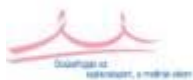


Séta a nők egészségéért

2009. szeptember 29.



2009. október 4-én este 20.00 órától nyolcadik alkalommal rózsaszín megvilágításba borul újra a magyar főváros egyik legszebb hídja: a Lánchíd. A kivilágított hídon ezrek sétálnak át azzal a céllal, hogy a rendezvény során és a média segítségével felhívják a magyar közvélemény figyelmét arra, hogy a behívott nők menjenek el az ANTSZ mellrák szűrésére, mert az idejében felismert mellrák gyógyítható.

Október világszerte a mellrák elleni küzdelem hónapja, amelynek már hagyományos jelképe hazánkban a minden évben megrendezésre kerülő Lánchídi séta és Rózsaszín Egészségnap.

Idén október 4-én (vasárnap) a Roosevelt téren, a Lánchíd pesti hídfőjénél a Magyar Tudományos Akadémia előtt délután 16.00 órától egészségügyi és szórakoztató programok várják a családokat és az érdeklődőket.



Az MTA Székházában délután tudományos szimpózium kerül megrendezésre a Pfizer, a szimpózium fő támogatója és egyben az egyesület egyik meghatározó szereplője segítségével. Este pedig a rózsaszínre világított Lánchídon vonul át a több ezer résztvevő. Hazánkban a 45-65 év közötti nőket két évente hívja az ANTSZ lakóhelyük szerint illetékes mammográfias szűrővizsgálatra. Jelenleg a leginkább veszélyeztetett korosztályhoz tartozó nők mindössze 38%-a tesz e felhívásnak eleget, ezért az Egyesület évről-évre újabb programokkal igyekszik ösztönözni a részvételi kedvet.

„Reméljük, hogy ezekkel a kezdeményezésekkel minél több hölgyhöz jut el üzenetünk, hogy törődjön az egészségével, hogy ne feledkezzen meg a szűrésről, mert az időben felismert mellrák több mint 90 százalékos hatékonysággal gyógyítható. Az egészség rajtunk múlik!” – mondja Körtvélyes Éva, az egyesület elnöke.

A mellrák ellen küzdő Egészség Hídja Összefogás Egyesület a hagyományos Lánchídi séta mellett 2009-ben új termékekkel és új kezdeményezésekkel is felhívja a hölgyek figyelmét a szűrés és az egészséges életmód fontosságára. „Egészség Hídja PartnerLánc” néven új, az Összefogást támogató cégeken belül indul egy, az egészségtudatosságot növelő kampány, ami idén e cégek mintegy százezer munkatársát éri el több lépcsőben az Összefogás üzeneteivel.