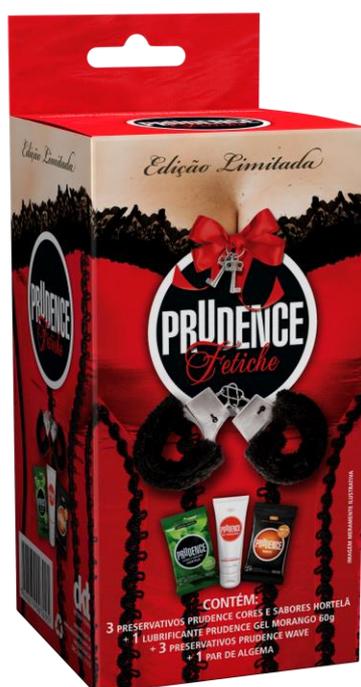




PRUDENCE LANÇA 4ª EDIÇÃO DO KIT FETICHE PARA ESQUENTAR O DIA DOS NAMORADOS

O item, que já virou tradição da marca, contém preservativos, gel com aroma de morango, além de algemas de pelúcia. Com preço sugerido de R\$ 30,00, o Prudence Fetiche pode ser encontrado a partir de abril em farmácias e mercados de todo Brasil



Para aquecer o clima em junho, a Prudence, marca da DKT do Brasil, lança a quarta edição do Kit Fetiche para celebrar o Dia dos Namorados. Com preço sugerido em torno de R\$30,00 para o consumidor final, a novidade é composta por um flowpack com três preservativos Prudence Cores e Sabores Hortelã, que, além do sabor característico, proporciona uma deliciosa sensação de refrescância; um flowpack de três unidades do Prudence Wave, camisinha com textura ondulada que estimula as áreas mais sensíveis da mulher durante a relação sexual; além do gel lubrificante com aroma de morango. Para apimentar ainda mais a relação, o casal pode explorar a imaginação com as algemas eróticas. O kit pode ser encontrado em farmácias e mercados de todo o Brasil.



“Procuramos sempre inovar e apresentar produtos que combinem sexo seguro e diversão. Oferecer novidades e itens diferenciados faz parte do conceito da DKT. O Kit Fetiche, por exemplo, já virou marca registrada da Prudence, pois todos os anos é lançada uma nova edição, totalmente reformulada, com novos produtos e acessórios que acompanham o kit”, comenta Denise Santos, gerente de marketing da DKT do Brasil.

A aceitação do Prudence Fetiche cresce a cada ano. Em 2013, em apenas um mês, foi vendido o que estava programado para três meses. Diante deste sucesso, a DKT do Brasil aumentou em 30% o objetivo de vendas do item.

Ainda segundo a executiva de marketing, o Dia dos Namorados é uma importante data no calendário promocional do varejo e esse tipo de ação deixa a marca em evidência, além de agradar os consumidores que buscam sempre algo novo. “O kit Fetiche alia sexo seguro e prazer, é perfeito para comemorar a data”, complementa.

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 21 programas de marketing social em 19 países - Brasil, China, Egito, Etiópia, Filipinas, Ghana, Índia, Indonésia, México, Mianmar, 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, além dos lançamentos voltados pra higiene íntima e saúde da mulher. 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

ABRIL, 2014
