



## Magyar Public Relations Szövetség „CSR Best Practice 2016” pályázat

### Az AVON Magyarország harca az emlőrák ellen és a 2015-ös mellrákellenes séta

**Pályázott kategória:** nemzetközi cég magyar leányvállalata

**Pályázó cég adatai:**

Pályázat benyújtója: AVON Cosmetics Hungary Kft.

Fő tevékenység: kozmetikai termék kereskedelem

Székhely: 2100 Gödöllő, Haraszti út 3.

Adószám: 10395510-2-44

Bankszámlaszám: 10800007-43299007

**Kapcsolattartó:** Végh-Kósa Anita, kommunikációs vezető

[anita.vegh-kosa@avon.com](mailto:anita.vegh-kosa@avon.com)



## AVON – a nők vállalalta

Az AVON-t 1886-ban alapították az Amerikai Egyesült Államokban. A cég 34 évvel az általános női választójog megjelenése előtt munkalehetőséget biztosított a nőknek, önálló bevételi forrást kínálva számukra.

Jelenleg Tanácsadók segítségével értékesíti az AVON termékeit világszerte, és tartja a kapcsolatot az AVON vásárlók millióival. Mind az AVON Tanácsadók, mind a vevőink jelentős része nő.

Ma az AVON büszkén mondhatja el magáról, hogy a világ egyik legnagyobb közvetlen értékesítő vállalataként évi 10 milliárd dolláros bevétellel több nőt alkalmaz vezetői pozícióban, mint bármely más világcég.

Az AVON a nők vállalataként, **társadalmi felelősségvállalási tevékenységében** is a nőkre koncentrál és olyan problémák megoldásán dolgozik, amelyek a nők életét leginkább meghatározzák. CSR programjai révén egészségük, nőiességük, biztonságuk megőrzésében segíti a hölgyeket.

1995-ben az AVON megalapította az **AVON a Nőkért Alapítványt**, amely a nők megsegítését tűzte ki céljává világszerte. Mára a világ legnagyobb nőket támogató vállalati összefogásává nőtte ki magát, amely először a mellrák elleni harcra fókuszált, de már évek óta elkötelezetten támogatja a családon belüli erőszak elleni harcot is. 2016 márciusában átlépte az 1 milliárd USD-t annak a támogatásnak az értéke, amellyel az AVON nők millióinak életét tette jobbá világszerte.

## Világszerte az emlőrák ellen

Az emlőrák egyike a nőket érintő leggyakoribb daganatos betegségeknek világszerte, ezért az AVON kiemelt céljának tartja, hogy felhívja a nők figyelmét a szűrővizsgálatok és az önvizsgálat fontosságára. Az ENSZ Egészségügyi Világszervezetének (WHO) felmérése szerint az emlőráknak évente 502 000 női áldozata van, amely sokkoló adat, ráadásul világszinten minden 8. nő érintett lehet élete során.

Az AVON 55 országban harcol az emlőrák ellen, és több százmillió dollárt adományozott a kutatások támogatására azért, hogy világszerte javítsák a szakszerű ellátáshoz való hozzáférés lehetőségét. Az AVON „Az Emlőrák Ellen a Nőkért” kezdeményezésnek köszönhetően világszerte több mint 18 millió nő vett részt ingyenes mammográfiai és mellrákszűréseken, és több mint 145 millió nő részesült oktatásban a mellrákkal kapcsolatban. A vállalat emellett ígéretes kutatásokat támogatott a mellrák kialakulásának okaival kapcsolatban.



### AVON Globális Mellrákellenes Klinikai Ösztöndíjprogram

Az AVON – mellrákellenes harcának részeként – nemzetközi szinten évek óta meghirdeti ösztöndíj programját, amelyen a világ különböző tájain élő, mellrák gyógyításával foglalkozó orvosok vehetnek részt egy igen szigorú, kétlépcsős kiválasztás eredményeképpen. 2014-ben az AVON Globális Mellrákellenes Klinikai Ösztöndíjprogramjára egy magyar orvos is felvételt nyert. Dr. Újhelyi Mihály, az Országos Onkológiai Intézet daganatsebész jelöltje két hónapot tölthetett el az AVON jóvoltából New Yorkban azért, hogy olyan új emlőrák gyógyítási technikákat, műtéti eljárásokat tanuljon, amelyek segítségével Magyarországra visszatérve javítani tudja a betegek ellátásának színvonalát.

### Az AVON Magyarország emlőrákellenes harca

Magyarországon évente 6-7 ezer nőnél diagnosztizálnak mellrákot, és több mint évi 2000 haláleset írható a betegség számlájára. Szinte nincs olyan ember, aki a családja, a baráti vagy ismeretségi köre révén ne lenne érintett.

Az anyavállalat mintáját követve az AVON Magyarország emlőrák elleni küzdelme adománygyűjtő kitűzők értékesítésével kezdődött 1998-ban. Az adománygyűjtés azóta is töretlenül zajlik: az AVON Magyarország minden egyes eladott termék után 1 Ft-ot automatikusan egy **donációs alapba** helyez, míg az adománygyűjtő termékek teljes haszna is ide kerül. Ebből a donációs alapból a vállalat két fajta tevékenységet valósít meg: **egyrészt adományokat ad** különböző kórházaknak, alapítványoknak, intézményeknek, amelyek a mellrák gyógyítás és kezelés terén tevékenykednek, **másrészt**



**figyelemfelkeltő kampányokat valósít meg**, amelyek a lakosság figyelmét hívják fel a problémára, kihangsúlyozzák a rendszeres önvizsgálat és a szűrések fontosságát.

### Adományozási tevékenység

Az AVON Magyarország különböző szervezetekkel együttműködve igyekszik megtalálni az adományok legjobb helyét. Folyamatosan keresi azokat a szakembereket, alapítványokat, egyesületeket, akikkel kölcsönösen támogathatják egymást, és ennek eredményeképp adományai a legmegfelelőbb helyekre kerülhetnek. Fontosnak tartja továbbá az érintettekkel való párbeszédet, amikor egy adott társadalmi kérdés feltérképezéséhez az ő segítségükkel keresik meg a legfontosabb akadályokat, problémákat és közösen alkotják meg azt a stratégiát, amely változást jelenthet a probléma megoldásában.

Az AVON Magyarország az évek során több mint 500 millió forintot juttatott különböző non-profit szervezeteknek, ezzel támogatva a nőket érintő leggyakoribb rákos megbetegedés hatékony kezelését. Általában két célra adakozik: egyrészt mammográfiás és egyéb diagnosztikai készülékeket vásárol kórházak, rendelőintézetek számára; másrészt a rákkutatás előrehaladását támogatja pénzadományokkal, vagy épp kutatási készülékek biztosításával.

#### Jelentősebb adományok az elmúlt években:

2012-ben

- az AVON Magyarország közel 40 millió forintot adományozott az Európai Nőgyógyászati Onkológiai Akadémiának (EAGC), a nőgyógyászati rák kialakulásának és kezelésének kutatásra

2014-ben

- Újabb 40 millió Ft-tal támogatta az Európai Nőgyógyászati Rák Akadémia Alapítványt
- 10 millió forintot adományozott az edelényi Koch Róbert Kórház és Rendelőintézet radiológiai szakrendelésének, a mellrák megelőzésére és a diagnosztikai tevékenység elősegítésére is alkalmas ultrahang készülék vásárlására
- 10 millió forintot adományozott a Pécsi Tudományegyetem Szentágothai János Kutatóközpont Wnt jelátviteli kutatócsoportjának a mellrák kutatás elősegítésére

2015-ben

- A Pink Ribbon Program számára nyújtott támogatást 8 új tréner kiképezésére, akik mellrák műtét utáni rehabilitációs tornát tartanak több száz nőnek
- 9 millió forint értékű ultrahang-diagnosztikai készüléket adományozott a Szegedi Tudományegyetem Radiológiai Klinikájának, amely évente nagyjából 1000 hölgy vizsgálatát teszi majd lehetővé, de fontos szerepe lesz az emlődaganatok eltávolítása, illetve az esetlegesen fellépő műtéti szövődmények kiszűrése során is.

## Figyelemfelkeltő kampányok

A felmérések azt mutatják, hogy bár a mellrák, ha időben felismerik, nagyon jó eséllyel gyógyítható, mégis sok nő mulasztja el a havi önvizsgálatot, vagy éppen a kötelező mammográfiás szűrővizsgálatot.

Éppen ezért van szükség az olyan figyelemfelkeltő programokra, aktivitásokra, mint amilyeneket az AVON végez a területen. A figyelemfelhívó kampányok, rendezvények, civil szervezetekkel, alapítványokkal való együttműködések, akciók éppen olyan szerves részét képezik a vállalat CSR tevékenységének, mint az adományozások.

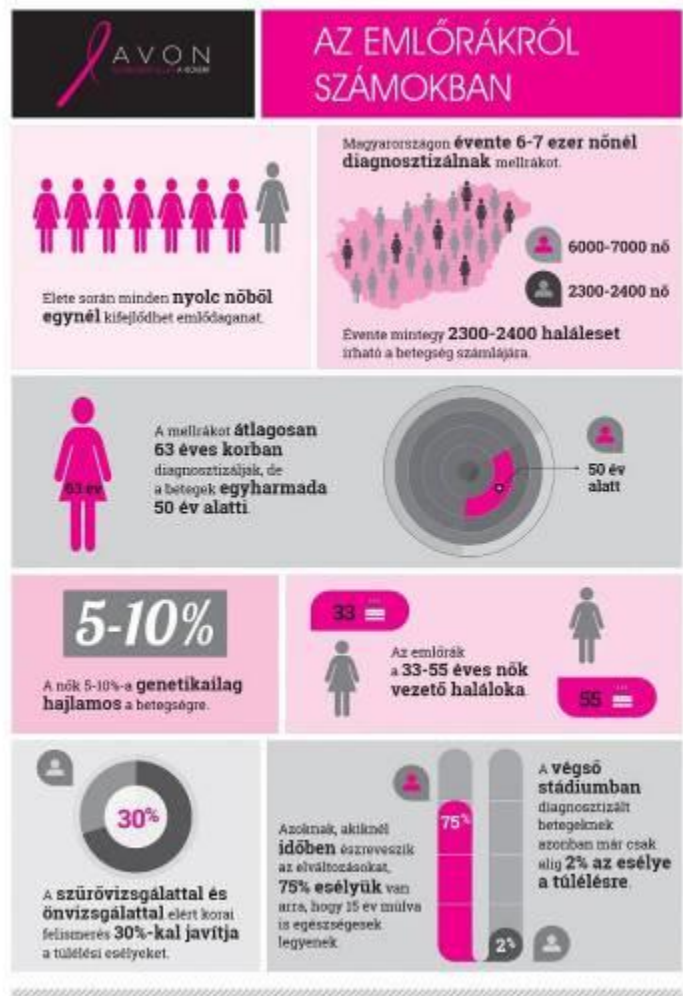
Az AVON finanszírozásával létrejött és működő „Remény vonala” (06-80/40-44-40) egy ingyenesen hívható szám, amely információkkal, gyakorlati segítséggel igyekszik segíteni a bajban lévő hölgyeknek. Ezen a vonalon olyanok hívásait fogadják, akik érintettek a mellrák kapcsán és kérdéseik vannak, vagy lelki segélyre van szükségük.

E mellett az AVON több kampányt is indított már kifejezetten figyelemfelhívó céllal. A figyelemfelkeltő kampány sorából kiemelkedik a **2015-ös mellrákellenes séta**, amely az elmúlt évek legjelentősebb aktivitása volt a területen.

## Tanácsadói hálózat és dolgozók bevonása

A CSR stratégia és az egyes aktivitások szervesen beépülnek az AVON Magyarország mindennapi tevékenységébe. Az AVON esetében különlegessé teszi a helyzetet, hogy a dolgozókon túl nagyon fontos a tanácsadói hálózat bevonása is. A **több tízezer főt számláló tanácsadói bázis** óriási erőt és támogatást jelent a CSR programok megvalósítása során.

Az AVON aktuális CSR aktivitásait rendszeres konferenciákon kommunikálja a Tanácsadói felé és igyekszik őket a lehető legjobban bevonni a megvalósításba. Az elmúlt évek hangsúlyos CSR kommunikációjának hála, ez mára szinte automatikusan működik.



Az AVON Tanácsadók elkötelezettek a vállalat mindkét támogatási területe mellett, sokszor közvetlenül hívják fel a figyelmet egy-egy problémára, támogatási lehetőségekre. A Tanácsadók napi szinten rengeteg emberrel találkoznak, tartják a kapcsolatot, így gyakran értesülnek róla, ha valaki épp nehéz helyzetben van, segítségre szorul. Ráadásul az AVON neve mára egybeforrt a mellrákellenes küzdelemmel, így a bajban lévők sokszor közvetlenül keresik meg saját AVON Tanácsadójukat a problémájukkal. Ennek köszönhető, hogy gyakran maguk a Tanácsadók szervezik meg a segítséget, helyben: gyűjtést rendeznek, vagy különböző egyesületekhez, szervezetekhez irányítják a bajban lévő nőket, legyenek azok akár vásárlóik, akár barátai, ismerőseik.

Az AVON Magyarország pedig igyekszik minden támogatást megadni az ilyen alulról jövő kezdeményezésekkel kapcsolatban, e mellett pedig minden lehetséges módon igyekszik támaszkodni Tanácsadóira, bevonni őket CSR tevékenységébe, hiszen az országos tanácsadói bázisban hatalmas erő rejlik.

Erre a bevonásra kiváló példa az AVON 2013-as kezdeményezése, amikor az AVON országos pályázatot írt ki az AVON zónái között. A kezdeményezés célja a helyi közösségekben történő figyelemfelhívás volt, amelynek keretében az önvizsgálat és a szűrővizsgálatok fontosságát szerették volna tudatosítani. Országosan 3 zóna részesült támogatásban, ahol figyelemfelhívó programot szerveztek az adományból, illetve minden városban adományozásra is sor került a helyi kórház, rendelőintézet, vagy épp kutatóközpont javára. Ez a fajta megközelítés hatalmas elköteleződést, bevonódást tud kiváltani az AVON Tanácsadók között - így segíti a vállalat, hogy a lehető legjobban magukénak érezzék a küzdelmet.

A tanácsadói hálózat mellett a központban dolgozó kollégák is aktív részesei kampányainknak, őket belső kommunikációs csatornák segítségével tájékoztatják rendszeresen.

Egy-egy CSR kampány a teljes céget megmozgatja, így a HR osztályon kívül sok más társosztály is segít a munkában.

### A küzdelem csúcspontja: AVON mellrákellenes séta – „Sétálj velem, mert fontos vagy nekem!”

Az AVON Magyarország 2015. június 6-án mellrákellenes sétával és egész napos családi rendezvénnyel hívta fel a figyelmet a betegségekre, az önvizsgálat és a kötelező szűrővizsgálatok fontosságára.

Az ingyenes rendezvényre a mellrákkal kapcsolatos kerekasztal-beszélgetésekkel, a nőiességhez kapcsolódó előadásokkal, életmód programokkal, AVON Szépség sátorral és könnyűzenei koncertekkel várták a hölgyeket családtagjaikkal, barátaikkal együtt.





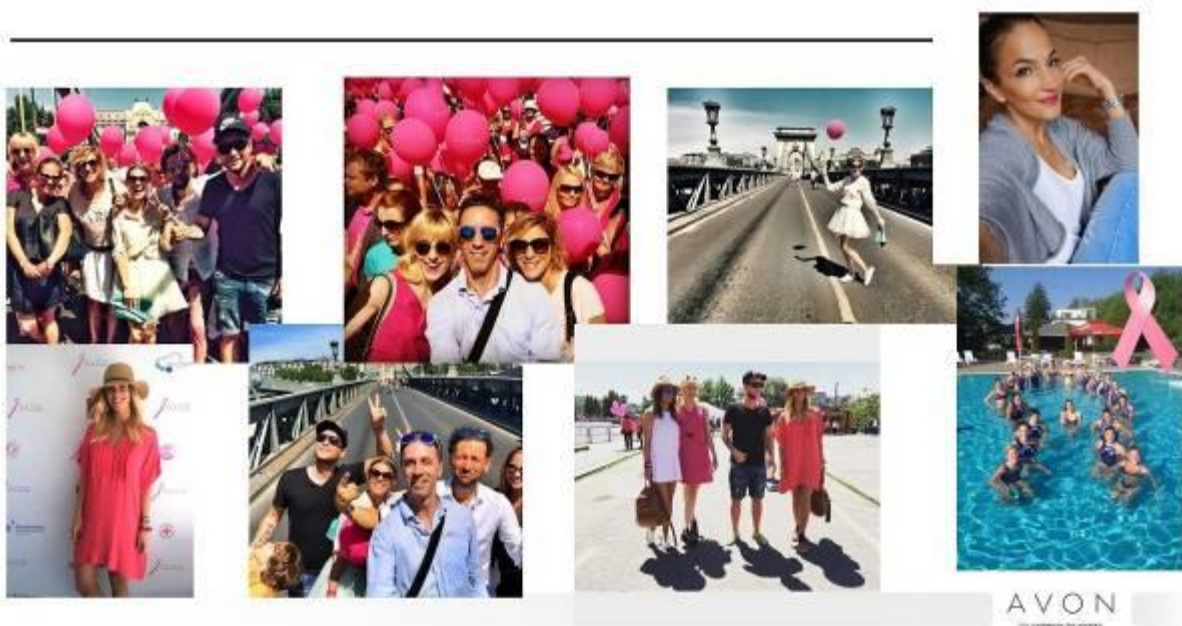
A rendezvény mottója „**Sétálj velem, mert fontos vagy nekem!**” azt fejezte ki, hogy a nők pótolhatatlan szerepeket töltenek be a társadalomban: édesanyák, feleségek, barátnők, kollégák. Szükség van rájuk! A napi feladatok sűrűjében azonban sokszor hajlamosak megfeledkezni arról, ami igazán fontos: a saját egészségükről. Magyarországon évente 6-7 ezer nőnél diagnosztizálnak mellrákot, és több mint évi 2 000 haláleset írható a betegség számlájára. Szinte nincs olyan ember, aki a családja, a baráti vagy az ismeretségi köre révén ne lenne érintett. Ugyanakkor korai felismeréssel – ami leginkább az önvizsgálattal és a rendszeres szűrővizsgálatokkal történhet – a gyógyulási esély jelentősen nő. Éppen ezért fontos, hogy a nők odafigyeljenek magukra és a környezetünkben élő többi nőre.

A rendezvény **szakmai kerekasztal-beszélgetései** három fő témára fókuszáltak a betegséggel kapcsolatban: mit tehetünk, hogy csökkentsük a mellrák rizikóját, mi történik a betegség alatt, és mire számíthatunk, ha sikeresen túljutottunk a nehézségeken. A beszélgetéseken neves szakértők, orvosok, alapítványi munkatársak osztották meg tapasztalataikat az érdeklődőkkel. A rendezvényen mindemellett bemutakoztak a mellrákkal kapcsolatban tevékenykedő alapítványok, egyesületek és önszerveződő csoportok, amelyek segítettek például az önvizsgálat módszerének megismertetésében, vagy bemutatták azokat a gyakorlatokat, amelyek a mellműtét utáni rehabilitációban segítenek.

A rendezvényre **több mint 11 ezer fő regisztrált** előzetesen. A nap fénypontja a délutáni mellrákellenes séta volt, amelyet Dombóvári Vanda, az egész napos esemény háziasszonya vezetett. A több ezer fős menet hangos dobszó mellett rózsaszínbe borította a Lánchidat, majd a budai és a pesti oldalt. A résztvevők a 3,7 km-es táv megtétele után a nap legmeghatóbb pillanataként közösen engedték fel rózsaszín léggömbjeiket, ezzel is kifejezve szolidaritásukat a betegséggel küzdők iránt.



A mellrákellenes sétán **számos ismert személyiség** is részt vett: Ördög Nóra, Csobot Adél, Danics Dóra, Keresztes Ildikó, Horányi Juli, Dukai Regina, Pintácsi Viki, Debreczeni Zita, Fésűs Nelly, Pintér Adrienn (Ada) és Karda Bea. A menetet sportolók is erősítették, hiszen ott voltak az UVSE magyar bajnok női vízilabda csapat, a női röplabda válogatott, illetve a női jégkorong válogatott tagjai, Miló Viki profi bokszt világbajnok, illetve Monspart Sarolta tájfutó világbajnok is. Akadt néhány bátor férfi is, aki támogatásáról biztosította a hölgyeket: részt vett a menetben Csonka András, Istenes Laci és fia Istenes Bence, valamint Magosi Bálint, divízió 1-es világbajnok ezüstérmes jégkorongozó is.



Az eseményen összesen 81 AVON önkéntes dolgozott, akik mind kollégák, vagy Tanácsadók voltak. Ők koordinálták a buszok érkeztetését és parkolását, ők végezték a regisztrációt, vizet osztottak a séta során és segítettek a felmerülő problémák esetén.

Az eseményre több száz vidéki résztvevő érkezett külön buszokkal, ezeket a csoportokat az AVON Tanácsadók szervezték országszerte. Ezen kívül sikerült megállapodást kötnünk a MÁV Zrt.-vel, akik a séta rendezvényre utazóknak 50%-os kedvezményt biztosítottak a menetjegyek árából.

## A Tanácsadók bevonásának egy különleges módja – katalógusfotózás

Speciális adománygyűjtő termékként női tunikát és férfi pólót lehetett vásárolni a sétára (opcionálisan), melynek teljes haszna a donációs alapba került. Ezeknek az értékesítésében a Tanácsadói aktivizálás kiemelt szerepet játszott.

A tunikák és pólók népszerűsítése érdekében egy fotózást is szerveztünk, melyre az AVON négy divíziójából egy-egy koordinátor kapott meghívást. Ők, illetve értékesítési vezetőnk lettek a kampány arcai, akik Tanácsadó társaikat kérték az értékesítés támogatásában. A kampány fotóit az AVON katalógusban, illetve online felületeken használták fel.

**VÁSÁROLJ, HOGY SEGÍTHESSÜNK!**  
Az **AVON adománygyűjtő pólóinak** megvásárlásával a mellrákellenes küzdelmet támogathatod!



**ADOMÁNYGYŰJTŐ PÓLÓ**  
100% pamot, 100% kék színű, 100% kék színű, 100% kék színű, 100% kék színű  
**4800 Ft**



**ADOMÁNYGYŰJTŐ TUNIKA**  
100% pamot, 100% kék színű, 100% kék színű, 100% kék színű, 100% kék színű  
**4800 Ft**

Gyimesi Andrea - AVON koordinátor, János Eszter - AVON koordinátor, Márk Zoltán - AVON koordinátor, Boróká Bernadett - AVON koordinátor, Bálint László - AVON koordinátor

**Tudtad-e?**

- \* hogy az AVON minden évben terméke után 1 Ft-ot egy adománygyűjtő alapba helyez!
- \* hogy adománygyűjtő termékeink teljes hasznát a mellrákellenes küzdelmet támogató célra fordítjuk!
- \* hogy a további érdeklődésért, illetve a részletekért felhívhatod az ügykezelő kollégáinkat: 06-30-2000000, vagy az E-mail címen: [info@avon.hu](mailto:info@avon.hu)

Kampányunk jelszava: 6-án\* szeretettel szeretettel és mindig feltámasztok!  
Budapest, Ugró-színház, Radó 6?







## A mellrákellenes séta kommunikációja

Az esemény erőteljes kommunikációs támogatást kapott, mind a szervezeten belül, mind a Tanácsadói hálózatban, mind a nagyközönség felé.

Az AVON katalógusokban már 2015 januárjától folyamatosan tájékoztatta a cég a vásárlóit az eseményről. A kollégák és a Tanácsadói hálózat pedig a különböző belső magazinokból, hírlevelekből, a katalógusokból és belső konferenciákon kapott folyamatos tájékoztatást.

## ATL kommunikáció

A kampány erőteljesen társadalmi hasznú jellege miatt a szakmai döntéshozók egyöntetű állásfoglalása alapján minimális reklám támogatás történt a kampány beharangozásaképp. Két print magazin megjelenés, metróban kihelyezett plakátok és egy minimális online kampány adta az ATL támogatás gerincét, ezen túl a Tanácsadói mozgósító erőre, partnereink belső kommunikációs felületeire (pl. MÁV, Magyar Posta, alapítványok, civil szervezetek) épült a kommunikáció.

A **PR kommunikáció** volt a leghangsúlyosabb, hiszen az eseményt megelőzően és azt követően összesen 8 sajtóközlemény, programajánló, háttéranyag, figyelemfelhívó infografika ment ki a médiának. Ezek nem csupán az eseményre, de magára a témára, az önvizsgálat és a szűrővizsgálatok fontosságára, a mellrákkal kapcsolatos főbb tudnivalókra is felhívták a figyelmet. A kommunikáció során kiemelt figyelmet kapott az általános tájékoztatás, hogy a média minél több hasznos információt, releváns számadatot kapjon a mellrákkal, a szűrővizsgálatokkal, a kezeléssel kapcsolatosan. Nagy hangsúly volt továbbá az interjúszervezésen, amelynek során különböző szakemberek – onkológus, radiológus, sebész – valamint a mellrák kezelés terén tevékenykedő szervezetek képviselői és túlélők álltak a média rendelkezésére.

## Eredmények

Az eseményre több mint 11 ezer fő regisztrált előzetesen. Magán a délutáni sétán több mint 6 ezer fő vett részt, miközben több ezren voltak a további kísérő és kiegészítő programokon.

Az AVON mellrákellenes séta **kommunikációs szempontból** kiemelkedő eredménnyel zárult.

- Az eseményt rendkívül nagy érdeklődés övezte mind a média, mind a meghívott hírességek részéről
- Összességében az AVON mellrákellenes aktivitása májustól júliusig, 2 hónapon keresztül folyamatosan szerepelt a médiában

- A program beharangozása jól sikerült, június 6. előtt 133 megjelenés (ebből 10 elektronikus média interjú) született, amelynek eredményeképp több mint 11 ezren regisztráltak az eseményre
- A sétán 32 híresség, valamint 11 médium (ebből 4 jelentős televízió) újságírója vett részt
- A sétát követően 117 megjelenés született (ebből 6 elektronikus médiainterjú)
- Az összesen 250 megjelenés 50.866 alkalommal érte el a közönséget



### Szakmai szemmel nézve

A szakmai résztvevők egyöntetűen pozitívan nyilatkoztak az eseményről, amelyet több szempontból is kiemelkedőnek találtak:

- sikeresen ötvözte a szakmai és a nem szakmai programokat, ezzel egész napos családi programot szervezett a komoly szakmai tartalom köré
- sikeresen összefűzte a különböző szakterületeket, az orvosokat, a segítőkét, a területen tevékenykedő különböző egyesületeket, alapítványokat, önkénteseket
- a betegeket és az egészségeseket is megszólította, releváns tartalmat tudott kínálni mindkét célcsoport számára
- hatalmas tömeget ért el és mozgósított közvetlenül
- sok hasznos információ átadására nyújtott lehetőséget
- személyes kapcsolatok kialakítására is lehetőséget adott, ezáltal segítséget és reményt adva sok nőnek



- „A legszuperebb esemény, ami a témában eddig valaha is megvalósult Magyarországon.” – Dr. Nagykálnai Tamás, onkológus

A rendezvényről készült videó megnézhető az alábbi linken:

<https://www.youtube.com/watch?v=9Z7LlrypFTU&feature=youtu.be>