

Revitalizando a marca

A estratégia de crescimento é sustentada pela revitalização da marca Avon. O aumento do investimento em mídia nos mercados-piloto (Romênia e Turquia) resultou em maiores conscientização e consideração da marca. O marketing de influenciadores e as mídias sociais também foram intensificados, enquanto os folhetos foram atualizados com papel e encadernação de melhor qualidade e mensagens claras. Além disso, está em andamento um esforço para reformular a identidade visual, especialmente nas embalagens, com conclusão total esperada para 2025.



No geral, os esforços de reestilização já entregaram *insights* de reavaliação, pois embalagem, *design* e sustentabilidade foram percebidos como os melhores ativos dos produtos da Avon durante as ativações sociais da marca no ano.

Após uma redução significativa e harmonização do portfólio nos últimos anos, a Avon agora tem um tamanho de linha mais relevante e produtivo, embora algumas lacunas tenham sido identificadas em cor de valor e cuidados com a pele em massa, que serão abordadas em 2025. A fragrância apresentou o melhor desempenho de categoria em 2024, crescendo em relação ao ano anterior, e a Avon continua sendo a marca mais vendida por volume no mundo (GlobalData Retail, com base em dados de 2023). A estratégia de recuperação para a categoria Beauty+ começou na segunda metade de 2024 com foco na produtividade.

Inovação para todos

Na Avon, continuar a oferecer beleza aspiracional a um valor irresistível continua sendo primordial. A Avon utiliza capacidades de inovação de classe mundial para desenvolver produtos premiados que aumentam a confiança, garantindo que o melhor da beleza seja acessível para todos. Em relação às fragrâncias, alguns produtos da Avon foram testados melhor do que os de luxo em testes cegos de qualidade ou preferência geral. Em cuidados com a pele, a linha ANEW conta com a tecnologia Protinol™ patenteada e inovadora para ajudar a restaurar tanto o colágeno 1 quanto o colágeno 3, aproximando-os da proporção ideal encontrada na pele de bebê.

A Avon também defende de forma inegociável a segurança dos seus produtos. Todos passam por uma avaliação rigorosa e completa, com os mesmos padrões aplicados em todo o mundo e em total conformidade com as regulamentações. Além disso, a Avon foi uma das primeiras empresa de cosméticos a eliminar completamente os testes em animais. Agora, tem orgulho de ter sido aprovada pelo Leaping Bunny da Cruelty Free International para 100% de seus produtos de beleza e cuidados pessoais.

Além disso, a Avon acredita que os clientes não devem pagar preços *premium* pela sustentabilidade. Em vez disso, as marcas devem garantir que a sustentabilidade seja considerada em todos os aspectos de nosso trabalho - desde a obtenção de ingredientes até a fabricação, embalagem, transporte e distribuição - para que possamos produzir produtos eficazes e acessíveis.

Em 2024, a empresa concluiu com sucesso a transição de suas capacidades de pesquisa e desenvolvimento de Suffern (EUA) para um laboratório de classe mundial em Cajamar (Brasil) e uma instalação de fabricação de primeira linha em Garwolin (Polônia). Outros pequenos laboratórios para adaptações de fórmulas em pequena escala também estão em funcionamento na Polônia, África do Sul e Filipinas. A configuração das instalações e a transferência de conhecimento para as equipes recém-contratadas ocorreram sem problemas, sem impactos no *pipeline* de inovação.

Mais uma vez, em 2024, a Avon publicou o "Relatório do Futuro da Beleza" (Future of Beauty Report, no original em inglês). Duas edições, uma dedicada a fragrâncias e outra a cuidados com a pele, apresentaram uma análise aprofundada de cada categoria e compartilharam tendências emergentes, combinando pesquisas de 7.000 mulheres em todo o mundo com análises de especialistas. Esses *insights* sobre as demandas e percepções dos clientes são indicativos dos próximos passos da Avon em inovação.