**Kampania Złotej Wstążki wystartowała**

**Codziennie troje dzieci dowiaduje się, że ma nowotwór. 80% dzieci w Polsce, u których wykryto nowotwór, zdrowieje. Innowacyjne metody leczenia umożliwiają większości małych pacjentów wolne od choroby dzieciństwo. Eksperci podkreślają: im szybciej zdiagnozujemy nowotwór, tym większe szanse na powrót do zdrowia, jednak by tak się działo, potrzebna jest czujność onkologiczna u lekarzy pierwszego kontaktu i rodziców oraz dostęp do nowoczesnych terapii. W celu zwiększenia świadomości nowotworów dziecięcych w Polsce oraz pozyskania środków na leczenie dzieci Fundacja „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową” inicjuje ogólnopolską Kampanię Złotej Wstążki.**

Kampania społeczna, której symbolem jest złota wstążka, ruszyła 1 września.

– Poprzez pozytywny charakter i przekaz kampanii chcemy zaangażować wszystkich na rzecz walki z nowotworami dziecięcymi. Zależy nam na tym, żeby każde dziecko, które zachoruje na raka, miało realną szansę na wyzdrowienie. Organizując kampanię, pragniemy też pokazać solidarność z chorymi i ich rodzinami. Ponadto naszym celem jest podniesienie świadomości społecznej i zwrócenie uwagi na onkologię dziecięcą. Czasem naprawdę niewiele trzeba, żeby uratować dziecko i dać mu szansę przeżyć szczęśliwe dzieciństwo – wyjaśnia Przemek Pohrybieniuk, prezes zarządu Fundacji „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”.

**Poznaj „Prawdziwych Bohaterów”**

W ciągu całego miesiąca, aby podkreślić siłę, jaka płynie z solidarności i wsparcia, zostaną pokazane historie: dzieci, ich rodzin, personelu medycznego oraz wolontariuszki. Są to właśnie bohaterowie, którzy wygrali z nowotworem, ale także tacy, którzy nadal zmagają się z chorobą oraz osoby, które im towarzyszą.

Obok nich zostaną przedstawione osoby publiczne, które wsparły Kampanię Złotej Wstążki. Będą to: Maja Popielarska – prezenterka telewizyjna i autorka książek o tematyce ogrodniczej, Maciej Orłoś – dziennikarz nowych mediów, Naval – weteran, były żołnierz Jednostki Wojskowej GROM oraz Magdalena Loska – Wielokrotna Mistrzyni Świata, Europy i Polski w brazylijskim Jiu Jitsu. Wystąpili w spocie, by zwrócić uwagę na fakt, że prawdziwe bohaterstwo nie dotyczy osób z pierwszych stron gazet czy ekranów telewizorów, ale właśnie tych, którzy na co dzień walczą o życie z nowotworem.

**Jak możesz się zaangażować?**

Organizatorzy kampanii przewidzieli szereg aktywności, w które może włączyć się każdy – od gestów wsparcia i solidarności związanych z symbolem „złotej wstążki”, poprzez wyzwania sportowe, kończąc na działaniach związanych z pozyskiwaniem funduszy.

Jedną z ważniejszych inicjatyw w ramach Kampanii Złotej Wstążki jest RakReaton, czyli ogólnopolskie wyzwanie pokonania miliona kilometrów we wrześniu 2020 roku. Celem jest zebranie 100 000 złotych na leczenie dzieci chorych na nowotwory. Taką sumę zadeklarowali przekazać partnerzy wyzwania: Fundacja LOTTO im. Haliny Konopackiej, której fundatorem jest Totalizator Sportowy, oraz Grupa IMPEL.

– Podjęcie wyzwania rekreacyjnego pozwoli utożsamić się z sytuacją dzieci chorych na raka, które codziennie walczą o swoje zdrowie i życie. W ten sposób chcemy pokazać, że każdy może coś dla nich zrobić i nie musi być sportowcem, aby wziąć udział w RakReatonie! Liczy się każdy wysiłek fizyczny – spacer, nordic walking, bieg, jazda na rowerze. Wierzymy, że wspólnie możemy osiągnąć cel miliona kilometrów – tłumaczy Przemek Pohrybieniuk.

Partnerem technologicznym wyzwania jest aplikacja Activy.

Kampanii będą również towarzyszyły działania w mediach społecznościowych. Na Instagramie pojawi się Wyzwanie Złotej Wstążki, czyli aktywacja, polegająca na szerzeniu świadomości o nowotworach dziecięcych poprzez udostępnianie zdjęć z symbolem złotej wstążki oznaczonych #zlotawstazka.

Do inicjatywy dołączył także portal Siepomaga.pl, organizując specjalną zbiórkę na wsparcie „Programu Broviac. Krócej w szpitalu”. Pozyskane fundusze sfinansują specjalistyczne zestawy medyczne, dzięki którym chore dzieci będą spędzać mniej czasu w szpitalu podczas terapii onkologicznej. Koszt 3-miesięcznego zestawu do stosowania Broviaca wynosi ok. 1000 zł.

Przez cały okres trwania kampanii będzie można dokonywać wpłat online poprzez stronę [www.zlotawstazka.pl](http://www.zlotawstazka.pl) na rzecz wyleczenia dzieci chorych na nowotwory.

**Po co to wszystko?**

Nowotwory u dzieci rozwijają się bardzo szybko i nie mają typowych dla osób dorosłych objawów, co utrudnia ich wczesną diagnozę. Ponadto choroby nowotworowe u dzieci są dość rzadkie – stanowią zaledwie 1,5 proc. nowotworów występujących w całej populacji. Jednocześnie są drugą co do częstości przyczyną śmierci najmłodszych. W Polsce co roku ponad tysiąc rodzin słyszy diagnozę: „Państwa dziecko ma nowotwór”.

Najczęstsze nowotwory dziecięce to białaczki, które stanowią średnio 35 proc. wszystkich nowotworów rozpoznawanych u dzieci w Polsce. Na drugim miejscu pod względem częstości występowania znajdują się nowotwory ośrodkowego układu nerwowego, które stanowią ok. 23 proc. wszystkich nowotworów, a na trzecim – chłoniaki (ok. 10 proc.).

Jak tłumaczy prof. Alicja Chybicka, kierownik kliniki Przylądek Nadziei, gdzie każdego roku leczy się 2000 małych pacjentów. – W Polsce rozpoznanie nowotworów dziecięcych następuje najczęściej w zaawansowanym stadium raka, czyli w III i IV stopniu, co jest największym wyzwaniem terapeutycznym. Świadczą o tym trudności w postawieniu szybkiej diagnozy oraz nietypowe i niespecyficzne objawy. Aby poprawić sytuację, niezbędne jest więc edukowanie lekarzy podstawowej opieki zdrowotnej w kierunku wczesnej diagnostyki nowotworów u dzieci. Potencjalne objawy raka u dzieci powinny skłaniać rodziców do szybkiej konsultacji ze specjalistą. Istotne jest także uzyskanie możliwości szybszego wykonywania badań ultrasonograficznych u dzieci z objawami wskazującymi na chorobę nowotworową i wdrożenie skutecznego celowanego leczenia.

Pozytywną informację stanowi fakt, że od czasu wprowadzenia terapii kompleksowej z zastosowaniem cytostatyków, radioterapii i leczenia chirurgicznego, obserwuje się stałą poprawę przeżywalności. Nowoczesne metody leczenia sprawiają, że 80 proc. dzieci dostaję szansę na wyzdrowienie. Terapia może jednak trwać kilka lat i być bardzo kosztowna, dlatego wciąż 1 na 5 dzieci nie udaje się pomóc.

Polska onkologia dziecięca boryka się z problemami, takimi jak: brak badań klinicznych nad lekami dla dzieci chorujących na raka, niedostateczna refundacja leków i terapii, niedostępność nowoczesnych metod leczenia ze względu na wysoki koszt lub konieczność leczenia za granicą na warunkach komercyjnych czy niewystarczające wsparcie psychologiczne oraz brak wyspecjalizowanej kadry medycznej.

– Nie godzimy się na to i dzięki m.in. wsparciu [fundacji](http://naratunek.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=136791&hash=187ac60cca3703b339331e92bcf5466anaratunek.org) w Przylądku Nadziei podwyższamy standardy, które pozwalają ratować dzieci. Ta kampania umożliwi nam to działanie na większą skalę – dodaje prof. Alicja Chybicka.

**Dlaczego Fundacja „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”?**

Fundacja „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową” już od 29 lat z powodzeniem działa w obszarze onkologii dziecięcej. To właśnie z inicjatywy fundacji powstała jedna z najnowocześniejszych klinik dla dzieci w Polsce – Przylądek Nadziei we Wrocławiu. To jednocześnie największy ośrodek przeszczepowy w Polsce – co drugi przeszczep szpiku u dzieci w Polsce jest przeprowadzany w Przylądku Nadziei. Ośrodek wrocławski przeprowadził pierwsze w Polsce podanie CAR-T-cells u dzieci. Dzięki wsparciu fundacji doświadczeni eksperci poszerzają swoją wiedzę, otrzymują nowoczesny sprzęt medyczny, zapewniając tym samym niezbędną pomoc dzieciom chorym na raka i ich rodzinom.

**Kto wspiera kampanię?**

W kampanię zaangażowało się wiele instytucji oraz firm. W zależności od rodzaju wsparcia są to partnerzy honorowi i merytoryczni, sponsorzy, partnerzy biznesowi, technologiczni i medialni.

Więcej informacji na stronie internetowej kampanii [www.zlotawstazka.pl](http://www.zlotawstazka.pl) .