

ПРЕСС-РЕЛИЗ

ТОРГОВОЙ МАРКЕ HUGGIES КОРПОРАЦИИ «КИМБЕРЛИ-КЛАРК» (К-С) ИСПОЛНЯЕТСЯ 30 ЛЕТ

*Бренд-основатель направления бизнеса корпорации «детская гигиена»
с оборотом продаж 4,2 млрд долл. США*

Москва, 19 ноября 2008 г.

Этой осенью Huggies, ведущий международный бренд Корпорации «Кимберли-Кларк», отмечает свое 30-летие. Huggies родился как торговая марка высококлассных одноразовых подгузников в 1978. Сегодня же Huggies единственный бренд, который предлагает полный спектр средств по уходу за детьми и младенцами, включая одноразовые подгузники, одноразовые трусики для приучения к горшку, одноразовые трусики для плавания в бассейне, детские салфетки, сменные простыни и более 20 наименований продукции для ухода за кожей.

Мировой оборот бренда превышает 4,2 млрд долл. США. Ежедневно около 55-65 млн малышей в мире носят подгузники Huggies, что эквивалентно населению таких стран как Франция (64 млн), Великобритания (61 млн) или Италия (58 млн).

Глобальный рост

Начиная с 1980-х годов, К-С начала выводить бренд Huggies за пределы Северной Америки, на рынки разных стран, включая Гонконг (1981), Канаду (1983), Австралию (1988), Коста-Рику (1990), Великобританию, Голландию, Чили и Доминиканскую Республику (1994), Францию и Россию (1995), Перу (1998), Аргентину (1999), Италию (2001) и Испанию (2002) и Китай (2004). Во многих из этих стран Huggies стал брендом № 1 среди подгузников.

«За несколько лет бренд Huggies вышел на лидерские позиции в России, я считаю это большим достижением, ведь сюда Huggies пришли позже, чем подгузники-конкуренты, рассказывает Томаш Лисевский, директор по маркетингу «Кимберли-Кларк» в России. - Я горжусь тем, что некоторые потребности на российском рынке создали мы, например, потребность в «дышащих» подгузниках, которые позволяют воздуху поступать к коже малыша. Сейчас миллионы мам понимают, что это важно. А началось все с нас. То, что бренд Huggies сейчас занимает более 30% российского рынка крупных городов, говорит само за себя».

В последние годы К-С на глобальном уровне активно распространяла свои интегрированные маркетинговые программы по продвижению бренда Huggies, используя, в том числе, и такие нетрадиционные каналы маркетинговой коммуникации, как видео по заказу, интуитивный маркетинг, создание интернет-блогов и социальных сетей. Из последних примеров таких кампаний:

- Общение с мамами в России через вэб-сайт NashiMamashi на всевозможные темы о здоровой беременности и здоровье малыша, предоставление учебных компакт-дисков

по уходу за ребенком для педиатров и родителей в России. (Этот сайт в 2008 году получил Гран-при "Серебряный Меркурий-2008" - единственный в России ежегодный профессиональный конкурс индустрии маркетинговых услуг, - а также серебряную награду на Международном конкурсе The Globes Awards, который проводит Международная Ассоциация Маркетинговых Агентств (MAAW).

- Общение с будущими мамами в США через веб-сайт Huggies Baby Network, журналы, социальные сети и блоги на тему здоровой беременности и ухода за ребенком.
- Клубы приверженцев Huggies и интерактивные форумы для мам в Великобритании.
- Маркетинг специальных штучных упаковок подгузников для потребителей в Латинской Америке и Индонезии, которые могут себе позволить использовать подгузники только в особых случаях и во время путешествий.
- Запуск ТВ-шоу №1 в Австралии с таймслотом «Мамы и Малыши» для усиления позиции самого любимого бренда детской гигиены на рынке.
- Спонсирование детских плавательных конкурсов и концертов в Китае.
- Привлечение внимание к новому продукту на рынке Кореи Huggies Magic Pants с помощью веселых комиксов.
- Поддержка Huggies программы по охране окружающей среды в Венесуэле.

Бренд-менеджеры К-С в России отмечают, что успех Huggies во многом зависит и от того, что в компании очень внимательно подходят к потребностям и пожеланиям потребителей и делают яркие, запоминающиеся коммуникационные кампании по всему миру. Мамы говорят, что рекламные ролики Huggies всегда выделяются, «говорят» с потребителями на одном языке и передают эмоции счастливых моментов, которые переживают мама и малыш.

Добиваясь максимального удобства для младенцев

Более трех десятилетий бренд Huggies вводил такие новшества, которые обеспечивали надежную защиту от протекания и помогали бороться с опрелостями, сохраняя здоровье кожи малышей. Первый подгузник Huggies представил на рынке новшество - специальный анатомический крой подгузника и эластичные манжеты для лучшего и более плотного прилегания подгузника к ножкам ребенка, что было первым и главным шагом на пути к контролю над протеканием подгузника. К 1982 году подгузники Huggies продавались на всей территории США, а год спустя Huggies стали ведущими одноразовыми подгузниками в Северной Америке в премиальном сегменте.

Благодаря постоянным инновациям, бренд сохранил и упрочил свое глобальное лидерство. В числе этих инноваций были вывод на рынок подгузников Huggies Supreme (1994), OverNites (1996), подгузников Huggies Baby-shaped (2004) в США, выпуск Huggies

Magic Pants в Корею (2005), вывод на рынки США и Европы Huggies Supreme Gentle Care и Natural Fit (2006), запуск стилизованных под джинсовые подгузников Huggies Limited Edition Jeans в России, Израиле, Турции (2007), Корею и Латинской Америке (2008), вывод на рынок Кореи экологически безвредных подгузников Huggies NatureMaid (2008).

Подгузники Huggies Supreme Natural Fit в США оказались одними из наиболее успешных продуктов в истории бренда Huggies. Недавно IRI Consumer Networks назвала бренд Huggies Supreme Natural Fit лидером среди брендов в категории непродовольственных товаров. Чистые продажи Huggies Supreme Natural Fit в Северной Америке за 2007 год (первый год с момента запуска) составили более \$170 млн.

К-С продолжает усиливать бренд Huggies, расширяя его проникновение в новые современные категории продуктов по уходу за детьми. В 1989 году компания создала новый класс продукции – тренировочные штанишки для приучения к горшку. Были выпущены тренировочные штанишки Huggies Pull-Ups, за которыми в 1994 последовали Huggies GoodNites и DryNites, одноразовые трусики и шортики для сна для детей старшего возраста. В 1998 году на рынок были выведены Huggies Little Swimmers – первый продукт в новой категории «одноразовые трусики для плавания».

Компания продолжала свое развитие. В 1990 году К-С представила на рынке свои первые детские влажные салфетки, а в 1998 году выпустила утолщенные детские салфетки Huggies Supreme, которые обеспечивают такие высокие очищающие качества, что мамы могут их использовать как мягкие мочалочки. С 2003 по 2007 годы были выпущены разнообразные туалетные принадлежности для детей, включая шампунь, лосьон, крем для кожи, мыло, одноразовые мочалочки.

В 2007 году бренд Huggies Little Swimmers стал включать в себя средства для защиты от солнца, в том числе солнцезащитные кремы и инновационные датчики солнечного УФ-излучения. Эти средства помогают родителям защитить своих детей от солнечных ожогов.

"Начиная с 1978 года, «Кимберли-Кларк» превратила Huggies в ведущий высококачественный бренд средств детской гигиены. За 30 лет подгузники и средства по уходу за детьми под брендом Huggies помогли сделать жизнь нескольких поколений детей и их мам легче и радостнее, - отмечает Томаш Лисевский. - Благодаря различным творческим и образовательным маркетинговым программам, бренду удается поддерживать постоянный контакт с мамами, что помогает ему развиваться как на благо потребителей, так и на благо К-С".

О компании «Кимберли-Кларк»:

«Кимберли-Кларк» - международная корпорация со 136-летней историей, которая производит продукцию для здравоохранения, личной, профессиональной и промышленной гигиены. 53 000 сотрудников обеспечивают возможность для 1,3 миллиарда людей в 150 странах ежедневно пользоваться продукцией К-С в самых разных ситуациях и условиях. Торговые марки компании, такие как Huggies, Kleenex, Kotex, Pull-Ups, Scott, Andrex, Cottonelle и Depend позволяют «Кимберли-Кларк» удерживать первые и вторые позиции на рынках более 80 стран. Объем продаж К-С в 2007 году составил более \$ 18 млрд. Чтобы быть в курсе последних новостей К-С, вы можете посетить



сайт www.kimberly-clark.com. Для получения дополнительной информации о программах в области устойчивого развития «Кимберли-Кларк» ознакомьтесь с отчетом компании на русском языке по адресу

http://www.kimberly-clark.com/PDFs/2007SustainabilityReport_ExecutiveSummary_Russian.pdf#zoom=50

###

За дополнительной информацией обращайтесь:

Анастасия Жигалова

«Кимберли-Кларк»

Email: Anastasia.zhigalova@kcc.com

Тел: (+7 495) 725 4383