



EM HOMENAGEM AO BRASIL, PRUDENCE INOVA MAIS UMA VEZ E LANÇA O PRIMEIRO PRESERVATIVO DO MERCADO COM SABOR E AROMA DE CAIPIRINHA

O drink mais popular do país é a nova aposta da Prudence para a pioneira linha de preservativos Cores&Sabores



0% ALCOOL 100% SABOR. USE SEM MODERAÇÃO

Nada é tão brasileiro quanto o samba e a caipirinha e, a DKT, detentora da marca de preservativos Prudence, presta sua homenagem a esse povo tão diversificado – quanto a própria mistura de ingredientes do drink mais famoso da nação – e lança no mercado a primeira camisinha com cor, sabor e aroma de caipirinha.

O lançamento faz parte de mais uma extensão da linha Cores e Sabores, pioneira do mercado em preservativos com cor, sabor e aroma, que atualmente conta ainda com as versões banana, melancia, morango, uva, chocolate, hortelã, tutti-frutti e refrigerante sabor cola.

Com o mesmo preço sugerido dos outros produtos da linha Cores&Sabores, o caipirinha, em homenagem à representatividade que o drink empresta à nação, é bicolor – verde e amarelo, não contém álcool e é indicado para todas as relações sexuais.

“A Prudence é conhecida por sempre apresentar as tendências no mercado de preservativos. Lançamos a primeira linha de camisinhas com sabor, cor a aroma



(Prudence Cores&Sabores), a primeira embalagem Combo, composta de preservativo e sachê extra de lubrificante íntimo (Prudence Extra Lubrificado) e agora inovamos mais uma vez com a versão caipirinha”, comenta a gerente de marketing da empresa, Denise Santos.

Além de manter seu foco na inovação e estar sempre pronta para atender as principais necessidades do público consumidor, a DKT investe fortemente no marketing social. Com um extenso trabalho executado no Brasil e em diversos países em desenvolvimento, sua principal missão tem sido fornecer opções de qualidade e acessíveis de planejamento familiar e prevenção das Doenças Sexualmente Transmissíveis (DSTs).

Para incentivar as pessoas a praticarem sexo seguro, a DKT investe em produtos diferenciados como Prudence Cores e Sabores Caipirinha, pois dessa forma consegue despertar a curiosidade do público e promover o uso de preservativo de forma prazerosa e divertida. “Desenvolvemos preservativos que as pessoas querem usar, porque saem do convencional e acrescentam um algo a mais na transa”, finaliza a executiva.

Para mais informações de toda a linha de produtos Prudence, acesse: www.useprudence.com.br .

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 22 programas de marketing social em 20 países - Brasil, China, Egito, Etiópia, Filipinas, Ghana, Índia, Indonésia, Malásia, Marrocos, México, Moçambique, Nigéria, Paquistão, República Democrática do Congo, Sudão, Tailândia, Tanzânia, Turquia e Vietnã, sendo que Índia e China possuem dois projetos.

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

SAYURI KUBO sayuri.kubo@sdpress.com.br

PAULA BALDUINO paula.balduino@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana.larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

MARÇO, 2014
