20 grudnia 2023 r.

**Kobiety kontra rak piersi. „Różowy Patrol” z 10 nowymi Klubami!**

**Dzięki edukacji i szkoleniom z samobadania piersi, prowadzonym przez Ambasadorki Klubów „Różowego Patrolu" z Fundacji OnkoCafe-Razem Lepiej, coraz więcej Polek ma szansę na wczesne wykrycie nowotworów piersi. Od października br. Fundacja, we współpracy z należącą do firmy Henkel marką Gliss, otworzyła dodatkowe 10 Klubów w Polsce. Obecnie w 46 Klubach działa blisko 170 certyfikowanych Ambasadorek, które w zaledwie dwa miesiące trwania inauguracyjnej edycji „Różowego Patrolu" przeszkoliły już ponad 1000 kobiet i mężczyzn. Co ważne, edukatorki docierają również do mniejszych miejscowości, gdzie świadomość tematu jest zazwyczaj niska, a dostęp do profesjonalnych badań utrudniony. Więcej informacji na** [**www.rozowypatrol.pl**](http://www.rozowypatrol.pl)

**„Różowy Patrol” - odpowiedź na wyzwania profilaktyki raka piersi w Polsce**

Polska jest jedynym krajem europejskim, w którym wskaźnik śmiertelności w wyniku zachorowań na nowotwory piersi rośnie. W Polsce codziennie na raka piersi umiera 19 kobiet\*. Można temu zapobiec przez wczesną diagnozę.Inicjatywa „Różowego Patrolu” stawia sobie za cel zwiększenie świadomości na temat konieczności profilaktyki raka piersi i dąży do wsparcia kobiet w różnym wieku na terenie całej Polski, kładąc szczególny nacisk na obszary, gdzie zapotrzebowanie na działania profilaktyczne jest największe. To głównie takie miejsca, gdzie zgłaszalność do programów przesiewowych jest najniższa, a świadomość zdrowego stylu życia, profilaktyki onkologicznej i roli wczesnego wykrywania nowotworów ograniczona.

*\*(Dane Krajowego Rejestru Nowotworów 2020)*

**Kobiety, które dają siłę innym kobietom**

Fundacja OnkoCafe-Razem Lepiej od trzech lat tworzy Kluby Ambasadorek, które organizują spotkania, edukują i motywują, wspierając kobiety w różnym wieku. Kluby często są stowarzyszone z lokalnymi inicjatywami społecznymi. Do końca września br. sieć działała w ramach 36 Klubów Ambasadorek i tworzyło ją ponad 100 kobiet, które przeszły odpowiednie szkolenia i uzyskały certyfikat uprawniający do występowania w roli Ambasadorek Profilaktyki. Jednak potrzeba działań w tym obszarze jest znacznie większa, co znajduje swoje odzwierciedlenie w intensywnym rozwoju projektu. Tworzenie klubów „Różowych Patroli" i zaangażowanie Ambasadorek okazało się niezwykle ważnym wsparciem dla kobiet, ponieważ opiera się na budowaniu społeczności, w której mogą one dzielić się doświadczeniami i nawzajem się wspierać. Współpraca z marką Gliss, z portfolio firmy Henkel, pod hasłem „Różowy Patrol”, zapoczątkowana w październiku, pozwoliła na zwiększenie działań tej inicjatywy. W społeczną akcję szerzenia świadomości na temat profilaktyki raka piersi zaangażowała się również Małgorzata Rozenek-Majdan - ambasadorka marki Gliss, która wzięła udział również w [kampanii „Różowego Patrolu”](https://rozowypatrol.pl/aktualnosci/spot-kampanii#news). W ciągu 2 miesięcy powstało 10 nowych klubów, którym marka Gliss zapewni także dalsze wsparcie rozwoju. A to jeszcze nie koniec. Obu podmiotom zależy, by była to współpraca długofalowa z mocnym i konkretnym wsparciem dla kobiet.

**Nowe Kluby „Różowego Patrolu”**

Do tej pory 10 nowych Klubów „Różowego Patrolu” powstało w woj. mazowieckim: w Lesznowoli, Nadarzynie i w Wyszkowie, , w woj. lubuskim: w Nowej Soli, w woj. podkarpackim: w Krośnie, w Mielcui w Rymanowie, w woj. świętokrzyskim: w Końskich oraz w woj. warmińsko-mazurskim: w Lidzbarku Warmińskim i w Olsztynie. Kluby objęły swoim zasięgiem nie tylko wskazane miasta, ale również okoliczne miejscowości.

- *Po zakończonych szkoleniach Ambasadorki rozpoczęły edukację osób w swoich regionach, zorganizowały wiele spotkań otwartych, jak i zamkniętych np. dla osób z niepełnosprawnościami czy w ośrodkach wychowawczych. Jako że do klubów należą również położne, pracujące w poradniach i przychodniach NZOZ, które mają na co dzień kontakt z kobietami, szkolenia odbywały się również w gabinetach. Misja Różowego Patrolu popularyzowana jest w wielu miejscach i w różnych formach. Budujemy wiedzę o profilaktyce, ale także w bliskiej i bezpiecznej atmosferze poruszamy wiele aspektów dotyczących wsparcia chorych, czy osób, które wykryły zmiany w piersiach. Szacujemy, że w przeciągu 2 miesięcy przeszkoliłyśmy ponad 1000 kobiet i mężczyzn -* mówi**Anna Kupiecka**, prezeska Fundacji OnkoCafe-Razem Lepiej.

**Dowiedz się więcej**

Na stronie akcji <https://rozowypatrol.pl/jak-sie-badac> można znaleźć bazę wiedzy i zapoznać się z instrukcją samobadania piersi. Dodatkowo dzięki mapie Polski można szybko znaleźć miejsce działania Różowego Patrolu i nawiązać kontakt. W przygotowaniu są kolejne kluby.

**To dopiero początek**

Marka Gliss, której misją jest motywowanie i dodawanie odwagi innym kobietom, stanowi mocne wsparcie dla działań „Różowego Patrolu”. Przede wszystkim jej zaangażowanie umożliwia rozszerzenie zakresu działań projektu, poprzez tworzenie nowych klubów, zapewnienie niezbędnych środków na ich funkcjonowanie, a także zwiększanie dostępu do informacji na temat profilaktyki raka piersi.

- *Marka od wielu lat angażuje się w sprawy bliskie kobietom. Wierzymy, że inicjatywa „Różowego Patrolu powered by Gliss” ma potencjał znacząco wpłynąć na ich zdrowie i życie. To istotne, aby informacje na temat wczesnej diagnozy i samobadania docierały do jak największej liczby kobiet, stąd nasze zaangażowanie w projekt. To też okazja do budowania silnej wspólnoty kobiet, które razem dbają o zdrowie, wzajemnie się motywują i wspierają. Myślimy o tym projekcie bardzo poważnie i długofalowo. Jesteśmy dumni, że możemy być jego częścią, ponieważ ma on potencjał realnej zmiany -* dodaje **Aleksandra Gawlas**, dyrektorka marketingu Henkel Consumer Brands, przedstawicielka marki Gliss.

\*\*\*

**Fundacja Onko-Cafe – Razem Lepiej** powstała w 2014 roku z inicjatywy Anny Kupieckiej, która chorowała na nowotwór piersi. Celem założonej przez nią Fundacji jest działanie w obszarze ochrony i promocji zdrowia, ze szczególnym uwzględnieniem profilaktyki chorób nowotworowych, oraz zapewnienie wsparcia dla osób zarówno w trakcie diagnozy i leczenia onkologicznego, jak i po jego zakończeniu.

W 2010 roku Anna Kupiecka zachorowała na raka piersi, a w 2012 na Facebooku założyła grupę pod nazwą "Fakraczki", w której kobiety dotknięte chorobą nowotworową mogły uzyskać wsparcie od siebie nawzajem i dzielić się swoimi doświadczeniami zdobytymi w procesie leczenia. Stało się to inspiracją dla powołania organizacji. Dzięki temu, że Fundacja jest naturalną kontynuacją nieformalnej grupy wsparcia, to od początku jest bardzo blisko pacjentów i może skutecznie odpowiadać na ich potrzeby. [www.onkocafe.pl](http://www.onkocafe.pl)

**Gliss** – to marka z portfolio Henkla, która już od ponad 60 lat jest synonimem zdrowej pielęgnacji włosów i stale wprowadzanych innowacji. Gliss to ekspert w regeneracji włosów, który oferuje szeroką gamę produktów do ich pielęgnacji i koloryzacji. Formuły opracowane na bazie zaawansowanych składników aktywnych oraz zasobów natury są dopasowane do konkretnych potrzeb włosów. Dzięki temu zapewniają im regenerację oraz widocznie poprawiają ich kondycję. Marka dba nie tylko o zewnętrzne piękno, czyli włosy, ale troszczy się również o piękno wewnętrzne, czyli zdrowie, a także angażuje się w kwestie społeczne. Od lat wspiera kobiety w dążeniu do odkrywania swojej siły i dodaje im odwagi, czego przykładem jest chociażby ostatnia akcja „Pielęgnuj swoją siłę” [www.pielegnujswojasile.pl](http://www.pielegnujswojasile.pl)

**Kontakt dla mediów:**

Magdalena Bryksa-Szymańczak Klaudia Mencina

Solski Communications Solski Communications

+48 881633639 +48 660094130

mszymanczak@solskipr.pl kmencina@solskipr.pl