**Wyjątkowa sesja zdjęciowa**

**BreastFit: Czy mężczyzna może się zmieścić do damskiej torebki? - wyjątkowa sesja zdjęciowa kampanii “BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa” wspierającej kobiety z rakiem piersi**

**Już po raz piąty ambasadorzy kampanii „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa” spotkali się na sesji zdjęciowej w celu stworzenia wyjątkowego kalendarza, którego celem będzie zwrócenie uwagi na profilaktykę, a także wsparcie pacjentek dotkniętych nowotworem piersi. Dochód ze sprzedaży kalendarza „Power of community 2021” przeznaczony będzie, jak co roku, na działania wspierające kobiety z rakiem piersi i ich bliskich.**

 **Rak piersi – najczęstszy nowotwór u kobiet na świecie**

W Polsce rak piersi zostaje zdiagnozowany u ponad 18 tys. kobiet rocznie[[1]](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26d#_ftn1). W ostatnich latach wzrost zachorowań zwiększył się niemal dwukrotnie. Rak piersi to najczęściej występujący nowotwór u kobiet na całym świecie[[2]](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26d#_ftn2). Pomimo tego, wciąż zdecydowana większość kobiet nie bada się regularnie i nie ma wystarczającej świadomości, jak ważna w walce z tym nowotworem, jest profilaktyka, 41% przyznaje, że bada piersi, ale rzadko[[3]](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26d#_ftn3). Celem kampanii edukacyjnej „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa” jest uświadomienie roli mężczyzny w chorobie i jej zapobieganiu.

 - *Regularnie przeprowadzane badanie, zarówno te u specjalisty, jak i samobadanie, pozwalają zwiększyć szansę wykrycia zmiany nowotworowej piersi na wczesnym etapie. Nasze działania realizujemy od wielu lat, by zwiększać świadomość społeczną dotyczącą diagnostyki raka piersi, pobudzać czujność onkologiczną kobiet i wspierać te z nich, które mierzą się z nowotworem piersi. Oprócz sesji zdjęciowej i kalendarza, w tym roku w ramach kampanii zrealizujemy 1000 badań USG dla pacjentek z ograniczonym dostępem do tego rodzaju badania.* – Anna Kupiecka, prezes Fundacji Onkocafe–Razem Lepiej.

 *- Nazwa kampanii „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa” ma na celu podkreślić, że zaangażowanie panów w tematykę raka piersi jest możliwe i potrzebne -* wyjaśnia Adrianna Sobol, psychoonkolog, Fundacja Onkocafe–Razem Lepiej. *Pokazanie mężczyznom, czym jest rak piersi, jak mogą pomóc kobiecie w samobadaniu, jak powinni z nią rozmawiać i wesprzeć w procesie diagnozy oraz choroby to kluczowe aspekty tej kampanii. Od lat wspierają nas nasi ambasadorzy, w tym także sportowcy z całej Polski, z którymi wspólnie przygotowujemy jedyny w swoim rodzaju kalendarz charytatywny „Power of community 2021”* – dodaje.

 **Wsparcie powinnaś mieć zawsze pod ręką, jak damską torebkę**

12 wyjątkowych mężczyzn z całej Polski spotkało się na wspólnej sesji zdjęciowej, tym razem w nowej scenerii - nowoczesnym studiu fotograficznym w centrum Warszawy. Piąta edycja kalendarza „Power

of Community” jest szczególnie wyjątkowa dzięki imponującej scenografii, jaka towarzyszyła nagim sportowcom. Tegoroczna nawiązuje do przedmiotu bliskiego każdej kobiecie.

*Motywem przewodnim kalendarza „Power of community” na 2021 rok jest damska torebka. Wybierając ten rekwizyt, chcemy pokazać, że codzienności kobiet mogą być dla mężczyzny wyzwaniem, dlatego nie powinien się poddawać, zgłębiać wiedzę aby lepiej tej codzienności sprostać. Damska torebka jest ze swoją właścicielką na co dzień i dzięki swojej bogatej zawartości, sprawia, że kobieta jest przygotowana na każdą sytuację. Codziennie, wychodząc z domu, kobieta zakłada ją na ramię – ta regularność jest także w sztuce samobadania piersi promowanej w kampanii BreastFit* – wyjaśnia Jakub Popławski, pomysłodawca i producent kalendarza „Power of Community”. - *Kampania BreastFit i nasz charakterystyczny kalendarz po raz kolejny pokazują mężczyznom, że ich rola w profilaktyce raka piersi może być znacząca. Tym razem kalendarz zaskoczy oryginalnymi rekwizytami charakterystycznymi dla damskiej torebki, których rozmiary będą sięgały nawet do 2 metrów* – dodaje.

*Wsparcie powinniśmy okazywać́ kobietom nie tylko w trakcie choroby, ale przede wszystkim*

 *w codziennym życiu, przypominając im o tym, jak ważne jest wczesne wykrywanie raka. Nie bójmy się̨ używać́ tego słowa, niech nie obezwładnia nas, a motywuje do działania, czyli regularnej troski*

 *o zdrowie. Biorąc udział w tej sesji, chcę powiedzieć́ wszystkim kobietom, że jestem w stanie nawet paradować́ w stroju Adama i krzyczeć́ „ukochoj się i badaj regularnie”, by choć́ kilka kobiet dzięki mojemu zdjęciu przypomniało sobie o samobadaniu piersi* – mówi trener, motywator Daniel Józek Qczaj, ambasador kampanii i jeden z bohaterów kalendarza.

*- Kalendarz „Power of Community” to projekt, który łączy we wspólnym celu mężczyzn świadomych, zaangażowanych i pełnych troski o najbliższych. Każdy z nas, pozując do zdjęcia, myśli o kobietach wokół nas, które nadają naszemu życiu kolorytu i sensu. Dziś mogliśmy na chwilę symbolicznie wejść do damskiej torebki, by być takim codziennym „przypominaczem” o najcenniejszej wartości, jaką każdy z nas powinien chronić, czyli o zdrowiu. Na wiele rzeczy w życiu nie mamy wpływu, ale samodyscyplina i odpowiedzialność to cechy, które zależą od nas i mogą zwiększać szansę na długie i zdrowe życie – dodaje Michał Karmowski* - sportowiec, trener personalny, wykładowca w szkole WORLD SPORT ACADEMY, aktor, który w tym roku także dołącza do grona ambasadorów BreastFit.

 **BreastFit, czyli trening wsparcia kobiety i jej biustu - może uprawiać każdy z nas**

Kampania „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa”, wspierana przez firmę Novartis Oncology, wystartowała w 2015 roku z inicjatywy Fundacji Onkocafe–Razem Lepiej. Jej misją i głównym celem jest zwiększenie świadomości na temat profilaktyki oraz wczesnego wykrywania raka piersi, przebiegu tej choroby w różnych stadiach zaawansowania, ze szczególnym podkreśleniem roli mężczyzn towarzyszących w chorobie. Do tegorocznej edycji kampanii dołączyła Fundacja Philips, a dzięki tej współpracy w całej Polsce ruszyły badania USG dla 1000 kobiet z utrudnionym dostępem do tej wczesnej diagnostyki.

W kampanię zaangażowanych jest szereg wyjątkowych ambasadorów. Wśród nich są między innymi: trener, motywator Daniel Józek Qczaj, dziennikarze Joanna Górska i Rafał Bryndal, bloger „Modny Tata”, czyli Michał Będźmirowski oraz Michał Karmowski – sportowiec, trener personalny, wykładowca i aktor. Autorami zdjęć do kalendarza są, już po raz trzeci, DR5000 czyli Diana Janiszewska i Rafał Krasa. Do grona ambasadorów może dołączyć każdy! Wystarczy zakupić charytatywny kalendarz, który dostępny będzie na stronie internetowej kampanii: [www.breastfit.onkocafe.pl](http://www.breastfit.onkocafe.pl).

Patronat honorowy nad kampanią „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa” objął Rzecznik Praw Pacjenta, inicjatywę wspiera także serwis Przelewy24 oraz PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o. **#rakpiersi #BreastFit #BreastFitUSG #OnkoCafe #PhilipsFoundation #Novartis**

 **Kontakt:**

Barbara Wyszyńska, [barbara.wyszynska@247.com.pl](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26dmailto:barbara.wyszynska@247.com.pl), tel. 533 381 182

 Karolina Papis, [karolina.papis@247.com.pl](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26dmailto:karolina.papis@247.com.pl), tel. 501 943 148

[[1]](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26d#_ftnref1) Wojciechowska Urszula, Didkowska Joanna. *Zachorowania i zgony na nowotwory złośliwe w Polsce*. Krajowy Rejestr Nowotworów, Centrum Onkologii-Instytut im. Marii Skłodowskiej-Curie. Dostępne na stronie http://onkologia.org.pl/raporty/#tabela\_rok, data wygenerowania raportu 27.07.2020

[[2]](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26d#_ftnref2) Za World Health Organization: <https://www.who.int/cancer/prevention/diagnosis-screening/breast-cancer/en/>, data dostępu: 27.0.2020.

[[3]](http://breastfit.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136596&hash=a49939e1d5bed7237217ad1732e7d26d#_ftnref3) *Badanie postaw wobec zachowań zdrowotnych w zakresie profilaktyki nowotworowej wśród mieszkańców Polski ze szczególnym uwzględnieniem postaw Polek wobec raka szyjki macicy i raka piersi*, Raport z badania przeprowadzonego przez Kantar Millward Brown na zlecenie Ministerstwa Zdrowia – Biura Prasy i Promocji, <https://www.gov.pl/attachment/698a4ff3-b43c-4df7-a2e4-18f86ce986f0>, data dostępu: 27.07.2020.