



## Αγορά

Τα Pampers, οι βρεφικές πάνες μίας χρήσης, ανήκουν στην ευρύτερη κατηγορία βρεφικής και παιδικής φροντίδας. Μέσα στη συνολική αγορά πανών, τα Pampers έχουν 75% μερίδιο σε αξία (πηγή: AC Nielsen). Άλλες μάρκες που δραστηριοποιούνται στην κατηγορία αυτή είναι τα Libero, τα Babyline και τα Nanny's, καθώς και αρκετά προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

Τα Pampers διατίθενται σε 80 χώρες σε όλο τον κόσμο.

## Επιτεύγματα

Σχεδόν 40 χρόνια πριν, τα Pampers έφεραν την επανάσταση στη ζωή των Αμερικανίδων γυναικών, όταν δημιούργησαν τις πρώτες απορροφητικές βρεφικές πάνες μίας χρήσης. Χρειάστηκε να περάσει μία δεκαετία περίπου, για να κάνουν τα Pampers την εμφάνισή τους και στην Ελλάδα, αλλάζοντας τη ζωή των Ελληνίδων μαμάδων, οι οποίες απαλλαγμένες από την ταλαιπωρία της πλύσης, του βρασίματος και του στεγνώματος των παραδοσιακών υφασμάτων πανών, μπορούσαν να ξοδεύουν περισσότερο χρόνο για εκείνες και το μωρό τους. Σήμερα, πάνω από 30 εκατομμύρια μωρά σε όλο τον κόσμο φοράνε Pampers καθημερινά εκ των οποίων 220 χιλιάδες στην Ελλάδα.

Τα Pampers βέβαια της δεκαετίας του '60 σε τίποτα δεν θύμιζαν τα Pampers της δεκαετίας του 2000. Η εφαρμογή όλο και πιο σύγχρονων, επαναστατικών τεχνολογιών στην απορροφητικότητα και τη στεγνότητα του προϊόντος αυτού, κατέστησαν την εξέλιξη του εντυπωσιακή. Ένα μόνο στοιχείο παρέμεινε κοινό στο πέρασμα τόσων χρόνων - από την πρώτη στιγμή της εμφάνισής τους, τα Pampers

δεν σταμάτησαν να αφουγκράζονται τις ανάγκες των μωρών και των μαμάδων (και μπαμπάδων) τους. Οι ανάγκες αυτές και η εμπειρία των γονιών σε όλο τον κόσμο, σε συνδυασμό με τη συνεχή συνεργασία με εξειδικευμένους επιστήμονες στο χώρο της βρεφικής ανάπτυξης, αποτέλεσε και συνεχίζει να αποτελεί την βασική πηγή γνώσης και το εφαλτήριο της εξέλιξης για τα Pampers.

Έχοντας πετύχει το εντυπωσιακό για τα δεδομένα της αγοράς επίτευγμα της ταύτισης του ονόματός τους με την ονομασία της κατηγορίας, τα Pampers έχουν καταφέρει να αγγίξουν τις καρδιές των Ελληνίδων μαμάδων, που τα επιβραβεύουν με την εμπιστοσύνη τους καθημερινά. Για τη μητέρα, τα Pampers δεν είναι μόνο αναλώσιμο χαρτί, αλλά ένας πραγματικός σύμμαχος στην ανάπτυξη των μωρών τους κάθε στιγμή, από τις πρώτες στιγμές της ζωής τους μέχρι τη στιγμή που το παιδί ολοκληρώνει την εκπαίδευση της τουαλέτας. Σήμερα στην Ελλάδα, η συντριπτική πλειοψηφία των νοσοκομείων και μαιευτηρίων της χώρας καλύπτουν τις ανάγκες τους σε πάνες αποκλειστικά με Pampers.

Το Δεκέμβριο του 2002, το περιοδικό Forbes συμπεριέλαβε τα Pampers στη λίστα των "Καινοτομιών που άλλαξαν τον τρόπο ζωής μας", μαζί με καινοτομίες όπως το εμβόλιο της πολιομυελίτιδας, την τηλεόραση και το λείζερ.

Το Σεπτέμβριο του 2004, το περιοδικό Fortune αναγνώρισε τα μεγαλύτερα επιτεύγματα στον τομέα Έρευνας & Ανάπτυξης τα τελευταία 50 χρόνια καθώς και τις ερευνητικές ομάδες που βρίσκονται πίσω από αυτά. Τα Pampers ήταν το μόνο επώνυμο καταναλωτικό προϊόν της λίστας.

Τα Pampers έχουν κερδίσει πλήθος διακρίσεις για τις επικοινωνιακές και διαφημιστικές καμπάνιες τους σε όλο τον κόσμο. Το Σεπτέμβριο του 2004, τα Pampers κέρδισαν στην Ελλάδα το βραβείο αποτελεσματικής επικοινωνίας (Effie Hellas Award 2004) για την καμπάνια "Ο Κόσμος του Μωρού".

## Ιστορία

Πώς ήταν άραγε η ζωή για τα μωρά πριν από τις πάνες μίας χρήσης; Σίγουρα όχι ευχάριστη, όταν έχεις να αντιμετωπίσεις διαρροές και υγρασία, ερεθισμούς και ξηρό δέρμα. Σίγουρα όχι εύκολη, όταν προσπαθείς να εξερευνήσεις τον κόσμο γύρω σου, καλυμμένος πίσω από έναν όγκο πανιών που εμποδίζει τις κινήσεις σου. Ήταν μία ευτυχής συγκυρία που την δεκαετία του '50 ο Victor Mills, ένας παππούς ο οποίος φρόντιζε τον εγγονό του και ως εκ τούτου βίωνε την ταλαιπωρία της αλλαγής της πάνας, ήταν ταυτόχρονα και χημικός μηχανικός στην P&G. Το ερευνητικό του έργο έμελλε να αλλάξει τη ζωή εκατομμυρίων μωρών και των γονιών τους σε όλο τον

κόσμο.

Τα Pampers γεννιούνται την δεκαετία του 1950 όταν, με πρωτοβουλία του ερευνητή Victor Mills, ξεκινά στα εργαστήρια της Procter & Gamble η ερευνητική προσπάθεια πίσω από την ιδέα της βρεφικής πάνας μίας χρήσης. Την δεκαετία του 1960 τα Pampers κάνουν την εμφάνισή τους στα

supermarkets και τα φαρμακεία. Το προϊόν ήταν τόσο πρωτοποριακό και διαφορετικό που εκείνη την εποχή αποτέλεσε πρόβλημα το σημείο τοποθέτησής του μέσα στο κατάστημα! Έτσι, αλλού μπορούσε να βρεθεί στο τμήμα των τροφίμων, αλλού στον χαρτί, ακόμα και των φαρμάκων.

Την δεκαετία του 1970 τα Pampers αποκτούν ταινίες βάζοντας τέλος στην εποχή της παραμόνας. Οι γονείς μπορούσαν πλέον να εξετάζουν εύκολα το "τι συνέβαινε μέσα στην πάνα του μωρού τους" χωρίς ατυχήματα. Νέα, μεγαλύτερα και μικρότερα μεγέθη κάνουν την εμφάνισή τους. Το 1977, η Procter & Gamble Ελλάς λανσάρει τα Pampers στην Ελλάδα. Το αρχικό προϊόν διέθετε ένα "προστατευτικό φύλλο" που απορροφούσε την υγρασία στο εσωτερικό του και ελαστικά πλαϊνά γύρω από τα ποδαράκια, για προστασία από τις διαρροές.

Νέες μεγαλύτερες οικονομικές συσκευασίες κάνουν την εμφάνισή τους μέσα στην δεκαετία του 1980, γιατί όσες πάνες και να υπάρχουν στο σπίτι δεν είναι αρκετές! Λανσάρονται τα Pampers Boy και Girl με τον απορροφητικό πυρήνα κατανεμημένο σε διαφορετικό σημείο της πάνας, ανάλογα με τις ανάγκες των μικρών "κυρίων" & "δεσποινίδων".

Οι καινοτομίες των Pampers συνεχίζονται και κατά την δεκαετία του 1990, οπότε κυκλοφορούν τα Pampers Trainers, οι πρώτες πάνες-βρακάκι στην Ελλάδα, που μοιάζουν με πραγματικό εσώρουχο και ανεβοκατεβαίνουν σαν βρακάκι. Την ίδια στιγμή νέα πρωτοποριακή τεχνολογία μειώνει τον όγκο των Pampers στο μισό στα νέα Pampers Ultra Thin, εξασφαλίζοντας εξαιρετική απορροφητικότητα αλλά και μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων. Με τα Pampers Premiums, οι ταινίες γίνονται αυτοκόλλητες, ενώ ένα εντελώς νέο προϊόν στην κατηγορία βρεφικής





φροντίδας, τα Μωρομάντηλα Pampers, κάνουν την εμφάνισή τους στο ράφι και στα νοικοκυριά.

Σήμερα τα Pampers εξελίσσονται στο άρμα μίας νέας φιλοσοφίας - της φιλοσοφίας ότι "Βλέποντας τον κόσμο μέσα από τα μάτια ενός μωρού καταλαβαίνουμε πώς να τον κάνουμε καλύτερο". Το μωρό και η μητέρα είναι περισσότερο από ποτέ στο επίκεντρο. Με μια εντελώς νέα σειρά, τα Pampers είναι πλέον κοντά σε κάθε στάδιο ανάπτυξης του μωρού με διαφορετικά προϊόντα ειδικά σχεδιασμένα για τις ανάγκες του: Τα New Baby για νεογέννητα μωρά, τα Active Fit για μωρά που κινούνται συνέχεια και, τέλος, τα Easy Up για μωρά που στέκονται όρθια και περπατούν.

### Προϊόν

Τα Pampers βρίσκονται δίπλα στις μητέρες και τα μωρά από την πρώτη στιγμή της ζωής του μέχρι την ολοκλήρωση της εκπαίδευσης της τουαλέτας, διαθέτοντας πάνες που καλύπτουν τις διαφορετικές ανάγκες του μωρού σε κάθε στάδιο ανάπτυξης του.

Το νεογέννητο μωράκι αρχίζει να γνωρίζει τον κόσμο γύρω του με τα Pampers New Baby, των οποίων η μοναδική τεχνολογία Total Care, σχεδιασμένη πάνω στη βάση της κατανάλωσης μόνο υγρής τροφής, απορροφά "ακόμη και αυτά" που άλλες πάνες δεν μπορούν. Τη στιγμή που το μωράκι αρχίζει να στριφογυρνάει, να μπουσουλάει και να κινείται, τα Pampers Active Fit, το συντροφεύουν για να κάνουν την εξερεύνησή του πιο εύκολη. Η εξαιρετική ελαστικότητα και η μοναδική εφαρμογή τους, καθώς και ο ανατομικός πυρήνας εξασφαλίζουν πλήρη ελευθερία κινήσεων. Και όταν πια το μωράκι σταθεί στα πόδια του και μαθαίνει να κάνει τα πρώτα του βήματα προς την ανεξαρτησία, τα Pampers Easy Up Pants, οι πιο στεγνές πάνες-βρακάκι, είναι το πρώτο του

"εσώρουχο", κάνοντας τις αλλαγές της πάνας εύκολες και χαρούμενες. Την ίδια στιγμή η σειρά των Pampers Baby Dry, αποτελεί την βασική και πιο οικονομική σειρά των Pampers, για ήρεμες νύχτες και δραστήριες ημέρες, χάρη στο διπλό απορροφητικό τους πυρήνα και τις λωρίδες βρεφικής λοσιόν, για δέρμα απαλό και λείο, χωρίς ερεθισμούς.

### Πρόσφατες εξελίξεις

Με επίκεντρο την φιλοσοφία "Βλέποντας τον κόσμο μέσα από τα μάτια ενός μωρού καταλαβαίνουμε πώς μπορούμε να τον κάνουμε καλύτερο" τα Pampers προχώρησαν σε μία πληθώρα καινοτομίες στην ευρύτερη κατηγορία βρεφικής φροντίδας. Βελτιωμένη απορροφητικότητα 360°, έτσι ώστε το μωρό να είναι διαρκώς προστατευμένο σε όποια στάση και αν βρίσκεται, ακόμη μεγαλύτερη ελαστικότητα για εύκολη τοποθέτηση της πάνας ακόμα και από το ίδιο το μωρό, αλλά και νέος διπλός πυρήνας για ασυναγώνιστη προστασία κατά τον ύπνο είναι μερικές από τις τελευταίες καινοτομίες στις πάνες Pampers.

Το Φθινόπωρο του 2004, τα Pampers εισήγαγαν στην αγορά τα πρώτα παιδικά υγρά μαντηλάκια για την τουαλέτα

Kandoo, δημιουργώντας μια εντελώς νέα κατηγορία με στόχο τη συμβολή στην εκπαίδευση τουαλέτας για τα νήπια, που σταματάνε να χρησιμοποιούν πάνες. Την άνοιξη του 2005, η υπάρχουσα σειρά των μωρομάντηλων εμπλουτίστηκε με την εισαγωγή μίας νέας σειράς με απαλό άρωμα Λεβάντας, για στιγμές χαλάρωσης και ηρεμίας, καθώς η μαμά καθαρίζει το μωράκι της.

### Προώθηση

Τα Pampers έχουν μία ιδιαίτερη θέση στην καρδιά και το μυαλό των καταναλωτών, σαν μία μάρκα που παρέχει μία συνολική εμπειρία στο μωρό και τη μητέρα μέσα από προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Η εμπειρία αυτή είναι που μεταμορφώνει ένα εμπορικό σήμα σε μία μάρκα εμπιστοσύνης και αγάπης. Η φιλοσοφία των Pampers αποκτά σάρκα και οστά μέσα από όλα τα επικοινωνιακά μέσα, από τη

συσχευασία και τη διαφημιστική καμπάνια, μέχρι την παρουσία στα σημεία που τα αγοράζει ο καταναλωτής, την προσωπική επικοινωνία με τη μητέρα στις διαφορετικές χρονικές στιγμές της ζωής του μωρού της και τη συμμετοχή τους σε διάφορες εκδηλώσεις.

Το καλοκαίρι του 2004, τα Pampers υλοποίησαν μία μοναδική εκδήλωση με τίτλο "Ο Κόσμος του Μωρού". Επρόκειτο για μια συναρπαστική διαδραστική εμπειρία που έδινε την ευκαιρία στους γονείς να "γίνουν" για λίγο μωρά και να καταλάβουν πώς ακριβώς αυτά νιώθουν και αντιλαμβάνονται το περιβάλλον γύρω τους, από την εποχή που γεννιούνται μέχρι τα 3 τους χρόνια.

Στην προσπάθειά τους να βρίσκονται σε επαφή με τους γονείς, τα Pampers επιδιώκουν μία τακτική επικοινωνία μαζί τους ενημερώνοντάς τους για θέματα που αφορούν στη φροντίδα του μωρού τους. Ως αποτέλεσμα της σημαντικής και συνεχώς εξελισσόμενης γνώσης που τα Pampers διαθέτουν σε θέματα βρεφικής φροντίδας και ανάπτυξης, τα Pampers έχουν κερδίσει υψηλή θέση στην εκτίμηση των ειδικών, όπως αποδεικνύει η συνεργασία με τον Σύλλογο των Μαιών, καθώς και η πολυετής στήριξη της παιδιατρικής έρευνας στην Ελλάδα μέσα από τη χορηγία "Παιδί & Υγεία" στον ακαδημαϊκό χώρο.

### Αξίες

Η υπογραφή των Pampers "Εμπνευση από τα μωρά δημιουργία από τα Pampers", υποδηλώνει ότι στο επίκεντρο όλων όσων κάνουν βρίσκεται το μωρό και οι ανάγκες του. Η βασική φιλοσοφία των Pampers, "Βλέποντας τον κόσμο μέσα από τα μάτια ενός μωρού, καταλαβαίνεις πώς μπορείς να τον κάνεις καλύτερο", από την οποία πηγάζει κάθε νέο προϊόν, κάθε μήνυμα και επικοινωνία, είναι η κινητήριος δύναμη του προϊόντος αλλά και των ανθρώπων που εργάζονται για αυτό.

Πίσω από την επιτυχία των Pampers βρίσκεται η συνεχής καινοτομία, η συνεχής επαφή με το μωρό και το γονιό και οι πολυτίμες συνεργασίες με κορυφαίους επιστήμονες παγκοσμίως. Σήμερα, τα Pampers δεν είναι απλά ένα εμπορικό σήμα - είναι μία μάρκα εμπιστοσύνης που στο μυαλό των καταναλωτών έχει ταυτιστεί με την ίδια την κατηγορία του προϊόντος και την ευρύτερη έννοια της βρεφικής φροντίδας.



[www.pampers.com](http://www.pampers.com)

ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

### Pampers

- Η πρώτη μορφή πάνας μίας χρήσης για μωρά έκανε την εμφάνισή της τη δεκαετία του '30 αλλά δεν ήταν τίποτε άλλο από μία "βάτα" από χαρτί τοποθετημένη μέσα σε ύφασμα. Ως εκ τούτου, στα μέσα της δεκαετίας του '50 οι πάνες αυτές χρησιμοποιούνταν σε ποσοστό λιγότερο από 1% των αλλαγών.
- Η πρώτη πάνα που φοράνε πάνω από 8 στα 10 μωράκια όταν γεννιούνται είναι Pampers New Baby.
- Τα Pampers είναι η πρώτη μάρκα στην Ελλάδα που διέθεσε πάνες για πρόωπα μωρά. Τα Pampers Premature καλύπτουν τις ανάγκες ακόμα και ενός μωρού 500 γραμμαρίων.
- Το 2006 τα Pampers συμπληρώνουν 50 χρόνια ζωής.