10 czerwca 2024 r.

Henkel Polska doceniony za wyjątkowy projekt prospołeczny w kategorii „Zdrowy tryb życia”

Henkel Polska wśród laureatów prestiżowej nagrody „Dobroczyńca Roku”

**Henkel Polska znalazł się wśród firm nagrodzonych za wyjątkowe projekty prospołeczne w konkursie o tytuł „Dobroczyńca Roku”, największym i najdłużej działającym tego typu konkursie w Polsce. Kapituła konkursu wraz z ekspertami wyróżniła Henkla za projekt „Różowy Patrol powered by Gliss” realizowany we współpracy z Fundacją OnkoCafe – Razem Lepiej, który promuje profilaktykę raka piersi wśród kobiet metodą samobadania. Nagrodę podczas uroczystej gali wieńczącej konkurs odebrała Aleksandra Gawlas-Wilińska, dyrektorka działu Henkel Consumer Brands, która od niedawna jest też certyfikowaną Ambasadorką Różowego Patrolu.**

Kapituła konkursu „Dobroczyńca Roku”, organizowanego przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce już po raz 27., przyznała swoje prestiżowe wyróżnienia. W konkursie doceniane są osiągnięcia firm reprezentujących najwyższe standardy w obszarze CSR i charakteryzujących się zaangażowaniem w projekty społeczne, które znacząco wykraczają poza przekazywanie środków finansowych.

**Nagrodzony projekt Henkla**

Henkel Polska został w tym roku nagrodzony w kategorii „Zdrowy tryb życia” za wkład w upowszechnianie w Polsce działań profilaktycznych w obszarze raka piersi u kobiet (szczególnie na terenach, gdzie obserwuje się bardzo niską zgłaszalność na badania przesiewowe). Marka Gliss połączyła siły z Fundacją OnkoCafe-Razem Lepiej, od trzech lat tworzącą Kluby Ambasadorek „Różowego Patrolu”, które łączą, edukują i motywują do badań profilaktycznych kobiety w różnym wieku.

W Polsce kobiety nie badają się regularnie (poniżej 30%\* wskaźnik korzystania z programu badań przesiewowych. A wczesne wykrywanie zmian nowotworowych ma ogromne znaczenie, gdyż może przynieść wyleczalność nawet w 95% przypadków.\*\* Ideą projektu „Różowy Patrol powered by Gliss” jest budowanie społecznej sieci aktywnych, zaangażowanych kobiet, które w swoich lokalnych społecznościach edukują inne kobiety nt. profilaktyki nowotworów oraz udzielają im wsparcia po ewentualnej diagnozie. Ambasadorki Różowego Patrolu organizują bezpośrednie spotkania z kobietami, szkolą je z samobadania piersi na fantomie, informują nt. przysługujących świadczeń oraz ścieżek leczenia. Nowe kluby otwierane są tam, gdzie zgłaszalność do programów przesiewowych jest najniższa, a ideą jest pokrycie siecią całej Polski. Obecnie w ramach 60 klubów działa ponad 300 ambasadorek „Różowych Patroli powered by Gliss”, które w czasie ostatnich sześciu miesięcy dotarły bezpośrednio do ponad 7 000 kobiet i mężczyzn.

A to dopiero początek. Marka Gliss, której misją jest motywowanie i dodawanie odwagi innym kobietom, stanowi mocne wsparcie dla działań „Różowego Patrolu”. Gliss chce być blisko kobiet i zachęcać je, by dbały nie tylko o swoją siłę i piękno, ale przede wszystkim o zdrowie. Jej udział w projekcie Fundacji OnkoCafe umożliwia rozszerzenie zakresu oddziaływania projektu „Różowy Patrol” poprzez tworzenie nowych klubów, zapewnienie niezbędnych środków na ich funkcjonowanie a także zwiększanie dostępu do informacji na temat profilaktyki raka piersi.

- *Nagroda w tym konkursie to dla nas szczególne wyróżnienie. O projekcie „Różowy Patrol powered by Gliss” myślimy długofalowo i mamy ambicję, by doprowadzić do realnej zmiany i poprawić obecne statystki. Jesteśmy dumni, że możemy być jego częścią. Chcemy, by kobiety w całej Polsce miały możliwość zdobycia wiedzy na temat znaczenia wczesnej diagnozy i metod samobadania w profilaktyce nowotworowej, a także by nauczyły się, jak kontrolować stan własnego zdrowia. Marka Gliss jest od dawna zaangażowana w kwestie bliskie kobietom – cieszymy się, że możemy przyczyniać się do budowania silnej wspólnoty zapewniającej wsparcie w tak ważnej sprawie –* powiedziała Aleksandra Gawlas-Wilińska**, dyrektorka marketingu działu Henkel Consumer Brands firmy Henkel Polska, od niedawna także certyfikowana Ambasadorka Różowego Patrolu, podczas gali wręczenia nagród, która odbyła się w Hotelu Marriott.**

*\*Agencja Oceny Technologii Medycznych i Taryfikacji, 2021 r.*

*\*\* Dane dotyczące realizacji programów profilaktycznych według stanu na dzień 1.04.2024 r.*

\*\*\*

**O firmie Henkel**

Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym, jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies jest światowym liderem rynku klejów, uszczelniaczy i powłok funkcjonalnych. Dział Consumer Brands zajmuje wiodącą pozycję na wielu rynkach świata, zwłaszcza w obszarze produktów do pielęgnacji włosów oraz środków piorących i czystości. Trzy najsilniejsze marki to Loctite, Persil i Schwarzkopf. W 2023 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie prawie 22 mld euro i skorygowany zysk operacyjny w wysokości około 2,6 mld euro. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Firma posiada jasną strategię zrównoważonego rozwoju z konkretnymi celami, a idea ta ma w Henklu długą tradycję. Firma założona w 1876 zatrudnia dziś około 50 tysięcy pracowników na całym świecie, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i motcie: „Pioneers at heart for the good of generations”. Więcej informacji na www.henkel.com oraz www.henkel.pl.

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**http://www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Klaudia Mencina

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel.: (022) 565 66 65 tel.: +48 660 094 130

[dorota.strosznajder@henkel.com](mailto:dorota.strosznajder@henkel.com) [kmencina@solskipr.pl](mailto:kmencina@solskipr.pl)

Henkel AG & Co. KGaA