

La moda lucha contra el cáncer de mama

La firma Polo Club desvela #MySelfAgain, una llamada al amor propio sin fisuras, en forma de colección solidaria y limitada, cuyos beneficios irán íntegramente destinados a CRIS Contra el Cáncer

Una de cada ocho españolas será diagnosticada de cáncer de mama a lo largo de su vida. Este tumor es la primera causa de muerte por cáncer y el tipo de cáncer más frecuente entre las mujeres en España. Cada año se diagnostican más de 33.000 casos, 18.000 más que hace diez años, según los datos de CRIS contra el Cáncer, organización de carácter privado e independiente cuyo objetivo es fomentar y financiar proyectos de investigación para el tratamiento y cura del cáncer.

Las estadísticas son contundentes e incontrovertibles al respecto de una enfermedad que, desgraciadamente, afecta a demasiadas mujeres en nuestro país, y en el mundo, y que celebra el 19 de octubre el día internacional dedicado a su lucha. La iniciativa, promovida por la Organización Mundial de la Salud, pretende crear conciencia y promover que, cada vez, más mujeres accedan a controles, diagnósticos y tratamientos oportunos y efectivos, ya que, la detección precoz es la única manera de mejorar el pronóstico y la supervivencia de las mujeres afectadas por la enfermedad.

La firma española Polo Club, se une a la causa con la intención de dar visibilidad a la importancia de realizarse revisiones médicas para conseguir una detección temprana pero, sobre todo, para financiar proyectos de investigación que posibiliten la erradicación de la enfermedad. Para lograrlo, la marca ha lanzado una colección cápsula solidaria de 30 piezas cuyos beneficios irán destinados en su totalidad a CRIS. En la propuesta, que se pondrá a la venta el día 13 de Octubre y estará disponible durante todo el mes, destacan: polos, jerseys o sudaderas en diferentes matices de rosa, el color emblema de la causa, así como otros guiños en tonos pasteles y neutros.

Poniendo en valor el empoderamiento de la mujer en la sociedad actual, la etiqueta se propone lanzar un mensaje global de empatía, solidaridad, positividad y superación. Así se ha materializado en una campaña que cuenta con testimonios de mujeres que han superado la enfermedad. Un discurso con el que según reconocen, quieren "conseguir generar una empatía global. No solo ayudaremos a las mujeres que están luchando contra el cáncer, sino también a todas aquellas que olvidaron lo importante que es quererse a sí mismas, aún cuando la enfermedad no les afecta, conectando con los valores de autenticidad y naturalidad de Polo Club" reconoce Alex Sanchez, Co-CEO & CMO de la marca.

La compañía no solo donará el 100% de los beneficios de la colección #MyselfAgain a la Fundación CRIS contra el cáncer para la investigación, si no que habilitará, además, una opción de donación personalizada a disposición de todos los usuarios que deseen realizar el gesto.

La etiqueta Polo Club lleva años evolucionando el (difícil) concepto del básico perfecto de fondo de armario con un amplio repertorio de piezas que se conciben con vocación de perdurabilidad: básicas, atemporales y de calidad. La etiqueta española dispone de un nutrido abanico de opciones entre las

que destacan los polos de manga corta y manga larga, sudaderas con y sin capucha o camisetas, entre otras opciones infalibles para hombre, mujer y niño. Con un discurso enfocado en la funcionalidad de cada diseño, la enseña desarrolla colecciones que se renuevan periódicamente. Destaca la línea 'Organics'; realizada a partir de desechos de plástico reciclado o la edición limitada MySelfAgain, con un mensaje global de superación y empatía.

Datos de contacto:

Bruno Fabra
605 244 170

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Moda](#) [Emprendedores](#) [Solidaridad y cooperación](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>