

*„От любов към живота” с отличие в категория „Маркетинг, свързан с кауза” в рамките на [Наградите за отговорен бизнес на Български форум на бизнес лидерите](#)*

„От любов към живота”, кампанията на AVON срещу рак на гърдата в България, беше отличена с първо място в категория „Маркетинг, свързан с кауза” в рамките на десетото юбилейно издание на Наградите за отговорен бизнес на Българския форум на бизнес лидерите. Най-мощната благотворителна инициатива у нас получи приза, отличаващ компании, които рекламирайки свой продукт, декларират подкрепата си за определена социална кауза.



*„Вече 11 години екипът на AVON България влага усилия и сърце, посвещавайки се на каузата за превенция на рак на гърдата у нас. Всяко признание за кампанията „От любов към живота” ни кара да се гордеем и да продължаваме да работим с огромно желание и хъс, за да постигаме целите ѝ – да научим българката да се грижи за своето здраве и да съдействаме за по-достъпна профилактика и диагностиката на рака на гърдата у нас. Тази награда е за всички представители, чрез които Компанията за жени предлага продуктите от специалната благотворителна розова серия. Тази награда е и за всички вас, закупили продукт, с който подкрепяте борбата с най-коварната женска болест”,* сподели Люба Василева, специалист PR и реклама на AVON България, Албания, Македония.

Благодарение на последователните усилия на AVON България информираността по темата и достъпната профилактика и диагностика на рака на гърдата непрестанно нарастват. За 11 години в рамките на кампанията „От любов към живота” освен дарените 1 300 000 лв. са осъществени над 23 000 безплатни профилактични и диагностични прегледи на жени в цялата страна. С дарените от AVON България средства е закупена апаратура за превенция на рака на гърдата, сред която мобилен мамограф и ехограф, както и ехографска апаратура за 7 болници в страната. Усилията на кампанията са насочени изцяло в посока профилактика на българката, защото ракът на гърдата е 100 % лечим, когато е открит навреме.