

Abstract - Groupe n°10

## **Soleil : Hotspot**

Gilles Dietrich, Tobias Douet, Danièle Jelk, Marie Petter, Michael Ris

### *Problématique*

La prévalence du mélanome liée à l'exposition au soleil en Suisse est la plus élevée d'Europe et la deuxième plus élevée au niveau mondial, d'où la nécessité d'avoir une prévention efficace. L'incidence du mélanome a rapidement augmenté ces dernières années et il n'existe pas de thérapie efficace si ce dernier est pris en charge à un stade avancé. Nous nous posons donc la question suivante :

*Quels sont les obstacles à la prévention du mélanome chez les jeunes universitaires lausannois et comment celle-ci pourrait-elle être améliorée ?*

### *Objectifs*

Identifier et comparer les messages de prévention des différents acteurs ainsi qu'évaluer leurs impacts sur un échantillon intentionnel de la population universitaire de Lausanne. Relever les obstacles s'opposant à une prévention optimale et suggérer les pistes pouvant l'améliorer.

### *Méthodologie*

Elaboration d'une revue de littérature pour nous informer de l'état des lieux de la prévention du mélanome de nos jours.

Analyse qualitative par des entretiens semi structurés de (i) la population cible soit 11 étudiants (6 femmes et 5 hommes) lausannois de 16 à 25 ans, ainsi que (ii) de différents experts dont un dermatologue, un médecin de premier recours, un pharmacien, le Point Santé de l'UNIL et la ligue Vaudoise contre le cancer (ci-après les acteurs)

### *Résultats*

Tous les acteurs font de la prévention primaire que ce soit sur un site internet, par des conseils lors de consultations, via la distribution de brochures et à l'aide d'explications sur le terrain. Ils relèvent que le cercle de leurs destinataires est trop limité.

On a remarqué que les acteurs font d'avantage de prévention secondaire, à savoir le dépistage et l'incitation à l'autocontrôle, que de la prévention primaire et qu'ils se préoccupent surtout de la population à risque.

Les étudiants estiment tous que la prévention du mélanome n'est pas suffisante et soulignent n'avoir reçu et retenu que les messages prodigués par leurs parents.

Selon les acteurs, les obstacles principaux à la prévention chez les universitaires sont le phénomène de mode du bronzage et le sentiment des jeunes de ne pas se sentir concerné par la maladie dont la survenance est décalée dans le temps, d'où le fait qu'ils banalisent les messages. Les jeunes sont très pris par leurs études et épris de liberté, leur santé leur semblant secondaire. Les experts n'ont pas connaissance d'un canal efficace pour la diffusion des messages de prévention aux étudiants. Les acteurs se plaignent également non seulement d'un manque de moyens pour les campagnes, notamment d'absence de soutien de l'OFSP pour « l'Euromélanome », mais aussi d'un manque de coordination entre eux. Ils regrettent le refus concernant des campagnes choc contre le mélanome en Suisse. Enfin, les experts soulignent la cherté de la crème solaire.

Les étudiants quant à eux critiquent l'absence de messages efficaces.

Selon les acteurs, l'amélioration de la prévention se doit d'être innovante. Il faudrait se déplacer plus sur le terrain lors d'activités en plein air (manifestations sportives, bord du lac, piscine, etc.) et dans les classes. Une implication des politiques, tant pour leurs prises de position que pour le vote des budgets nécessaires, est attendue. Une implication de célébrités à cet égard serait idéale pour mieux toucher notre population cible. De même, mettre l'accent sur la protection au soleil dans le cadre d'une éducation globale et ce, dès la petite enfance, est fondamentale pour que cela devienne un réflexe chez les 16-25 ans. L'instauration d'affiches de prévention à des endroits stratégiques serait également souhaitable. Certains experts pensent que les campagnes via les réseaux sociaux fonctionnent, alors que les étudiants ne sont pas toujours du même avis. L'idée d'utiliser des séries télévisées pour faire passer des messages de prévention (p. ex, traitement d'un cas de mélanome dans la série de Dr. House) nous a paru très percutante.

### *Conclusion*

Afin d'empêcher la banalisation du danger lié à l'exposition au soleil, des messages de prévention diversifiés, ludiques et non moralisateurs doivent être répétés en continu, ce qui permettrait non seulement de toucher la population cible, mais de l'encourager à avoir un comportement adéquat.

Cette prévention ne peut pas se faire sans le concours actif et efficace du système de santé dans sa globalité, ainsi que par la coordination des différents acteurs et des écoles.

### *Mots clés*

Exposition Solaire ; Jeune ; Mélanome ; Prévention ; Suisse

30. 06. 2015

# SOLEIL HOTSPOT

GROUPE 10 : Gilles Dietrich, Tobias Douet, Danièle Jelk, Marie Petter, Michael Ris

## Introduction

La prévalence du mélanome en Suisse est la plus élevée d'Europe et la deuxième plus élevée au niveau mondial, d'où la nécessité d'avoir une prévention efficace. L'incidence du mélanome a rapidement augmenté ces dernières années et il n'existe pas de thérapie efficace si ce dernier est pris en charge à un stade avancé.

## Problématique

Quels sont les obstacles à la prévention du mélanome chez les jeunes universitaires lausannois et comment celle-ci pourrait-elle être améliorée ?

## Objectifs

Identifier et comparer les messages de prévention des différents acteurs, ainsi qu'évaluer leurs impacts sur un échantillon intentionnel de la population universitaire de Lausanne. Relever les obstacles s'opposant à une prévention optimale et suggérer les pistes pouvant l'améliorer.

## Méthodologie

Nous avons choisi les étudiants lausannois, car selon l'OMS : « il a été démontré que les coups de soleil attrapés dans l'enfance et le bronzage intensif à l'adolescence jouent un rôle dans cette augmentation. La majeure partie des UV (80%) reçus au cours de la vie, le sont avant 20 ans » (1). De plus, ce choix de population est intéressant car la gestion de leur santé est autonome et il nous est facile de les interroger.

Dans le but de répondre à notre question de recherche, une approche qualitative a permis de mieux comprendre les obstacles de la prévention de l'exposition au soleil. Nous avons interrogé les différents acteurs par un entretien semi-structuré :

- un dermatologue
- un médecin de premier recours
- un pharmacien
- le Point Santé de l'UNIL
- la ligue Suisse contre le cancer

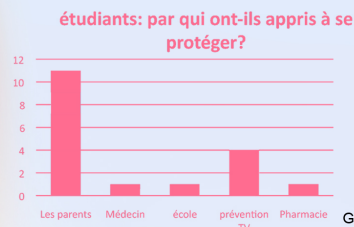
Nous avons interrogé 11 étudiants, 5 hommes et 6 femmes.

## Résultats

- Les acteurs font de la prévention primaire que ce soit sur un site internet, par des conseils lors de consultations, via la distribution de brochures et explications sur le terrain. **Tous relèvent que le cercle de leurs destinataires est trop limité.**

On a remarqué que les acteurs **font d'avantage de prévention secondaire**, à savoir le dépistage et l'incitation à l'autocontrôle, que de la prévention primaire et qu'ils se préoccupent surtout de la population à risque.

- Les étudiants estiment tous que **la prévention du mélanome n'est pas suffisante** et soulignent n'avoir reçu et retenu que les messages prodigués par leurs parents. (Graphique 1)



Graphique 1

|                         | Universitaires | Experts |
|-------------------------|----------------|---------|
| Parents                 | +++            | ++      |
| Réseaux sociaux         | +/-            | +++     |
| Terrain                 | +++            | ++      |
| Ecoles                  | +              | ++      |
| Séries TV               | -              | +       |
| Politiques / célébrités | -              | ++      |

Tableau 1

- Obstacles : selon les acteurs, les obstacles principaux à la prévention chez les universitaires sont **le phénomène de mode du bronzage** et le sentiment des jeunes de **ne pas se sentir concerné par la maladie** dont la survenance est décalée dans le temps, d'où le fait qu'ils **banalisent les messages**. Les jeunes sont très pris par leurs études et **leur santé leur semble secondaire**. Les experts **n'ont pas connaissance d'un canal efficace** pour la diffusion des messages de prévention aux étudiants. Les acteurs se plaignent également d'un **manque de moyens** pour les campagnes et d'un **manque de coordination** entre eux. Ils regrettent l'absence de campagnes choc contre le mélanome en Suisse. Enfin, les experts soulignent le **prix élevé** de la crème solaire.

- Les étudiants quant à eux critiquent **l'absence de messages efficaces**.

- Amélioration : selon les acteurs, la prévention se doit d'être **innovante** : se déplacer plus sur le **terrain** lors d'activités en plein air et dans les classes. Une **implication des politiques** tant pour leurs prises de position que pour le vote des budgets nécessaires est attendue. Une **implication des célébrités** à cet égard serait idéale pour mieux toucher notre population cible. De même, mettre l'accent sur la protection au soleil dans le cadre d'une **éducation globale** dès la petite enfance est fondamentale pour que cela devienne un réflexe chez les 16-25 ans. L'instauration d'affiches de prévention à des **endroits stratégiques** serait également souhaitable. Les avis des acteurs et des étudiants sur l'efficacité de canaux de transmission de messages de prévention diffèrent. (Tableau1)

## Conclusion

Afin d'éviter la banalisation du danger lié à l'exposition du soleil, des messages de prévention diversifiés, ludiques et non moralisateurs doivent être répétés en continu, ce qui permettrait non seulement de toucher la population cible mais de l'encourager à avoir un comportement adéquat. Cette prévention ne peut pas se faire sans le concours actif et efficace du système de santé dans sa globalité, ainsi que par la coordination des différents acteurs et des écoles.

## Références

1. OFSP Office Fédérale de la Santé Publique. Prévention et promotion de la santé chez les enfants et les jeunes, 2003. Disponible sur : <http://www.bag.admin.ch>  
Un grand merci à Michel Daffion, notre tuteur et les différents experts interviewés et les participants au sondage.