Alivia - Fundacja Onkologiczna
ul. Niedźwiedzia 4C
02-737 Warszawa

Warszawa, 30 września 2026 roku

Ponad 90% szans na wyleczenie raka piersi. Dlaczego tylko co trzecia Polka robi mammografię?

1 października rozpoczyna się Pink October – Miesiąc Świadomości Raka Piersi. W Polsce z bezpłatnej mammografii korzysta zaledwie 33,5% uprawnionych kobiet – zdecydowanie mniej niż zakładała Narodowa Strategia Onkologiczna, która wyznaczyła cel na poziomie 60%[1]. Jednocześnie rak piersi wykryty odpowiednio wcześnie daje ponad 90% szans na skuteczne wyleczenie. Onkofundacja Alivia zwraca uwagę, że sama edukacja nie wystarczy – potrzebny jest system, który aktywnie przypomina o badaniu i ułatwia jego wykonanie.

Rak piersi wykryty wcześnie może być skutecznie wyleczony

Rak piersi jest najczęściej diagnozowanym nowotworem u kobiet w Polsce i w całej Unii Europejskiej. Obecnie wśród kobiet diagnozuje się **ponad 21 tys. nowych zachorowań rocznie[2].** Jednocześnie jest to nowotwór, który – wykryty odpowiednio wcześnie – daje **ponad 90% szans na skuteczne wyleczenie**.

Dlatego tak duże znaczenie ma profilaktyka i wykrywanie choroby, zanim pojawią się jej objawy. **Mammografia pozwala znaleźć zmiany, które mogą być jeszcze niewyczuwalne i daje szansę na rozpoczęcie leczenia na wczesnym etapie.** Problem w tym, że w Polsce wciąż korzysta z niej zdecydowanie zbyt mało kobiet.

33,5% zamiast 60%

Na koniec 2025 roku na profilaktyczną mammografię zgłosiło się 33,5% uprawnionych kobiet. To wynik niższy niż na początku realizacji Narodowej Strategii Onkologicznej – w 2020 roku zgłaszalność wynosiła około 39%. Tymczasem Strategia zakładała osiągnięcie poziomu 60% do końca 2024 roku. **Oznacza to, że nie tylko nie zbliżamy się do celu 60%, ale zgłaszalność spadła poniżej poziomu odnotowanego w 2020 roku[3].**

Warto podkreślić, że w latach 2012–2016, kiedy kobiety otrzymywały imienne zaproszenia, zgłaszalność wynosiła około 42–44% rocznie[4]. Po 2016 roku zrezygnowano z wysyłki imiennych zaproszeń, a Polska nie wprowadziła ciągłego systemu zapraszania i przypominania o badaniach na wzór rozwiązań stosowanych w części państw europejskich.

[1] https://alivia.org.pl/wp-content/uploads/sites/10/2026/07/RAPORT-NSO-2026_ebook-2.pdf
[2] https://onkologia.pacjent.gov.pl/pl/kompendium-chorob-nowotworowych/piers/epidemiologia
[3] https://alivia.org.pl/wp-content/uploads/sites/10/2026/07/RAPORT-NSO-2026_ebook-2.pdf
[4] https://www.pto.med.pl/sites/default/files/aktualnosci/C50%20raport%20PTO%20final%2029.09.%20.pdf

- *Wczesne wykrycie raka piersi może zdecydować o przebiegu leczenia, dlatego tak trudno zaakceptować sytuację, w której z mammografii korzysta zaledwie co trzecia uprawniona kobieta. Od lat słyszymy, że trzeba zwiększać świadomość i zachęcać do badań. Tymczasem dane pokazują, że sama komunikacja nie wystarcza. Potrzebujemy systemu, który aktywnie przypomina kobietom o mammografii i maksymalnie ułatwia wykonanie badania* – mówi Paulina Gadomska-Dzięcioł, Koordynatorka ds. relacji zewnętrznych w Onkofundacji Alivia.

W jednych regionach bada się więcej kobiet, w innych – zdecydowanie mniej

Niska zgłaszalność to nie jedyny problem. Różnice w korzystaniu z mammografii są bardzo widoczne w zależności od miejsca zamieszkania.

W województwach pomorskim, lubuskim i wielkopolskim zgłaszalność wynosi około 39%, podczas gdy w województwie opolskim – około 29%. Jeszcze większe różnice widać na poziomie pojedynczych gmin. W niektórych z nich na badania zgłasza się mniej niż 10–15% kobiet, podczas gdy w innych uczestnictwo przekracza 55–60%[5]. Oznacza to, że miejsce zamieszkania nadal może mieć znaczenie dla tego, czy kobieta skorzysta z profilaktyki.

Istotną rolę odgrywają także mammobusy. Około 54–56% mammografii w ramach programu wykonywanych jest mobilnie[6]. To pokazuje, jak ważne jest utrzymywanie sieci mobilnych punktów badań, szczególnie w miejscach, gdzie dostęp do stacjonarnych pracowni jest trudniejszy.

Polki potrzebują skutecznego i sprawnego systemu

Twórcy raportu Polskiego Towarzystwa Onkologicznego “Profilaktyka raka piersi. Zwiększanie uczestnictwa w mammografii: diagnoza problemu i propozycje działań” szacują, że osiągnięcie poziomu uczestnictwa na poziomie około 70% może skutkować zmniejszeniem ryzyka zgonu z powodu raka piersi nawet o około 40% w porównaniu z kobietami, które nie uczestniczą w mammografii przesiewowej[7].

Zdaniem Onkofundacji Alivia Polska powinna wykorzystać dostępne rozwiązania technologiczne, aby profilaktyka była prostsza i bardziej przystępna. Potrzebne są systemowe rozwiązania, które aktywnie przypomną o badaniu i ułatwią jego wykonanie – poprzez imienne zaproszenia, SMS-y, telefony czy Internetowe Konto Pacjenta, a także dzięki większemu zaangażowaniu położnych i lekarzy pierwszego kontaktu. Ważne jest również proste umawianie wizyt i ograniczenie barier organizacyjnych.

Równolegle należy zmniejszać różnice w dostępie i zgłaszalności między województwami, tak aby miejsce zamieszkania nie decydowało o szansie na wczesne wykrycie choroby. Potrzebujemy także skutecznego systemu raportowania badań wykonywanych prywatnie,

[5] https://www.pto.med.pl/sites/default/files/aktualnosci/C50%20raport%20PTO%20final%2029.09.%20.pdf
[6] https://www.pto.med.pl/sites/default/files/aktualnosci/C50%20raport%20PTO%20final%2029.09.%20.pdf
[7] https://www.pto.med.pl/sites/default/files/aktualnosci/C50%20raport%20PTO%20final%2029.09.%20.pdf

aby państwo miało pełny obraz rzeczywistej skali badań profilaktycznych i mogło lepiej planować działania.

Pink October to więcej niż różowa wstążka

Pink October jest okazją, by przypomnieć, że profilaktyka raka piersi nie może być odkładana na później. Wczesne wykrycie choroby daje kobietom ogromne szanse na skuteczne leczenie, dlatego tak ważne jest, by wiedza o badaniach prowadziła do konkretnych działań.

Potrzebujemy zarówno sprawniejszego systemu profilaktyki, jak i komunikacji, która nie straszy chorobą, ale pokazuje, dlaczego warto się zbadać i pomaga zrobić pierwszy krok. Dlatego Onkofundacja Alivia angażuje się w działania edukacyjne, które mają zwiększać wiedzę na temat raka piersi i zachęcać kobiety do regularnych badań.

W ramach tegorocznego Pink October powstała strona internetowa z pakietem rzetelnych informacji i praktycznych wskazówek dotyczących profilaktyki i potrzebnych badań. Treści promujące profilaktykę przeciwnowotworową będę obecne na kilkuset nośnikach digitalowych w całej Polsce, a cykl wideo w mediach społecznościowych Fundacji będzie zachęcał kobiety do regularnych kontroli oraz dbania o zdrowie. W akcję zaangażowała się między innymi Barbara Kurdej-Szatan – ambasadorka Onkofundacji Alivia.

Fundacja wspólnie z polską marką odzieżową Moraj prowadzi również kampanię „RóżSięNaBadania", która przypomina o mammografii, znaczeniu wczesnego wykrywania raka piersi oraz innych ważnych elementach profilaktyki. Symbolem akcji jest limitowana różowa apaszka – 20 zł z każdej sprzedanej sztuki zostanie przekazane Onkofundacji Alivia. Zebrane środki będą przeznaczone na pomoc osobom chorującym na nowotwory, m.in. na finansowanie badań i leczenia oraz wsparcie psychologiczne pacjentek.

***

Onkofundacja Alivia od 16 lat wspiera pacjentów onkologicznych, dodając im odwagi w zmaganiach z rakiem. Działa, aby zapewniać wszystkim równy dostęp do najlepszej opieki onkologicznej. **Prowadzi portal moja.alivia.org.pl oferujący pakiet darmowych benefitów oraz spersonalizowanych informacji o chorobie.** Udostępnia bezpłatne portale takie jak: Alivia Oncoindex, Alivia Onkoskaner, Alivia Onkomapa, Alivia Onkosnajper wspierające pacjentów w podejmowaniu świadomych decyzji dotyczących procesu leczenia. Fundacja broni godności chorych na nowotwory złośliwe wszędzie tam, gdzie łamane są ich prawa. Od 2010 roku przekazała chorym na raka ponad 50 milionów złotych na pokrycie nierefundowanych przez NFZ kosztów leczenia w ramach programu Alivia Onkozbiórka. Szczegółowe informacje na temat działalności i misji Onkofundacji Alivia można znaleźć pod adresem alivia.org.pl.

Kontakt dla mediów:

Alivia - Fundacja Onkologiczna
ul. Niedźwiedzia 4C
02-737 Warszawa

Marta Sikorska
Onkofundacja Alivia
Koordynatorka ds. komunikacji i PR
tel. +48 514 497 254
marta.sikorska@alivia.org.pl