

Warszawa, 16.05.2018

## #WOLEWIEDZIEC – rusza kampania społeczna popularyzująca badania na obecność wirusa HIV

---

**„Każdego dnia w Polsce nawet trzy osoby dowiadują się, że są zakażone wirusem HIV. Aż dwie trzecie zakażonych nie ma takiej świadomości, bo po prostu się nie bada” – akcja #WOLEWIEDZIEC ma za zadanie poprawienie tych druzgocących statystyk.**

O tym, z jak poważnym problemem mamy do czynienia, mówią dane epidemiologiczne. Od początku epidemii, czyli od 1985 roku, do lipca 2017 roku, wirusa HIV wykryto w Polsce u 22 657 osób. W tym samym czasie odnotowano ponad 3,5 tysiąca zachorowań na AIDS, a 1382 osoby z powodu tej choroby zmarły. Co roku liczba zakażonych wzrasta o kilkanaście procent. W 2015 roku Polska znalazła się nawet na niechlubnej liście 10 krajów Europy z największą liczbą nowych zakażeń HIV. Dwie trzecie zakażonych wirusem HIV nie wie o swojej chorobie. Żyją z nią, nie zdając sobie z tego sprawy, tym samym narażając innych na zakażenie i zmniejszając swoje szanse na spokojne życie, które mogliby prowadzić dzięki stałej kontroli lekarza i terapii antyretrowirusowej.

Dlatego MAC Cosmetics wraz z MTV Polska i FASHION MAGAZINE postanowiły uruchomić akcję #WOLEWIEDZIEC. Projekt wspierają Ambasadorzy: Grażyna Wolszczak, Robert Biedroń, Natalia Siwiec, Karolina Pisarek, Piotr Grabarczyk i Michał Baryza.

Ambasadorzy wzięli udział w specjalnej sesji zdjęciowej, która będzie promować całą akcję. Efekty sesji można zobaczyć w najnowszym numerze FASHION MAGAZINE, którego emisja przewidziana jest na 14go maja. Projekt będzie promowany oraz w mediach społecznościowych organizatorów i Ambasadorów akcji.

Symbolem akcji #WOLEWIEDZIEC jest serce z czerwoną wstążką. Okazaniem poparcia dla akcji jest malowanie na skórze symbolu akcji oraz oznaczanie zdjęć hasztagiem #WOLEWIEDZIEC.

### M·A·C AIDS Fund/ VIVA GLAM

W 1994, gdy AIDS rozprzestrzeniało się w postępie geometrycznym na całym świecie, założyciele M·A·C szukali sposobu przeciwstawienia się epidemii. Zachęteni wsparciem pracowników, postanowili stworzyć M·A·C AIDS Fund i z organizacji walczących z HIV/AIDS uczynić beneficjenta charytatywnej działalności firmy. Do chwili obecnej, dzięki różnym inicjatywom mającym na celu zbiórkę pieniędzy, jak VIVA GLAM, kartki okolicznościowe Kids Helping Kids oraz dzięki pomocy słynnych rzeczników z branży rozrywkowej i świata mody, M·A·C AIDS Fund zebrała ponad 300 milionów dolarów.



Przedwczesna śmierć Franka Angelo w 1997 roku była początkiem nowego rozdziału w historii M·A·C. W roku 1998 Estée Lauder Companies nabyły pozostałe udziały firmy, a John Demsey został mianowany prezesem M·A·C. Pod jego zarządem wzmocniła się więź pomiędzy modą, przemysłem kosmetycznym i kulturą, dzięki czemu M·A·C zachował swój nowatorski charakter. Walnie przyczynił się on do inicjowania współpracy z takimi gwiazdami jak Linda Evangelista, Liza Minnelli, Pamela Anderson, Catherine Deneuve i inne, oraz lansowania programów M·A·C VIVA GLAM i Beauty Icon.

Rozwijając się, M·A·C nieustannie zaspokaja potrzeby swoich klientów, ciągle poszerzając istniejące i wprowadzając nowe kategorie, z których każda jest odpowiedzią na zapotrzebowanie wśród najważniejszych ambasadorów M·A·C – profesjonalnych artystów makijażu. Równie ważne jak wzrost sprzedaży na rynkach międzynarodowych jest zaangażowanie firmy w M·A·C AIDS Fund, serce i duszę marki.

#### **DOŁĄCZ DO NAS I TY I WESPRZYJ #WOLEWIEDZIEC!**

Namaluj sobie symbol akcji (serce z czerwoną wstążką) pomadką, zrób sobie zdjęcie i opublikuj je w mediach społecznościowych, zamieszczając poniższe hasztagi:

#WOLEWIEDZIEC #FashionMagazinePolska #MACAIDSFUND #MAF #VIVAGLAM #MACCOSMETICS

Promując ideę kampanii społecznej #WOLEWIEDZIEC świadomie przyczyniasz się do walki z utartymi schematami nt. HIV/AIDS.

#### KONTAKT DLA MEDIÓW:

ANNA KWAŚNIK

MAC Marketing and PR Manager

akwasnik@maccosmetics.com.pl

TEL. 668 480 984

**FASHION**  
The Magazine



**MAC**

# MAC AIDS FUND



FASHION! The Magazine



MAC