



Charm Luncurkan Produk Edisi Terbatas Kemasan Pink Ribbon Mendukung Gerakan Ayo SADARI Setelah Menstruasi

Bertepatan dengan bulan peringatan kanker payudara, produk pembalut wanita Charm dari PT Uni-Charm Indonesia Tbk meluncurkan produk edisi terbatas Pink Ribbon dimana pada kemasannya terdapat logo slogan “Ayo SADARI Setelah Menstruasi” yang dicanangkan bersama YKPI (Yayasan Kanker Payudara Indonesia) dan karakter dari brand Charm yaitu Chacha. *Design* kemasan ini merupakan hasil kreasi bersama para konsumen melalui *web voting* yang dilakukan lewat situs resmi Charm dari bulan Juli hingga Agustus 2023. Setelah pelaksanaan kegiatan Ayo SADARI Setelah Menstruasi Fun Walk di awal bulan Oktober lalu, dengan melakukan berbagai upaya yang mendukung gerakan Pink Ribbon secara berkelanjutan, diharapkan dapat berkontribusi pada penemuan kasus kanker payudara stadium awal.



◆Latar Belakang

Pada bulan Oktober 2023 ini, Charm meluncurkan produk edisi terbatas kemasan pink ribbon untuk mendukung gerakan periksa payudara sendiri (SADARI) dan menurunkan kasus penemuan kanker payudara stadium akhir. Produk yang diluncurkan adalah Charm Extra Maxi, tersedia dalam 4 varian yaitu Wing (isi 20 Pcs & 28 Pcs) serta Non-Wing (isi 20 Pcs & 30 Pcs). Di bagian depan kemasan terdapat karakter milik Charm yaitu ChaCha, dan

di bagian atas kemasan terdapat logo slogan “Ayo SADARI Setelah Menstruasi” dan ilustrasi tentang cara melakukan pemeriksaan payudara sendiri. Tujuan dari *design* ini adalah sebagai pengingat bagi konsumen untuk melakukan pemeriksaan payudara sendiri secara rutin, setiap kali melihat kemasan Charm Extra Maxi pada masa menstruasi. Produk Charm Extra Maxi edisi terbatas kemasan Pink Ribbon ini akan tersedia di Minimarket, Supermarket serta Hypermarket, dan sebagian platform E-Commerce mulai minggu pertama di bulan Oktober.

◆Aktivitas Pink Ribbon Lainnya

➤ Pemeriksaan Mamografi

Bekerjasama dengan YKPI, menyediakan unit mobil mamografi untuk mendeteksi gejala kanker payudara bagi karyawan wanita berusia diatas 40 tahun. Kegiatan rencananya akan dilaksanakan pada akhir bulan Oktober di gedung Sinarmas MSIG Jakarta, dan dapat diikuti oleh karyawan wanita dari perusahaan-perusahaan yang bertempat di gedung tersebut.

➤ Sosialisasi SADARI (Periksa Payudara Sendiri)

Mengadakan kegiatan sosialisasi SADARI kepada lebih dari 600 partisipan, yang meliputi tidak hanya karyawan PT Uni-Charm Indonesia Tbk saja tetapi juga SPG (*Sales Promotion Girl*) untuk memberikan pemahaman tentang bahaya kanker payudara, serta pentingnya deteksi di stadium awal.

➤ Menambahkan USG Mammoe ke Medical Check Up Karyawan

Sebagai upaya untuk melindungi karyawan wanita berusia diatas 40 tahun dari kanker payudara, PT Uni-Charm Indonesia Tbk menambahkan USG Mammoe sebagai salah satu item pemeriksaan pada medical check up karyawan yang dilakukan rutin setiap tahun.

◆Tanggapan Presiden Direktur Takumi Terakawa

Bertepatan dengan bulan peringatan kanker payudara, Charm telah melakukan berbagai kegiatan baik bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan demi menyebarkan gerakan Ayo SADARI Setelah Menstruasi. Kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu Linda Agum Gumelar sebagai salah satu founder dan anggota YKPI lainnya yang turut berkolaborasi. Selain itu, untuk mempenetrasikan pemeriksaan payudara sendiri secara rutin dan memberikan edukasi terkait kanker payudara ke berbagai wilayah di Indonesia, di tahun ini pun kami kembali memberikan donasi kepada YKPI. Dengan ini diharapkan dapat berkontribusi pada upaya Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menuju 0 (nol)

penemuan kasus kanker payudara stadium lanjut. Untuk selanjutnya pun, Charm akan selalu mengupayakan yang terbaik untuk dapat menghilangkan ketidaknyamanan yang dirasakan wanita, agar menjadi brand yang paling dipercaya.



(Kiri-Kanan) Foto Ibu Sri Direktur, Ibu Linda dari YKPI dan Terakawa Presiden Direktur

◆Kontribusi pada “17 target SDGs”

Dari 17 target SDGs (Sustainable Development Goals) yang dicanangkan, melalui kegiatan ini PT Uni-Charm Indonesia Tbk juga berupaya untuk berkontribusi pada target No.3, “Memastikan kehidupan yang sehat dan mendukung kesejahteraan bagi semua untuk semua usia” dan No.17 “Partnership untuk mencapai tujuan”. Langkah ini juga sejalan dengan salah satu elemen slogan perusahaan *Ethical Living for SDGs* yaitu “Aktivitas perusahaan yang dikembalikan pada masyarakat”, untuk kedepannya pun kami akan terus berusaha untuk memecahkan masalah konservasi lingkungan dan sosial, serta berkontribusi pada perwujudan SDGs