

Tudo rosa

A última edição do catálogo da Avon chegou às mãos do exército de 1,5 milhão de revendedoras da marca com um produto diferente: uma necessaire rosa florida, com custo de R\$ 19,90. A expectativa é que sejam vendidas 180 mil unidades. Descontados custos de produção e distribuição, cada bolsinha dá lucro de R\$ 8,50, que vai reforçar as ações contra o câncer de mama do Instituto Avon. O item, desenvolvido especialmente para a entidade, deve garantir um reforço de R\$ 1,5 milhão a R\$ 2 milhões ao orçamento anual do instituto — que varia entre R\$ 6 milhões e R\$ 7 milhões segundo seu diretor-executivo, Lírio Cipriani. Nas 19 edições anuais dos catálogos Avon há pelo menos um produto que tem 7% do valor de venda destinados ao instituto. Com isso, a entidade que completa uma década no Brasil neste ano, garante recursos para os projetos de prevenção do câncer de mama e combate à violência doméstica.

Em um minuto

Com título sugestivo — “Em briga de marido e mulher se mete a colher” —, um concurso de vídeos de até um minuto é uma das iniciativas que marcam os dez anos do Instituto Avon no Brasil. A ideia é levar jovens e adultos a refletirem sobre formas de enfrentar a violência doméstica, uma questão que tem ganhado força na agenda da entidade. “A violência doméstica é uma epidemia muito mais grave que câncer de mama, uma patologia ainda escondida”, diz Cipriani. As inscrições vão até 15 de setembro e para participar basta fazer o upload do vídeo no hotsite do concurso, em www.minutoad.com.br.

