**Finally.me – nowa marka, która zmienia sposób mówienia o dobrostanie intymnym**

**Finally.me to marka stworzona z myślą o kobietach i osobach menstruujących, które chcą świadomie dbać o swoje zdrowie intymne – rzetelnie, bez wstydu i na własnych zasadach. W centrum inicjatywy znajduje się Analiza Dobrostanu Intymnego – nowoczesne, edukacyjne narzędzie opracowane przy współpracy zespołu ekspertek i ekspertów Rady Naukowej powołanej przy marce.**

To pierwsze tego typu rozwiązanie na rynku, które w sposób przystępny i merytoryczny pomaga kobietom lepiej zrozumieć swoje ciało, nazwać objawy i przygotować się do rozmowy z lekarzem. Składa się z około 70 pytań opartych na obowiązujących rekomendacjach diagnostycznych , a jego celem jest nie tylko edukacja, ale także zwiększenie sprawczości kobiet w procesie diagnostycznym. Co więcej, anonimowe dane z ankiet będą przekazywane ośrodkom naukowym w celu zmniejszania luki zdrowotnej.

— Nie stawiamy diagnozy, ale dajemy kobietom narzędzie, które pozwala im zrozumieć siebie i zauważyć to, co często umyka — mówi Monika Kowalewska, współzałożycielka marki Finally.me. — To krok w stronę bardziej partnerskiej opieki zdrowotnej.

Finally.me to także linia bezpiecznych, ekologicznych produktów menstruacyjnych – od organicznych podpasek, przez kubeczki, po bieliznę menstruacyjną – a także suplementy wspierające równowagę hormonalną. Marka konsekwentnie stawia na jakość, bezpieczeństwo i realne potrzeby kobiet – bez kompromisów.

Ale Finally.me to coś więcej niż produkty. To przestrzeń edukacyjna i wspólnota – miejsce, w którym kobiety mogą zdobywać wiedzę, zadawać pytania bez tabu i poczuć, że ich zdrowie jest naprawdę ważne.

Pierwszy krok do budowania tej społeczności został postawiony już podczas premiery marki. W ramach wydarzenia odbyła się merytoryczna debata, która otworzyła ważną dyskusję o realnych potrzebach kobiet i wyzwaniach, z jakimi mierzą się w kontakcie z systemem opieki zdrowotnej. Udział w niej wzięły ekspertki – edukatorka Aga Szuścik, Katarzyna Gieroba – założycielka i prezeska Fundacji Endopolki, psychoonkolożka Adrianna Sobol oraz Katarzyna Zillmann, polska wioślarka, wicemistrzyni olimpijska, mistrzyni świata i Europy, która od lat porusza kwestie związane z równouprawnieniem kobiet i osób LGBTQ.

Ekspertki podzieliły się osobistymi doświadczeniami i wiedzą, pokazując, jak wiele jeszcze należy zrobić, by kobiety mogły czuć się zauważone, zrozumiane i realnie wspierane.

„Gdyby nie moja wizyta u ginekologa, nie byłoby mnie dziś tutaj” – powiedziała Aga Szuścik, która opowiedziała o swojej walce z rakiem szyjki macicy. Przypomniała, że ignorowanie objawów – zarówno przez system, jak i przez nas same – może prowadzić do dramatycznych konsekwencji. Jej apel był jasny: „Nie daj się ignorować. Jeśli lekarz Cię nie słucha – idź gdzieś indziej. Twój ból jest prawdziwy.”

O tym, jak ten ból wpływa na życie codzienne, mówiła Katarzyna Gieroba z Fundacji Endopolki, która przez lata sama zmagała się z endometriozą. „Nie mówić, że boli – tego nas uczono. Ale to właśnie milczenie sprawia, że kobiety rezygnują z pracy, z pasji, z życia społecznego. Musimy przestać uznawać cierpienie za normę.”

Adrianna Sobol podkreślała z kolei, jak często kobiety z niewyjaśnionymi objawami kierowane są nie na dalszą diagnostykę, ale do psychiatry. „Emocje to nie przyczyna bólu – to jego skutek. Kobieta z przewlekłym bólem żyje w lęku, a system nie oferuje jej wsparcia. Edukacja, rozmowa i świadomość to klucz do zmiany.”

Katarzyna Zillmann, z kolei zwróciła uwagę na brak dostosowania wiedzy trenerskiej i planów treningowych do fizjologii kobiet. „Nie jesteśmy małymi mężczyznami. Potrzebujemy rzetelnych badań nad ciałem kobiety – nie tylko w sporcie.” Jej wypowiedzi jasno pokazały, że nawet na najwyższym poziomie zawodniczym temat miesiączki i komfortu pozostaje tematem tabu.

Podczas spotkania ogłoszono również współpracę z ambasadorką marki, którą została właśnie Katarzyna Zilmmann.

– Finally.me to wspaniały projekt, który może mieć bardzo duży impact na przyszłość wszystkich kobiet, nie tylko tych w sporcie – mówi Zillmann. – W pełni wierzę w misję marki i cieszę się, że mogę ją wspierać. To dla mnie pretekst do tego, by mówić więcej o kwestiach luki zdrowotnej i edukować innych – podkreśla.

Finally.me zmienia język rozmowy o zdrowiu intymnym – z pełnego niedopowiedzeń i wstydu, na oparty na wiedzy, empatii i sprawczości. Bo kobiety nie potrzebują więcej porad bez treści. Potrzebują przestrzeni, w której ich głos naprawdę się liczy. Nareszcie.

Więcej informacji na stronie marki: <https://finally.me/>