

## **Nationale-Nederlanden wspiera męską kampanię Movember Polska 2015**

**Nationale-Nederlanden (wcześniej ING Życie) wspiera tegoroczną, polską edycję międzynarodowego ruchu Movember. Celem przedsięwzięcia jest podnoszenie świadomości mężczyzn w zakresie profilaktyki nowotworowej.**

Jest to coroczna akcja, trwająca miesiąc, w której uczestnictwo polega na zapuszczeniu wąsów w listopadzie jako manifestacji włączenia się w kampanię. Poprzez zainteresowanie mężczyzn udziałem w niej ruch Movember ma nadzieję osiągnąć wzrost liczby wczesnych diagnoz oraz efektywnej walki z chorobą. Poza zachęcaniem panów do regularnych badań Movember stara się także przekonać ich, że powinni m.in. prowadzić zdrowszy tryb życia.

*Włożyliśmy dotychczas wiele energii w działania, mające na celu propagowanie profilaktyki nowotworowej. Aktualnie, już jako Nationale-Nederlanden rozszerzamy spektrum naszych działań i tym samym robimy kolejny krok w tak ważnym temacie, jakim jest zachęcenie Polaków do korzystania z badań profilaktycznych. Tym razem działania adresujemy również do mężczyzn, bowiem w rozpoczętej przez nas kampanii „Cieszę się, że to zrobiłam/zrobiłem” po raz kolejny podejmujemy temat chorób nowotworowych. Z organizatorami kampanii Movember Polska połączył więc nas wspólny cel – przekonanie panów do stosowania profilaktyki nowotworowej. Wierzymy, że dzięki niestandardowym akcjom zachęcimy mężczyzn do troski o to, co najważniejsze – własne zdrowie i życie. Bo profilaktyka nowotworowa to nic skomplikowanego i trudnego. Wystarczy tylko chcieć wdrożyć jej zasady do codziennego życia i konsekwentnie je stosować. Warto, bo jest to najprostszy krok do zdrowia – wyjaśnia Marta Pokutycka-Mądrala, Dyrektor Departamentu Komunikacji Korporacyjnej w Nationale-Nederlanden.*

W ramach akcji Movember Polska organizatorzy zaplanowali m.in. spotkania w barbershopach na terenie całej Polski, gdzie panowie będą mogli nauczyć się samobadania oraz imprezy towarzyszące, w tym 8 listopada w Katowicach „Bieg dla jaj”.

Ponieważ głównym celem kampanii jest przede wszystkim edukacja, jej inicjatorzy zaplanowali także zbiórkę pieniędzy. Dochód z niej przeznaczony zostanie na wydanie książki dla ojców i synów w każdym wieku, którą będą mogli przeczytać wspólnie i dowiedzieć się z niej, jak na różnych etapach swojego życia dbać o swoje zdrowie intymne i profilaktykę męskich nowotworów.

*Chcemy nauczyć mężczyzn, jak badać się samemu i kiedy zgłosić się do lekarza, ponieważ odpowiednio wcześnie zdiagnozowany rak jądra ma wyleczalność na poziomie 92%. A ponieważ mężczyźni nie są chętni do rozmawiania o swoich problemach natury intymnej spotykamy się z nimi w wyjątkowym otoczeniu męskich enklaw, jakimi są barbershopy, aby zachęcać ich do pogłębiania wiedzy o profilaktyce nowotworowej, podając ją w przyjaznej i atrakcyjnej formie – zaznacza Jakub Kajdaniuk, Fundacja Światelko, organizator polskiej edycji akcji Movember Polska.*

Szczegółów na temat akcji można szukać na stronie [www.movember.org.pl](http://www.movember.org.pl) oraz profilu na Facebooku [Movember Polska](#).

\*\*\*

Kontakt:

Marta Pokutycka-Mądrala T: 607 629 812 E: [marta.pokutycka-madrala@nn.pl](mailto:marta.pokutycka-madrala@nn.pl)

Krzysztof Pilaszek T: 602 240 259 E: [krzysztof.pilaszek@multipl.pl](mailto:krzysztof.pilaszek@multipl.pl)

**Nationale-Nederlanden** oferuje produkty ubezpieczeniowe, emerytalne i inwestycyjne zabezpieczając finansową przyszłość swoich Klientów i ich bliskich. Jako firma odpowiedzialna społecznie angażuje się również i działa w obszarze istotnych problemów społecznych dotyczących zdrowia i jakości życia Polaków.

**Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A.** rozpoczęło działalność w Polsce 2 sierpnia 1994 roku na podstawie zezwolenia Ministra Finansów.

Nationale-Nederlanden TUnŻ jest częścią **NN Group N.V.**, spółki notowanej na giełdzie w Amsterdamie, która powstała w wyniku wydzielenia z Grupy ING działalności ubezpieczeniowej i zarządzania aktywami.