

Информация для прессы

г. Москва, 26 мая 2020 г.

Бренд TENA компании Essity проводит ребрендинг и продолжает строить открытый диалог на тему недержания

Торговая марка TENA, входящая в портфель международной FMCG-компании Essity¹, и занимающаяся производством продукции для ухода при недержании, впервые за 20 лет меняет свой образ и делает акцент на категории товаров по уходу за кожей. Таким образом, бренд рассказывает о необходимости поддерживать здоровье кожи пациентам с недержанием, что особенно актуально для пожилых людей.

Согласно данным, представленным на Глобальном форуме по проблемам недержания, более 400 млн. людей в мире сталкиваются с недержанием². Для многих пациентов недержание может стать причиной психологических расстройств, отказа от привычного образа жизни. Именно поэтому для экспертов компании Essity, международного производителя товаров для гигиены и здоровья, эта тема является крайне важной для обсуждения с обществом. Компания проводит просветительские мероприятия по всему миру, рассказывая о недержании, предоставляя полезные знания о том, как ухаживать за пациентом с недержанием, как позаботиться о себе, если вы сами являетесь пациентом. В компании уверены, что снятие ярлыка табуированности с этой темы является важной целью на пути к формированию благополучия человечества. Многочисленные исследования, проведенные Essity во всем мире, направлены на поиск оптимальных решений по улучшению качества жизни людей и повышению качества ухода за ними.

Около 50% людей с недержанием мочи хотя бы однажды сталкивались с дерматитом³, основная причина которого – длительное воздействие любой формы влаги, которое приводит к повреждению кожи. Чаще всего риску подвержены пожилые люди из-за функциональных изменений кожи. С возрастом она становится более тонкой, уязвимой и требует особого ухода. Эксперты TENA уверены, что в силах сохранить естественное здоровье кожи и постоянно находятся в поиске новых решений. На протяжении нескольких лет они обучали фармацевтов, покупателей и потребителей на российском рынке правильному уходу за кожей, который включает три основных шага: сухость, очищение, защита. Сегодня эти этапы легли в основу ассортимента TENA, объединенного концепцией под названием ProSkin.

«Наши наблюдения показывают прямую зависимость между уходом за пациентом с недержанием и его самочувствием, уровнем социализации и привычным образом жизни. Пожилые люди, будучи самой незащищенной группой, нуждаются в особом уходе. Мы видим качественный сдвиг в образе жизни пожилых людей – они стараются вести активный образ жизни, заниматься любимым хобби, поддерживать физические нагрузки, встречаться с друзьями и близкими. И нам важно показать, что недержание – это не повод пропускать счастливые моменты, можно продолжать делать то, что нравится. Поэтому для нас важно предлагать решения, которые действительно смогут облегчить их жизнь и сделать её проще и счастливее», - говорит **Максим Куликов, коммерческий директор отдела продаж предметов медицинского назначения, Россия и СНГ, Essity.**

Достижения бренда были оценены независимым альянсом медиков и исследователей, пропагандирующих защиту кожи – линейка TENA ProSkin стала первым в мире инко брендом, получившим право маркировать свою продукцию знаком Skin Health Alliance.

1. В России представлена как ООО «Эссити»
2. Irwin et al. BJU Int. 2011 Oct;108(7):1132-8.
3. Holroyd S. Incontinence-associated dermatitis: identification, prevention and care. British Journal of Nursing 2015, 24, 9: S37-8, S40-3 (Calderdale and Huddersfield Foundation Trust)

Контакты для СМИ:

Кристина Мацак
Коммуникационное агентство FRC
+7 977 893 37 78
essity-rus@frc-pr.com

О компании Essity

Компания Essity является одним из мировых лидеров в области товаров для гигиены и здоровья. Мы стремимся улучшать благополучие людей, предлагая им наши продукты и услуги, играющие важную роль в повседневной жизни. Компания реализует свою продукцию приблизительно в 150 странах под ведущими мировыми брендами TENA и Tork, а также под такими популярными брендами, как JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda и Zewa.

Штат компании Essity составляет около 46 тыс. сотрудников. Продажи в 2019 году достигли приблизительно 129 млрд шведских крон (12,2 млрд евро). Головной офис компании находится в Стокгольме, в Швеции. Акции Essity торгуются на Стокгольмской фондовой бирже.

Компания Essity помогает преодолевать преграды на пути к благополучной и комфортной жизни. Мы делаем мир более здоровым и экологичным. Дополнительную информацию о компании можно найти на сайте www.essity.com.

О компании Essity в России

Компания начала работу в России в 1994 году. На российском рынке представлен ассортимент гигиенической продукции торговых марок Zewa, Tork, Libero, Libresse и TENA.

В 1998 году была приобретена фабрика по производству санитарно-гигиенической продукции в г. Светогорске, в Ленинградской области. На сегодняшний день на этой фабрике производится широкий ассортимент бумажной продукции торговых марок Zewa и Tork.

В 2010 году открылись две фабрики компании в Тульской области: фабрика в г. Советске, где производится бумажная продукция торговых марок Zewa и Tork, и фабрика в г. Веневе по производству товаров личной гигиены (детские подгузники торговой марки Libero и подгузники для взрослых торговой марки TENA).

В российском подразделении компании работает около 1300 сотрудников. Подробнее: www.essity.ru