



13.06.2013 r.
Informacja prasowa

Uczennice z Kietrza znalazły haka na czerniaka

Projekt kampanii autorstwa uczennic z Zespołu Szkół w Kietrze w województwie opolskim zwyciężył w VI edycji programu „Mam Haka na Raka” poświęconej profilaktyce czerniaka. Premierowa emisja kampanii odbyła się podczas gali finałowej 13. czerwca br. w ATM Studio w Warszawie.

Podczas uroczystej gali finałowej w Warszawie poznaliśmy laureatów VI edycji programu „Mam Haka na Raka”. Nagrody przyznano w sześciu kategoriach: nagroda mediów, nagroda za działania lokalne, nagroda studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego, nagroda Hakowicza, nagroda Partnera Strategicznego oraz nagroda główna. Zwycięskie zespoły przyjechały z Lublina, Gąbina, Tomaszowa Mazowieckiego, Opola, Chrzanowa i Kietrza. Główną nagrodę zdobyły uczennice z Kietrza.

Spot telewizyjny przedstawia ekspertów ds. zdrowia w trakcie wywiadu z dziennikarzami. W mediach pojawiła się informacja o rzekomych planach budowy nad Polską kopuły chroniącej obywateli przed złośliwym działaniem promieni UV powodujących czerniaka. Doniesienia wywołały lawinę pytań ze strony tłumnie zgromadzonych reporterów. Autorkami pomysłu są Katarzyna Lasyk, Ewa Szota, Paulina Hnatyszyn i Magdalena Frelich. Hakowiczkami opiekowała się Pani Elżbieta Szewczak.

*„Pomysł młodzieży w ciekawy sposób ukazuje realia i zwraca uwagę na ważny problem społeczny, jakim jest rosnąca liczba zachorowań na czerniaka. Żyjemy w szumie informacyjnym. Z jednej strony kult piękna, moda na opaleniznę, z drugiej zastyszane informacje na temat niebezpieczeństw wynikających z nadmiernego przebywania na słońcu czy w solariach. Tymczasem warto pamiętać, że zdrowie jest w naszych rękach. Obserwacja swojego ciała i co za tym idzie wczesne wykrycie zmian prawie w 100% daje szansę na wyleczenie nowotworu skóry” – mówił podczas uroczystej gali w Warszawie, **Jerzy Toczyński, Prezes GlaxoSmithKline, partner strategiczny programu.***

Zwycięska kampania zaskakuje finalną puentą: „Jeżeli zauważysz niepokojące zmiany na skórze, skontaktuj się z onkologiem lub dermatologiem. Wczesne wykrycie pozwala na wyleczenie nowotworu skóry.”

„Niewiele uwagi poświęcamy temu, jak należy zadbać o siebie i swoją skórę w słoneczne dni. W społeczeństwie narodziła się niezdrowa moda na opalone ciało, która powoduje nie tylko przyspieszenie starzenia się skóry, ale przede wszystkim zwiększa ryzyko zachorowania na



13.06.2013 r.
Informacja prasowa

nowotwory. A warto podkreślić, że w ostatnich 30-stu latach stwierdzono 3-krotny wzrost zachorowań na nowotwory złośliwe skóry. W każdym roku w Polsce na czerniaka zachorowuje około 2500 osób, a prawie połowa z nich umiera. Razem z Hakowiczami chcemy spróbować przemówić do rozsądku Polaków. Ta kampania może nam w tym pomóc. Tylko poprzez regularną obserwację swojego ciała i odpowiednio wczesną konsultację z lekarzem możemy przyczynić się do zmiany statystyk dot. umieralności z powodu zachorowań na czerniaka. Duże brawa dla dziewcząt z Kietrza” – mówił dr Janusz Meder, Prezes Polskiej Unii Onkologii, organizator Programu.

Podczas gali wręczono również wyróżnienia w kategoriach specjalnych. Nagrodę mediów, przyznaną przez Dziennikarski Klub Promocji Zdrowia, zdobył zespół z Zespołu Szkół nr 5 im. Jana Pawła II w Lublinie za kampanię „Zostań strażnikiem swojej skóry. Śledź zmiany”. Nagrodę Studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego, przydzielaną przez przedstawicieli Uczelnianego Centrum Zdrowia Środowiskowego oraz Studenckiego Towarzystwa Onkologicznego, otrzymał zespół z II Liceum Ogólnokształcącego im. Stefana Żeromskiego w Tomaszowie Mazowieckim za kampanię „Nie daj się namierzyć. Chroń skórę”. Natomiast zespół z Zespołu Szkół im. Stanisława Staszica w Gąbinie został wyróżniony w kategorii specjalnej za działania lokalne przez Stowarzyszenie Zdrowych Miast Polskich oraz Związek Powiatów Polskich. Na scenie pojawiły się również laureatki V edycji, które przekazały Nagrodę Hakowicza – wręczaną co roku przez zwycięzców poprzedniej odsłony programu. W tym roku zdaniem laureatów wszystkich edycji Mam Haka na Raka na wyróżnienie zasługuje drużyna z Publicznego Liceum Ogólnokształcącego nr 5 w Opolu za kampanię „Nie maskuj. Badaj się. Nagrodę Partnera Strategicznego otrzymał zespół z II Liceum Ogólnokształcącego im. K. K. Baczyńskiego w Chrzanowie za kampanię „Skóra nie ma sobowtóra”.

W trakcie wydarzenia ogłoszono również dwa tytuły Honorowego Hakowicza. Wyróżnienia, przeznaczone do osób lub instytucji najbardziej zaangażowanych w promocję profilaktyki nowotworowej oraz wspierającym uczestników programu, w tym roku otrzymała redakcja Gazety Lubuskiej oraz Pani Mirosława Skitek, prezes Stowarzyszenia Chorych na Czerniaka.

Uroczystość zakończył koncert ambasadorów programu: Rafała Brzozowskiego, Libera i Natalii Szroeder.

Zwycięzcy VI edycji wyjadą na obóz językowy za granicę. Otrzymali również nagrody rzeczowe, a ich szkoły m.in.: model skóry człowieka, komplet plansz z anatomią człowieka oraz mikroskop. Dodatkową nagrodą jest udział w planie zdjęciowym jednej z kampanii realizowanych przez Fabrykę Komunikacji Społecznej. Emisja kampanii „Obserwuj znamiona”



13.06.2013 r.
Informacja prasowa

będzie realizowana w ogólnopolskich mediach do końca bieżącego roku. Gala w Warszawie zakończyła VI edycję Programu.

O „Mam Haka na Raka” – backgrounder

Organizatorem „Mam Haka na Raka” jest Polska Unia Onkologii, a partnerem strategicznym firma GlaxoSmithKline. Program ten jest ogólnopolską inicjatywą skierowaną do młodzieży szkół ponadgimnazjalnych. Jego celem jest umiejętne zaangażowanie młodych ludzi w proces edukacyjny związany z profilaktyką nowotworową. Głównym zadaniem postawionym przed Hakowiczami jest zorganizowanie działań lokalnych oraz zaprojektowanie kampanii społecznej.

W sześciu edycjach programu wzięło udział 3 669 zespołów, czyli 18 833 uczestników. Działalność młodzieży została nagłośniona za pośrednictwem ponad 4 000 publikacji w mediach na łączną wartość ponad 6 mln złotych. Kampanie „Mam Haka na Raka” dotarły do ponad 8 milionów Polaków, a stronę www.mamhakanaraka.pl odwiedziło w tym czasie ponad 2 miliony Internautów. Tylko w V i VI edycji w wykładach edukacyjnych z zakresu profilaktyki nowotworowej uczestniczyło 270 000 Polaków, rozdano 552 000 ulotek, zebrano blisko 224 000 podpisów pod deklaracją „Zachęcę 1 osobę do wykonania badania profilaktycznego”, a ponad 4 000 instytucji zaangażowało się w działania w regionach, m.in. media, lokalne samorządy, eksperci oraz firmy prywatne.

Dotychczas w ramach programu powstało 5 kampanii społecznych: „Wystarczy tak niewiele...” (rak piersi), „Nie pakuj się do trumny, zrób cytologię” (rak szyjki macicy), „Nie krępuj się, zerwij z milczeniem” (rak prostaty), „Nie wiąż się z papierosem” (rak płuca) oraz „Zabezpiecz tyły. Zrób kolonoskopię” (rak jelita grubego). Informacje o poszczególnych kampaniach można znaleźć w Internecie: www.wystarczytakniewiele.pl, www.zbrocytologie.pl, www.zbadajprostate.pl, www.niezpapierosem.pl, www.zrobkolonoskopie.pl.

Artyści – ambasadory MHR6

Marcin „Liber” Piotrowski jest autorem tekstów, wokalistą i artystą, który swoją sceniczną karierę rozpoczynał w grupie hip-hopowej Ascentoholix. W 2008 roku na gali ESKA Music Awards Liber zdobył nagrody za najlepszego artystę oraz najlepszy album roku. Dużą popularność zyskał za płytę nagrałą wraz z Sylwią Grzeszczak pt. „Ona i On”. Od tego czasu jego kariera dynamicznie przyspieszyła.

Rafał Brzozowski jest utalentowanym wokalistą i muzykiem, który swoją karierę muzyczną rozpoczął od programu „Szansa na Sukces”. W 2011 roku Rafał został półfinalistą programu „The Voice Of Poland”. Rok później artysta wydał swoją debiutancką płytę pt. „Tak Blisko”.

Natalia Szroeder, w porównaniu do jej dwóch starszych kolegów, jest mniej znaną, ale utalentowaną artystką. Swoją przygodę z muzyką rozpoczęła od programu „Od przedszkola do Opola”. W 2011 roku Natalia wygrała telewizyjny program „Szansa na Sukces”. Obecnie współpracuje z Liberem przy nowej płycie.

Dalszych informacji udziela:

Biuro Organizacyjne „Mam Haka na Raka”

Hill+Knowlton Poland

Mariusz Czapski

Mariusz.Czapski@hkstrategies.com

tel. 22 536 38 00 lub 607 911 291

Izabela Sałamacha

Izabela.Salamacha@hkstrategies.com

tel. 22 536 38 00 lub 609 900 492