



VOCÊ É BOM DE SAMBA? PARTICIPE DO CONCURSO CULTURAL DA PRUDENCE E DESFILE PELA TOM MAIOR NO CARNAVAL 2013

Empresa promove ação online “Invente seu Ritmo”, que levará o vencedor e um acompanhante para a avenida

A Prudence, marca de preservativos da DKT do Brasil, lança hoje (21 de janeiro) o concurso cultural **“Invente seu Ritmo”**, que premiará o ganhador e um acompanhante com duas fantasias para desfilarem pela Tom Maior, no Carnaval deste ano. Para participar da promoção, os candidatos devem criar uma marchinha de Carnaval inspirada na linha de produtos Cores & Sabores, da Prudence, e gravá-la em vídeo.

A inscrição deve ser feita até o dia 27 de janeiro, pela página www.facebook.com/preservativos.prudence, preenchendo o cadastro e enviando a gravação. O resultado será divulgado mesmo endereço virtual no dia 28 de janeiro. O fantoche Marcelinho é o porta-voz do concurso cultural e dá dicas aos internautas – confira o vídeo na página da Prudence no Facebook.

“Além de premiarmos nosso público alvo com a experiência de desfilarem no Sambódromo de São Paulo, este concurso une criatividade, diversão e prevenção, características que buscamos oferecer com os produtos da Prudence”, comenta Denise Santos, gerente de marketing da DKT do Brasil.

Patrocinada pela empresa, a Tom Maior levará para a avenida o enredo **“Parque dos Desejos – O seu passaporte para o prazer!”**, que contará a história do preservativo e do prazer sexual na humanidade.

SOBRE A DKT

Fundada em 1984 por Philip D. Harvey, a DKT International é uma entidade especializada na implantação de programas de planejamento familiar e prevenção de DSTs e AIDS ao redor do mundo. Mantém 19 programas de marketing social em 18 países - África do Sul, Brasil, China, Egito, Etiópia, Filipinas, Índia, Indonésia,



Malásia, Marrocos, México, Moçambique, República Democrática do Congo, Sudão, Tailândia, Turquia, Gana e Vietnã.

A DKT do Brasil, instalada no país em 1990, é detentora da marca Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas, géis lubrificantes e estimuladores do mercado. Seguindo as diretrizes da matriz, a filial brasileira apoia diversas ONGs (Organizações Não Governamentais) realizando trabalhos de conscientização sobre a importância do uso do preservativo em todas as relações sexuais.

SD&PRESS CONSULTORIA

(11) 3759-1333; www.sdpress.com.br; @sdpress; facebook.com/sdpress

CAROLINE CORREA	caroline.correa@sdpress.com.br
------------------------	--

LUCIANA BULGARELLI	luciana.bulgarelli@sdpress.com.br
---------------------------	--

MARIANA LARSSON	mariana.larsson@sdpress.com.br
------------------------	--

SERGIO DUARTE	sergio.duarte@sdpress.com.br
----------------------	--

JANEIRO, 2013