för uppföljning av den gångna kampanjen.

I sin nuvarande tappning måste Euromelanoma-kampanjen sponsras av externa medel för att kunna genomföras. Den nationella koordinatören ser till att rekrytera sponsorer till sin lokala kampanj. Sponsorerna kommer traditionellt från läkemedelsindustrin eller från producenter av solskyddsprodukter. Det varierar från år till år hur många sponsorer som deltar. Pengarna som sponsorerna bidrar med går till att betala reklam-/ PR-byrån, betala för tryck och utskick av planscher och patientinformationsbroschyrer som sedan används av deltagande mottagningar under Euromelanoma-veckan, införandet av all data i databasen och statistisk bearbetning.

#### Styrkor med Euromelanoma-kampanjen:

Euromelanoma är som kampanj väletablerad och har flera styrkor. Det europeiska samarbetet är givande och ger styrka åt kampanjen. Som del av EADO finns också en tydlig anknytning till European Association of Dermatology and Venereology (EADV). Euromelanoma har dessutom samarbeten med Melanoma Research Foundation och Global Coalition for Melanoma Patient Advocacy vilket breddar kampanjen och befäster den i patientförening och forskning. I Sverige har Euromelanomas information också delats via stora aktörers hemsidor, som 1177, Cancerfonden, Strålsäkerhetsmyndigheten och Melanomföreningen. Från Euromelanoma-gruppen bedrivs också forskning på den information som insamlas under varje kampanj och flera studier har publicerats, bland annat en från Sverige. Genom organisationens centrala styrelse, och den reklambyrå som är anlitad av densamma, produceras varje år ett informationsmaterial, en pressrelease, och ibland ytterligare material som videor eller "white papers" med ett nytt budskap som belyser problemen med hudcancer på olika sätt. Allt detta material får sedan användas fritt av de deltagande länderna. Euromelanoma international och Euromelanoma Sverige har också en välbesökt hemsida (60400 besök 2018) med mycket information om hudcancer.

#### Svagheter med Euromelanoma-kampanjen:

Euromelanoma-kampanjen klarar sig inte utan sponsring från industrin. Främst är det solkrämsproducenter som stödjer kampanjen, men även läkemedelsproducenter (tex läkemedel för behandling med fotodynamisk terapi eller immunchekpoint-hämmare vid spritt malignt melanom). För det första kan detta minska trovärdigheten. För det andra uteblir kampanjen om det inte går att rekrytera sponsorer.

Kampanjen i dess nuvarande form bedrivs i de medverkande länderna av en enskild hudläkare som verkar som den nationella koordinatören. Koordinatören arbetar i Sverige på helt ideell basis. Intresset för att genomföra detta gedigna arbete på sin fritid är inte stort och det är därför svårt att rekrytera nya nationella koordinatörer i Sverige. Utan nationell koordinator går det inte att genomföra kampanjen. Det finns dock exempel på länder där en myndighet istället redan ansvarar för Euromelanoma-kampanjens genomförande, t.ex. i Lichtenstein.

Även om hudcancerscreeningveckan i Euromelanoma-kampanjen är populär i befolkningen, och kanske gör att budskapet får större genomslag, så finns flera problem med den. Hudcancerscreening är ett väl omdebatterat ämne. I USA har *US Preventive Services Task Force* slagit fast att det nuvarande bevisläget är otillräckligt för att kunna bedöma balansen av nytta och skada vad gäller kliniska okulära hudcancerkontroller av vuxna symtomfria personer. Bokningen till screeningen under Euromelanoma-veckan sker enligt principen "först till kvarn" och effekten av detta är tydlig i statistiken. Vi når inte de högriskindivider som skulle kunna ha en tydlig nytta med en hudundersökning. Statistiken visar istället att majoriteten av de som bokar tid för screeningen är medelålders, kvinnor och personer med högre utbildning. Dessutom visar den svenska statistiken att 26 % har deltagit i Euromelanom-veckan vid något tidigare tillfälle. Således är det en skev representation i det screenade materialet som därmed inte blir optimal, varken medicinskt eller hälsoekonomiskt.

#### SDKO:s rekommendationer för fortsatt arbete med hudcancerpreventions-kampanjer:

1. Vi rekommenderar att man i Sverige bör fortsätta med nationella informationskampanjer om hudcancer och hudcancerprevention. Detta har visats ha god effekt, tex i Australien där hudcancerincidensen nu börjar stabiliseras eller kanske till och med sjunka i vissa åldersgrupper.
2. Vi rekommenderar att informationskampanjer upprepas flera gånger per år. Det skulle förutom på våren/ försommaren kunna vara behövt med en påminnelse vintertid, inför sol- och skidresor, om vikten av hälsosamma solvanor. Av erfarenheten i Australien kan man dock dra slutsatsen att informationskampanjerna måste vara ständigt återkommande, och bedrivs under många år, för att uppnå resultat.
3. Vi kan rekommendera ett fortsatt nationellt deltagande i Euromelanoma-kampanjen eftersom den är en väletablerad internationell hudcancerkampanj och har en stark anknytning till flera aktörer som är inblandade i arbetet med hudcancer.
4. Vi föreslår att fortsatt arbete i Euromelanoma-kampanjen bör utgå från Strålsäkerhetsmyndigheten (SSM) då SSM har fått uppdraget och medel från regeringen för att arbeta med hudcancerprevention. Dessutom kan ett arbete med Euromelanoma då integreras i det övriga arbetet med hudcancerprevention som kommer att ligga inom SSMs ansvarsområde.
5. Vi önskar att SSM i samråd med berörda specialistföreningar författar uppdaterar ett ej sponsorbundet, nationellt informationsmaterial om hudcancer och hudcancerprevention.
6. Vi önskar att allt informationsmaterial om hudcancer och hudcancerprevention ska vara lättillgängligt och enkelt kunna beställas/ laddas ner via SSMs websida och andra relevanta websidor som 1177.se, Cancerfonden, patientföreningarnas och specialistföreningarnas websidor. Behovet av korrekt och uppdaterade informationsmaterial är stort och kan, förutom till allmänheten, vara aktuellt att förmedla till vårdcentraler, barnavårdcentraler, skolor, sportföreningar, hudmottagningar, arbetsgivare som har stor andel anställda som arbetar utomhus etc. Informationsmaterial som producerats av Euromelanoma-organisationen har

varit mycket uppskattade och användbara och kan med fördel användas som inspiration för fortsatt nationellt arbete med liknande material.

7. Vi önskar rekommendera SSM att fortsätta med Euromelanoma-veckan i maj månad, men eventuellt ändra inriktningen på veckan något, så att det istället för enbart hudcancerscreening även fokuseras på att gå ut med allmän information och föreläsningar till allmänheten och sjukvården, inklusive hemsjukvård/ kommunalt driven omsorg.
8. SDKO:s inställning till hudcancerscreening är att det inte ska genomföras en generell hudcancer-screening av befolkningen men att det snarare ska finnas en god tillgänglighet för undersökning av misstänkt hudcancer alla dagar på året, inte bara under Euromelanoma-veckan.
9. Vi föreslår att man finansierar en eventuell framtida nationell Euromelanoma-kampanj via medel från SSM, för att göra sig oberoende av sponsorer och på så vis öka trovärdigheten i budskapet.

SDKO hjälper gärna till med att utforma informationskampanjer/ material om hudcancer. SDKO kan exempelvis fungera som konsult/ "remissinstans" genom att hjälpa till att författa texter eller ge kommentarer på informationstexter. Vi kan även hjälpa till med kontakten till Sveriges alla hudläkare. Nuvarande nationell koordinator för Euromelanomakampanjen, Åsa Ingvar, svarar gärna på frågor om Euromelanoma och förmedlar kontakten till Euromelanoma om Strålsäkerhetsmyndigheten skulle vilja utforska hur ett eventuellt samarbete skulle kunna utformas.

För SDKO, genom

Åsa Ingvar, biträdande överläkare Skånes Universitetssjukhus, Lund  
[Asa.ingvar@skane.se](mailto:Asa.ingvar@skane.se)  
046-172243