17 października 2024 r.

**Wnioski ze spotkania ekspertów podczas jubileuszowej Gali projektu Różowy Patrol powered by Gliss**

**Choć w Polsce robimy wciąż zdecydowanie za mało w dziedzinie profilaktyki raka piersi, to Różowy Patrol ma ambicje, by wprowadzić realne zmiany w tym kluczowym obszarze**

**W piątek, 11 października w Warszawie odbyło się spotkanie poświęcone profilaktyce raka piersi, podczas którego zaprezentowano** [**raport\***](https://www.rozowypatrol.pl/gala) **Fundacji OnkoCafe-Razem Lepiej oraz podsumowano działania wspólnego projektu Fundacji i marki Gliss** [**"Różowy Patrol".**](http://www.rozowypatrol.pl) **Spotkanie zgromadziło 71 ambasadorek projektu z całej Polski, a także ekspertów, którzy rozmawiali o profilaktyce raka piersi – nowotworze najczęściej występującym w naszym kraju u kobiet.\*\* Polska zmaga się z poważnym problemem. Na badania przesiewowe zgłasza się tylko 30% kobiet, podczas gdy kluczowe dla znaczącego spadku umieralności jest tu osiągnięcie poziomu 70%. Do takich statystyk przyczynia się m.in. przekonanie kobiet, że badanie nie jest im potrzebne, a także strach przed jego wykonaniem. Projekt Różowy Patrol działa od 2023 roku nad przełamywaniem tych barier i zmienia nasze podejście do zdrowia. Choć osiągnął już bardzo wiele, to równocześnie jest wciąż bardzo dużo do zrobienia na tym polu**.

Polska jest jedynym europejskim krajem, w którym śmiertelność raka piersi rośnie. Poziom 70% zgłaszalności na badania jest kluczowy dla osiągnięcia spadku umieralności o ok. 20-30%. Tymczasem z [raportu przeprowadzonego przez Fundację OnkoCafe-Razem Lepiej „Raport badawczy – profilaktyka raka piersi w Polsce 2024”](https://www.rozowypatrol.pl/gala) wynika, że kobiety badają się niewystarczająco, a głównym powodem jest brak świadomości i strach. Wśród badanych kobiet w wieku 45-74 lata, aż 44,1% nigdy nie wykonywało mammografii, ponieważ nie czuły takiej potrzeby. Co więcej, ponad 10% badanych przyznało, że nigdy nie wykonało tego badania z powodu strachu, a prawie 10% uważało, że jest ono niebezpieczne dla zdrowia. Wyniki te wskazują na ogromną potrzebę prowadzenia działań edukacyjnych i pracy nad zmianą postaw i przekonań.

Zaledwie 60% ankietowanych wie, że może skorzystać z badań refundowanych przez NFZ, a niemal 25% nie wie zupełnie, jak to zrobić. [Różowy Patrol powered by Gliss](http://www.rozowypatrol.pl), który dociera do kobiet bezpośrednio, edukuje i zwiększa ich świadomość w tym zakresie, mając na celu poprawę tych statystyk w przyszłości. Kluczowa jest tutaj indywidualna komunikacja, co potwierdzają również wyniki badań. Ponad 70% kobiet, które otrzymały zaproszenie do badania SMS-em, zmotywowało się do skorzystania z tej formy profilaktyki.

Podczas konferencji Różowego Patrolu rozmawiano o wnioskach z raportu, o znaczeniu edukacji i bezpośredniego kontaktu z kobietami w działaniach na rzecz profilaktyki raka piersi, jak również o efektach projektu „Różowy Patrol powered by Gliss”. Wśród ekspertów znaleźli się Anna Kupiecka (Prezeska Fundacji OnkoCafe-Razem Lepiej), Dorota Korycińska (Prezeska Zarządu Ogólnopolskiej Federacji Onkologicznej), dr Magdalena Jodkiewicz (Przedstawicielka Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego), Adrianna Sobol (psychoonkolog), Krzysztof Jakubiak (dziennikarz zdrowotny) oraz Ambasadorki Różowego Patrolu. Spotkanie poprowadziła Joanna Górska.

Fundacja OnkoCafe-Razem Lepiej i marka Gliss już w 2023 roku rozpoczęły działania, które mają szansę przynieść realną zmianę i mogą pomóc uratować życie wielu kobiet. [Różowy Patrol powered by Gliss](http://www.rozowypatrol.pl) to projekt, który ma na celu dotarcie do jak najszerszego grona kobiet z wiedzą nt. prawidłowej profilaktyki nowotworów piersi. Kluczową rolę odgrywają w nim Ambasadorki programu, które po specjalnym szkoleniu i uzyskaniu certyfikatu organizują spotkania, edukują i motywują do samobadania kobiety w każdym wieku, w całej Polsce. Zachęcają do korzystania z badań profilaktycznych i w razie wykrycia niepokojących zmian wspierają w dotarciu do odpowiednich placówek medycznych w różnych regionach Polski. Różowy Patrol skupia się na osobistych spotkaniach, rozmowach, wydarzeniach edukacyjnych, czyli na bezpośrednim dotarciu z niezbędną wiedzą i wsparciem od kobiet dla kobiet. Ambasadorki działają w lokalnych społecznościach, w których ludzie są sobie bliscy, znają się i razem z nimi działają na rzecz wspólnego celu. Ich aktywność sprawia, że coraz więcej Polek zyskuje szansę na wczesne wykrycie raka piersi i, co za tym idzie, całkowite wyleczenie. To właśnie głos Ambasadorek był niezwykle ważny w trakcie tego spotkania. Opowiadały one o swoich doświadczeniach zdrowotnych i o historiach związanych z działalnością w Różowym Patrolu powered by Gliss. Ambasadorką projektu jest również Małgorzata Rozenek-Majdan, która odbyła szkolenie i otrzymała certyfikat w kwietniu tego roku. O idei projektu, jego ambicjach, a także roli Liderek Różowych Patroli opowiadała Anna Kupiecka.

- *Wielu ekspertom, którzy zajmują się tematem profilaktyki raka piersi od lat, nie udało się osiągnąć oczekiwanych rezultatów w zwiększaniu świadomości na ten temat. Jednak czuję, że to, co robimy teraz razem z marką Gliss – w sposób zupełnie inny niż dotychczas – naprawdę zmienia sytuację. Kampanie są ważne, ale to bezpośredni kontakt z kobietami daje największe efekty. Ta potrzeba bezpośrednich działań wyszła też w badaniach. I to też jest innowacja Różowych Patroli. Kluczową cechą naszego podejścia jest bliskość i bezpośredniość. Spotykamy się z kobietami w terenie, dzielimy się wiedzą, szerzymy świadomość onkologiczną. To, że nasze ambasadorki są wiarygodne i autentyczne, ma ogromne znaczenie – one potrafią przenosić góry i zmieniać świat. Jest wiele strachu, ale nie możemy się poddawać. Budujemy świadomość i dodajemy odwagi, pokazując, że raka piersi można wyleczyć. Wierzę głęboko, że już teraz zmieniamy Polskę, a przez kolejne lata zmienimy całkowicie podejście kobiet do profilaktyki* – podsumowała **Anna Kupiecka, Prezes Fundacji OnkoCafe-Razem Lepiej.**

Dzięki tej inicjatywie w Polsce powstały już 63 kluby Ambasadorek, z czego 28 z nich uruchomiono w ciągu ostatniego roku dzięki wsparciu marki z portfolio Henkla - Gliss. W tym samym czasie przeszkolono ponad 178 Ambasadorek (od początku projektu jest to ponad 300 kobiet), docierając bezpośrednio do ponad 15 000 osób i zwiększając świadomość na temat profilaktyki raka piersi. Nie byłoby to możliwe, gdyby nie zaangażowanie partnera, dzięki któremu powstają nowe kluby, zapewnione zostają niezbędne środki na ich funkcjonowanie, a także zwiększa się dostęp do informacji na temat profilaktyki raka piersi, dzięki kampaniom w mediach oraz materiałom informacyjnym, w które Gliss wyposaża kluby. Mimo tych działań w Polsce jest wciąż silna potrzeba edukacji.

Spotkanie zakończyło się apelem o większą mobilizację w zakresie profilaktyki raka piersi oraz
o konieczność prowadzenia działań informacyjnych i edukacyjnych, które pomogą kobietom zrozumieć, jak ważne są regularne badania przesiewowe, nawet jeśli brak jest odczuwalnych objawów.

- *Profilaktyka nie jest po to, żeby szukać choroby nowotworowej - jest po to, by utwierdzać nas
w przekonaniu, że z naszym zdrowiem wszystko jest w porządku. To inwestycja, która daje nam szansę na spełnianie marzeń, rozwijanie skrzydeł i pełne działanie. Uczmy się zdrowego egoizmu, dbania o siebie, bo nikt nie zrobi tego za nas. Ważne jest, aby komunikować, że mamy dostęp do skutecznych narzędzi leczenia, a nie tylko koncentrować się na dramatycznych sytuacjach. Bardzo gratuluję tego projektu Fundacji oraz marce Gliss, ponieważ on odpowiada właśnie na te wszystkie potrzeby* – podkreślała **Adrianna Sobol, psychoonkolog**.

Wydarzenie zostało objęte Patronatami: Honorowym Patronatem Prezydenta m.st. Warszawy; Patronatem Ogólnopolskiej Federacji Onkologicznej; Patronatem Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego (NIZP – PZH – PIB) oraz Patronatem Rzecznika Praw Pacjenta.

\*\*\*

**Fundacja OnkoCafe – 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