

Квітна

25.01.21 №25/01-1

Голові Черкаської ОДА
Скічку О. О.
Директора Благодійного фонду «Квітна»
Колодача Григорія Леонідовича
вул. Тургенєвська, 38 оф. 505/2
044-486-26-60

Шановний Олександр Олександровичу!

БФ «Квітна», який допомагає у лікуванні жінкам з діагнозом «рак молочної залози», а також громадянам України з іншими онкологічними захворюваннями та здійснює активну інформаційно-просвітницьку діяльність з метою ранньої діагностики та боротьби з високою смертністю від раку молочної залози в Україні звертається до Вас із проханням:

- Дати доручення на розміщення соціальної реклами «Обіцяй собі берегти себе» та «Відведи маму, сходи з дружиною, розкажи сестрі» у період з лютого до травня 2021 року.
- Виділити для розміщення соціальної реклами рекламну площу: метролайти, сітілайти, щити, що стоять окремо.
- залучити муніципальні ЗМІ для поширення інформаційних матеріалів щодо профілактики та ранньої діагностики раку грудей, популяризації теми самоогляду.

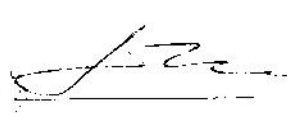
Соціальна реклама та активна інформаційна діяльність здійснюються в рамках проектів «Обіцяй собі берегти себе» та «Відведи маму, сходи з дружиною, розкажи сестрі», що покликані мотивувати жінок до проведення щорічних скринінгових оглядів у лікаря-мамолога. У свою чергу, названі вище проекти є частиною масштабної інформаційної кампанії благодійного фонду «Квітна». До кампанії також належать такі проекти як: «День М», «Вони хочуть бути разом» та «Пішла, щоб повернутись».

Відтак, звертаючись до різної цільової аудиторії БФ «Квітна» має на меті суттєво вплинути на зниження рівня смертності від раку молочної залози через профілактику та раннє виявлення недуги. Результативність такого підходу підтверджений світовим досвідом.

Місією соціальної реклами є суттєво підвищити серед українців обізнаність щодо раку молочної залози та спонукати їх до проходження профілактичних щорічних оглядів у лікарів мамологів, а також проведення необхідних досліджень для виявлення недуги на ранньому етапі, який дозволяє врятувати життя 95% українок. Сьогодні ж, за показниками Національного канцер реєстру врятувати вдається лише 50% жінок.

Для отримання оригіналу макету соціальної реклами просимо звертатись:
0504124750 Олена Берегова, fond@kvitna.org

Директор БФ «Квітна»


Колодач Г.Л.



Довідка:

БФ «Квітна» створено у 2016 році. Метою діяльності Фонду є боротьба з раком молочної залози в Україні, а також надання допомоги хворим на інші види онкологічних захворювань. Відтак, в рамках цієї діяльності БФ «Квітна» надає фінансову допомогу жінкам хворим на рак молочної залози та здійснює інформаційно-просвітницьку діяльність задля інформування про запобігання розвитку хвороби у жінок та проведення ранньої діагностики раку.

За період з квітня 2016 року по грудень 2017 року включно на статутну діяльність Фонду була використана сума – 3 566 428 грн. Допомогу на лікування отримали: Киянка Ірина Арсентьєва, мати 12 дітей, біженка з Луганська Наталія Миронова позбулася онкологічної недуги, Анна Литвиненко звернулася до Фонду, будучи вагітною онкохворою, з проханням врятувати її та її ненародженого сина, Юлія Маличенко, сирота, мати-одиначка, завершила лікування завдяки БФ «Квітна», та інші підопічні Фонду отримали фінансову підтримку у лікуванні від РМЗ. Сьогодні наші підопічні зробили впевнені кроки на шляху до одужання.

БФ «Квітна», реалізуючи свої статутні цілі, також здійснює інформаційно-просвітницьку діяльність з метою запобігання виникненню раку молочної залози у жінок в Україні, а також реалізує інформаційні кампанії, спрямовані на раннє виявлення раку молочної залози у жінок, яке суттєво збільшує шанси жінок на одужання.

У 2016 році був запущений в роботу сайт БФ «Квітна», на якому громадяни можуть отримати не тільки інформацію про діяльність фонду, а й ознайомитися з ексклюзивними матеріалами, пов'язаними із захворюванням на рак молочної залози, його попередження і ранню діагностику. Також створено сторінку у соціальній мережі Фейсбук, де публікуються всі матеріали фонду. Кількість послідовників сторінки сягає понад 104 000, дописи залучили аудиторію від 250 000 до 350 000 осіб.

Для того, щоб поінформувати про важливість огляду у мамолога кожну жінку і зробити щорічне обстеження молочної залози для неї максимально доступним, ми реалізуємо такі проекти: «Обіцяй собі берегти себе» — соціальна кампанія, покликана привернути увагу громадськості до проблеми раку молочної залози в Україні. Участь у ньому взяли 12 найвідоміших жінок України, які закликали українок до проведення щорічних оглядів у мамолога. Всього у 2017 році було розміщено 47 бордів у Києві, Дніпрі, Хмельницьку та Херсоні, 60 сітілайтів у Києві та Хмельницьку, 75 метро лайтів у Києві та постери у медичних установах Житомира, Харкова, Тернопільської, Хмельницької, Одеської, Херсонської, Івано-Франківської областей, а також у Національному інституті раку. Загалом у 2017 році соціальна реклама охопила 6 областей та столицю України. У 2018 році соціальна реклама розміщувалась у містах: Київ, Новоградівка, Дніпро, Черкаси, Слов'янськ, Миколаївка, Волноваха, Маріуполь, Бахмут, Зеленодольськ, Краматорськ, Покровськ, Лиман, Мангуш, Нікопольськ, Костянтинівка та Ужгород.

«Пішла щоб повернутися» — проект для комерційних, державних та громадських організацій, мета якого — щорічний оплачуваний вихідний для кожної жінки, яка працює. Цей день вона зможе присвятити відвідуванню мамолога. «Квітна» в рамках проекту «Пішла, щоб повернутися» закликає керівників усіх масштабів дати співробітницям своїх компаній один вихідний день на рік, щоб жінки могли пройти життєво важливе обстеження у мамолога. До ініціативи активно долучаються компанії та виступають з готовністю потурбуватися про здоров'я співробітниць. Всеукраїнський національний проект «Обладнання для Національного інституту раку» має на меті забезпечити головну державну медичну установу найнеобхіднішим обладнанням задля максимально ефективної боротьби з раком молочної залози та ранньої діагностики.