

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1005

van **ELKE SLEURS**

datum: 20 september 2023

aan **HILDE CREVITS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

Huidkankerpreventie - Evaluatie campagnes

In 2019 waren ongeveer 44.000 mensen getroffen door een vorm van huidkanker. Aan dat tempo zal het cijfer tegen 2030 oplopen tot 77.000. Dat is bijna een verdubbeling elk decennium. De toename van melanomen is onder meer te wijten aan ons 'zongedrag'. Men zoekt nog te veel de hevige zon op, vergeet een pet of t-shirt aan te trekken, en denkt dat zonnecrème voldoende is tegen UV-stralen. Volgens de Koninklijke Belgische Vereniging voor Dermatologie en Venerologie (KBVDV) is er nog ruimte voor preventie. Daarin zouden de eerstelijnsactoren een belangrijke rol kunnen opnemen.

Vorig jaar lanceerde de minister een UV-sensibiliseringscampagne, www.smeerweer.be. Die was gericht op het sensibiliseren van mensen om verstandig om te gaan met UV-stralen (zon weren, kleren en smeren). Voorafgaand aan de lancering werd gevraagd aan o.a. het departement Onderwijs, Sport Vlaanderen en Stichting tegen Kanker om een maximale inhoudelijke afstemming te realiseren met andere (meer doelgroepgerichte) campagnes zoals Smeerem (sporters), Zonneslimme scholen (kinderen en jongeren) en Warme Dagen.

De campagne 'smeerweer' is ook geëvalueerd. Op die manier wil men bekijken of er al dan niet een doelgroepgerichte campagne zal komen in 2023.

1. Welke concrete resultaten heeft de evaluatie van 'smeerweer' opgebracht? Kan de minister daarbij verduidelijken wat goed werkt en wat niet?
2. Komt er een nieuwe doelgroepgerichte campagne? Zo ja, onder welke omstandigheden (wie, waar en hoe)?
3. De KBVDV stelt voor om hoogrisicoprofielen die bijvoorbeeld al huidkanker hebben gehad, preventief naar de dermatoloog te laten gaan. Bijgevolg zouden de eerstelijnsactoren anders georganiseerd moeten worden.

Wat is het standpunt van de minister in dezen? In welke mate zou het Vlaams Instituut voor de Eerste Lijn (VIVEL) daarin kunnen remediëren?

HILDE CREVITS

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

ANTWOORD

op vraag nr. 1005 van 20 september 2023
van **ELKE SLEURS**

1. De evaluatie van de campagne 'Smeerweer' vond plaats in 2022 en focuste zich voornamelijk op het bereik van de campagne, en niet op impactmeting.

De evaluatie van het bereik van deze digitale campagne toont aan dat de strategie succesvol was in het bereiken van een brede doelgroep, met name op Facebook, Instagram en YouTube. Bij de gebruikte digitale beeldschermen in het straatbeeld was er een goede spreiding over verschillende steden en omgevingen. Over het algemeen wijzen de resultaten op een geslaagde campagne met een groot bereik (meer dan 1,1 miljoen mensen), met ruimte voor optimalisatie in de keuze van platforms (vb. ook Pinterest gebruiken) en begrip van omgevingsfactoren (vb. meer 's morgens adverteren op de digitale borden in stations).

Het bepalen van de impact die deze campagne had op het werkelijke gedrag van de Vlaamse burger, is meer complex, enerzijds omdat we het effect van het aangepaste gedrag (minder voorkomen van huidkanker) niet onmiddellijk, en vaak pas na vele jaren, kunnen vaststellen. Anderzijds omdat er geen indicatoren werden vastgelegd om de gedragsverandering zelf te meten.

Een optie om het effect in de toekomst te kunnen evalueren, is om vragen, specifiek gerelateerd aan huidkankerpreventiecampagnes in Vlaanderen te integreren in bestaande bevestigingen zoals de UV-monitor (Stichting Tegen Kanker) of de gezondheidsenquête (Sciensano).

2. In 2023 stemden Stichting tegen Kanker, Sport Vlaanderen en het Departement Zorg hun plannen rond UV-sensibilisering op elkaar af, vooraleer de verschillende campagnes werden gelanceerd. Er werd binnen dit overleg beslist om de campagne van Stichting tegen Kanker (UVINDEX.BE) verder uit te dragen. Deze campagne wordt door de Logo's verspreid, alsook via de sociale media van het Departement Zorg. Sport Vlaanderen gaat door met zijn eigen campagne (SMEEREM). Beide campagnes dragen een uniforme boodschap uit, die ook in lijn ligt met de smeerweer-campagne, nl. 1) schaduw opzoeken, 2) huid bedekken en 3) insmeren.

Ik blijf voldoende aandacht hebben voor de problematiek van huidkanker en UV en wil verdere beleidsinitiatieven inbedden in o.a. de nieuwe gezondheidsdoelstelling 'Milieugezondheidszorg' en het Klimaatgezondheidsplan die beide eind 2023 gelanceerd worden.

3. De hoogrisicoprofielen worden door de behandelende arts aangespoord om de preventieve maatregelen tegen huidkanker toe te passen, zoals de zon zo veel mogelijk te mijden, en op een regelmatige tijdstip op controle te gaan. Dit gebeurt nu al in kader van medische opvolging na kanker of bij gekende familiale belasting.

In Vlaanderen hebben we duidelijke regelgeving over Bevolkingsonderzoek die aanmaant om alleen screeningsinitiatieven te organiseren die aangetoond zinvol zijn. Concreet wil dit zeggen dat de voordelen van een screeningsinitiatief moeten opwegen tegen de nadelen rekening houdend met de hele doelgroep.

Tot nu toe is er onvoldoende evidentie om een screeningsinitiatief te organiseren om huidkanker op te sporen. Reorganisatie van de eerstelijnsactoren om vroegdetectie van huidkanker te organiseren, is op dit moment dus niet aan de orde.

Sensibiliseren en bewust maken van de risico's (o.a. wat te doen als een burger een verdachte vlek op de huid vaststelt) zijn wel relevant.