

Sherlock Holmes głowi się nad tajemniczą zagadką. Na tablicy widać mnóstwo tropów mających prowadzić do rozwiązania. Detektyw głowi się, jak połączyć fakty: poty nocne, kaszel, świąd, zmęczenie, utrata wagi, wysoka temperatura... Tym razem z pomocą przychodzi mu dr Watson, uwagę koncentrując na węzłach. To on odkrywa tajemnicę – sprawcą okazuje się chłoniak.

Pod hasłem "Przejrzyj chłoniaka" rusza tegoroczna kampania stworzona przez młodzież w ramach programu "Mam Haka na Raka". "Nie baw się w Sherlocka. Zaufaj lekarzowi. To jemu podaj wszystkie objawy" – takim apelem kończy się reklama. Scenariusz przygotowały licealistki z III LO w Gdańsku, laureatki VII edycji Ogólnopolskiego Programu dla Młodzieży "Mam Haka na Raka", a finalną kreacją i produkcją spotu zajęła się Fabryka Komunikacji Społecznej. Powstał spot telewizyjny, radiowy i plakat. Spot wyreżyserował Dariusz Zatorski.

Organizatorem "Mam Haka na Raka" jest Polska Unia Onkologii, a partnerem strategicznym firma GlaxoSmithKline. Program jest ogólnopolską inicjatywą skierowaną do młodzieży szkół ponadgimnazjalnych, mającą na celu umiejętne zaangażowanie młodych ludzi w proces edukacyjny związany z profilaktyką nowotworową. FKS już po raz piąty współpracuje przy tym projekcie.

W ramach tegorocznej kampanii uruchomiony zostanie serwis, w którym znajdą się informacje dotyczące chłoniaka. Działania promocyjne będą też prowadzone w mediach ogólnopolskich i regionalnych do końca bieżącego roku.

Źródło: www.kampaniespoleczne.pl