



KREFTFORENINGEN

Helse- og omsorgsdepartementet
Postboks 8011 Dep
0030 Oslo

Oslo, 25. september 2014

Deres ref.:
Vår ref.: 14/00002-32
Saksbehandler: Mona Stensrud/ Frank Herman
Hernes

Høringsuttalelse - Forslag om å oppheve betjeningskrav for solarier og alternative løsninger for å håndheve aldersgrensen

Kreftforeningen er en landsdekkende frivillig organisasjon. Våre hovedmål er at færre skal få kreft, flere skal overleve kreft og best mulig livskvalitet for krefttrammede og pårørende. Over 224 000 mennesker i Norge har eller har hatt kreft. Årlig rammes over 30 000 mennesker og omtrent 11 000 dør hvert år som følge av kreftsykdom. Kreft er hyppigste dødsårsak for de under 75 år og det forventes en markant økning av nye krefttilfeller de nærmeste årene. Ett av tre krefttilfeller kan forebygges.

Høringsnotatet av 7. juli 2014 omfatter forslag om å oppheve betjeningskrav for solarier og alternative løsninger for å håndheve aldersgrensen. Kreftforeningen mener betjente solarier i kombinasjon med en tydeligere produktinformasjon vil være det beste alternativet med tanke på folkehelsen i Norge. Vi har følgende innspill til høringsnotatet:

Norge ned fra verdenstoppen i føflekkreft

Norge er blant de land i verden som har høyest forekomst av føflekkreft. Vi ligger dessuten helt på topp i Europa når det gjelder dødelighet av denne kreftformen. I 2012 fikk 1755 nordmenn føflekkreft. Dette er mellom 7 og 8 ganger så mange tilfeller som på 1950 tallet. Som med all form for kreft, er de fleste som får føflekkreft over 50 år, men føflekkreft er den nest vanligste kreftformen blant både kvinner og menn i alderen 25-49 år. Det dør nesten dobbelt så mange nordmenn av føflekkreft som i trafikken, i gjennomsnitt én person daglig. Hudkreft er en vesentlig samfunnsøkonomisk utfordring. Forebyggingspotensialet for denne kreftformen er stort, og det vil være svært lønnsomt å forebygge mer, for å kunne behandle mindre. Vi registrerer at departementet skriver at de totale samfunnskostnadene av hudkreft beløper seg til mer enn en halv milliard kroner i året. De fleste tilfellene av hudkreft har sammenheng med UV-stråling fra naturlig sol eller solarium.

Kreftforeningen har siden 90-tallet tatt et ansvar for å gi informasjon om solbeskyttelse til befolkningen. Solvaneundersøkelser vi har gjort viser at folk har blitt mer bevisst på å ha gode solvaner i de senere år, noe vi kan anta har sammenheng med at det forebyggende arbeidet begynner å gi resultater. Adferden som skjer helt fra barne- og ungdomstiden og gjennom hele livet har betydning for risikoen for kreft. Det er derfor all grunn til å fortsette det forebyggende arbeidet med full styrke og på mange nivåer.

Fordi ulike tiltak påvirker ulike grupper av enkeltmennesker, vil det være *summen* av ulike tiltak som har effekt på forebygging av føyflekkreft og annen hudkreft. Ett tiltak for å oppnå reduksjon i forekomst er å begrense bruken av solarium. Kreftforeningen synes det er veldig positivt at regjeringen beholder 18-års aldersgrensen i solarium, for å utsette unges solariumsbruk. Det er imidlertid avgjørende at aldersgrensen håndheves på en god måte. I tillegg må kunder som har fylt 18 år få tydelig forbrukerinformasjon om at solarium er et produkt som kan øke risiko for hudkreft. På samme måte som det forventes forbrukerinformasjon og advarsel på andre helsefarlige produkter, som for eksempel tobakk, forventer Kreftforeningen at det samme skal gjelde for solsenger.

Risiko ved bruk av solarier

Det er godt etablert i forskningen at UV-stråling øker risiko for føyflekkreft og annen hudkreft. Et mål i arbeidet med å forebygge hudkreft er at befolkningen utsetter seg for mindre av de mest intense UV-strålene, enten kilden er naturlig sol eller solarium. Bruk av solarium er en kjent kreftrisiko man enkelt kan begrense bruken av.

Kreftforeningen i Norge og i andre land, de nordiske strålevernsmyndighetene, WHO og hudleger nasjonalt og internasjonalt advarer mot bruk av solarium. Stadig flere land har innført regulering av solarium.

Bruk av solarium i Norge*

Kreftforeningens har sammen med TNS-Gallup våren 2014 gjennomført to landsrepresentative undersøkelser. Resultater herifra viser at:

- 35 prosent av dem mellom 18-24 år har brukt solarium siste 12 måneder, og 16 % av befolkningen over 18 år.
- Til tross for at 18-årsgrensen ble innført 1.7.12, er drøyt hver femte av dem som har brukt solarium siste 12 måneder under 18 år.
- De fleste går i ubetjente solstudioer. Bruk av solarium hjemme er nærmest ikke-eksisterende.
- De som har vært på sydenferie siste 3 år tar i større grad solarium enn de som ikke har vært på sydenferie. De som blir solbrent ute, tar også oftere solarium.
- Unge ønsker betjente solarier: Rundt 8 av 10 er enig i at det bør være noen som jobber i solstudioer, som blant annet kan håndheve 18-årsgrensen og gi råd om soltid.

Kreftforeningens vurdering av ulike løsninger som er presentert i høringsnotatet

Vi vurderer det som at Strålevernet har gjort en grundig jobb i å se på ulike løsninger for alderskontrollsystem. Det er på siden av Kreftforeningens fagområde å kjenne til hva som her vil kunne fungere best av de tekniske løsningene. Forutsetningen for valg av løsning må være at den sikrer at brukerne er over 18 år, at kunders rett til å få forbrukerinformasjon er ivaretatt og at kundene i størst mulig grad kan få individuell veiledning. Vår oppfatning er at det forslaget som best ivaretar disse forutsetningene er:

- Delvis betjening, hvor som et minimum alle nye kunder må få informasjon og veiledning. I åpningstider når ikke solstudioet er betjent, en kombinasjon med videoautomat og adgangskort med fingeravtrykk, eller tilsvarende teknisk løsning.

Løsningen som velges må naturligvis ta nødvendige personvern hensyn og være innenfor hva Datatilsynet godtar.

Kreftforeningen støtter departementets forslag til forskriftsendring § 36, som gir Strålevernet mandat til å sette kriteriene for hva som er akseptabelt system: "Virksomheten skal sørge for et system for alderskontroll etter kriterier fastsatt av Statens strålevern".

Vi støtter også forslaget til forskriftsendring, § 36, om at virksomheten skal informere den enkelte kunde om relevante risikofaktorer ved solariebruk, samt at Statens strålevern får i ansvar å fastsette nærmere retningslinjer for slik informasjon.

Styrking av kundeinformasjonen

Departementet ber spesielt om innspill om hvordan den generelle kundeinformasjonen kan styrkes. Vi mener det er et stort forbedringspotensial i å gjøre merkingen mer forbrukervennlig og informativ og Kreftforeningen stiller seg til rådighet med tanke på å utvikle slik informasjon.

Pålagt merking av solarier i dag bærer preg av å være laget for tilsyn og kontroll og ikke for å informere brukerne om helserisiko. Kunder må få klar og tydelig forbrukerinformasjon om at "produktet" de skal kjøpe i solarium, kan innebære økt risiko for hudkreft. Vi minner om at enkelte solkjeder i dag markedsfører seg, blant annet på facebook, i kundeaviser og ved plakater og radio i solstudioene, med at tilbudet deres gir vitamin D og skal være helsefremmende. Ved flere anledninger er markedsføringen blitt innklaget til Forbrukerombudet.

Det vil være opp til den enkelte over 18 år å velge å bruke solarium, men det må ikke være noen tvil om at kunden gis god nok informasjon til å kunne ta et informert valg. Kravene til merking slik det fungerer i dag er mer egnet til å skape forvirring enn til å gi forbrukerne god helseinformasjon. Her er noen eksempler, der ordbruken gir motsatt effekt enn det som er ønskelig:

- På solsengene skal det være et lite, gult merke der overskriften er "*Tilfredsstiller krav innen UV-type 3*". Lenger ned får man informasjon om at "Ultrafiolett stråling kan føre til skade på øyne og hud". Merking burde være tydeligere på at UV-stråling kan føre til hudkreft og at Statens strålevern fraråder bruk av solarium. Dette må fremkomme med tydelig merking på den enkelte solseng.
- På plakat som det er pålagt å henge et synlig sted er overskriften "*Anbefalinger ved bruk av sol og solarium*", mens budskapet om hudkreft og at Statens strålevern fraråder bruk, kommer helt nederst, sammen med budskapet fra Norsk Solarieforening: "*Sikker soling*".
- Plakatene som brukes i dag inneholder generelt svært mye informasjon og må forenkles vesentlig, slik at kundene på en tydeligere måte får den informasjonen de har rett på.

Erfaringer fra tobakksområdet viser at helsebudskapet oppfattes lettere når informasjonen gis i kombinasjon med bilde/illustrasjon. Dette gjelder spesielt ungdom. For å sikre at budskapet blir lagt merke til også over tid, og unngå «bildetretthet», gir det best effekt at informasjonen rulleres/skiftes ut etter en tid. Vi vedlegger et par eksempler på hva vi mener

kan være illustrerende informasjon som man kunne hente elementer fra (budskapene må naturligvis tilpasses). Eksempel 1 viser hva mer kortsiktige hudskader kan være, og eksempel 2 kan gi oppmerksomhet om hva du skal se etter når du sjekker føflekker.

Man kan dessuten vurdere en informasjonsløsning der kunden hver gang de bruker solarium må gi et samtykke (gjærne elektronisk) på at vedkommende er kjent med helserisikoen.

Solarieprøven

Kreftforeningen støtter at solarieprøven må være obligatorisk og at den som et minimum må gjennomføres av den ansvarlige for daglig drift av solariet, og i tillegg av ansatte som har kundekontakt. Det forutsettes at solarieprøven er oppdatert, relevant og tilpasset forskriftsendringen, og det vil være en styrke at den er utprøvd og forankret hos brukerne, altså av solariebransjen.

Viktige forhold som ikke er inkludert i høringsnotatet

Tilsynsordning i kommunene

Det vil være særlig viktig med satsing på tilsyn i tiden etter forskriftsendringen. Det må legges til rette for at tilsynsansvarlige i kommunene kan føre tilsyn på en best mulig måte. Tilsynsansvarlige må ha tilstrekkelig kompetanse til å gjennomføre tilsyn, og ha enkel tilgang til oversikt over solarier i sitt område. I følge Strålevernet skal et bedre register med oversikt over lovlige solarier være på plass på nyåret, og dette vil være positivt.

Forskriftsendringen bør også være en anledning til å ha en gjennomgang av **sanksjonsordninger**. Strengere sanksjonering kan bidra til å luke ut for virksomheter som ikke driver i henhold til forskriften, og kan virke forebyggende, ved at det innebærer høyere risiko ikke å drive forsvarlig og lovlig.

I mange kommuner er det solarier i kommunenes egne bygg, enten i utleielokaler eller i egne institusjoner. Kreftforeningen vil oppfordre myndighetene til å anmode kommuner om ikke å ha solarier i kommunale bygg. I Danmark og Sverige er antallet solarier i kommunale bygg betydelig redusert etter at det ble satt fokus på dette.

Prisvirkemidler

Erfaringer fra tobakksområdet har vist at spesielt unge mennesker er prissensitive. I USA ble det i 2010 innført en 10 % skatt på bruk av solarium. Dette er et virkemiddel som bør vurderes også i Norge.

Autorisasjonsordning

Det må være Strålevernet som har ansvar for registrering, overvåkning, tilsyn og sanksjonsmuligheter, og vi ser ikke behov for en bransjestyrt autorisasjonsordning, slik Norsk Solarieforening selv ønsker. Imidlertid mener vi det er positivt, hvis bransjen selv ønsker å ha en intern ordning, dersom dette kan bidra til at medlemmer driver i henhold til forskriften.

Ved at det stilles tydelige krav i strålevernsforskriften, må det være forutsigbart for bransjen hvordan de skal forholde seg for å drive lovlig. Å forskriftsregulere en autorisasjonsordning

styrt av bransjen ville slik vi oppfatter det være å forskriftsfeste at bransjen skal følge forskriften, noe som ikke skulle være nødvendig.

Solarieregulering i andre land

Vi oppfatter det som at det er mer vanlig i Norge enn i andre land å tilby ubetjente solarier. Regulering i solarium er nå innført i en rekke land i Europa, i tillegg til i Australia, flere stater i USA og i Canada. I Norden har Island og Finland innført 18-årsgrense. Island har ikke ubetjente solarier, og også i Finland vil de ubetjente være faset ut fra 2015. I Danmark er det nylig vedtatt en «solarielov» som den danske kreftforeningen frykter vil få solariebruken til å stige, men som solariebransjen støtter. I Sverige er det foreløpig ikke tatt noen avgjørelse om regulering.

Kreftforeningen vil understreke at en utfasing av ubetjente automatsolarier, slik som man vil få i Finland, ville være det beste alternativet også i Norge, i kombinasjon med forbedret kundeinformasjon som beskrevet over.

Med vennlig hilsen
Kreftforeningen



Kirsten Haugland
fung. ass. generalsekretær

