

“O PRAZER ATRAI” É O TEMA DA NOVA CAMPANHA PUBLICITÁRIA DA PRUDENCE

Composta por três peças, a nova ação publicitária mostra que os opostos se atraem e o desejo se torna prazer, com os preservativos da marca



Com o título “O prazer atrai” e o slogan “Quando o desejo vier. Vá de Prudence”, a DKT do Brasil, empresa detentora da marca de preservativos Prudence, apresenta sua nova campanha publicitária. Desenvolvida pela agência paulista Z+ e composta por três peças, a ação apresenta pessoas com estilos completamente diferentes, porém com um ponto em comum: a atração.

A campanha utiliza sombras de casais “inesperados” para representar a realização do desejo sexual, com a mensagem central de que a atração física e o prazer não escolhem sexo, cor e nem hora para acontecer, e podem virar realidade com a Prudence. “A ideia é mostrar que, independentemente do estilo de vida, do gosto pessoal de cada um, as pessoas podem ser atraídas pelo oposto. O instinto fala mais alto do que qualquer diferença”, comenta Denise Santos, gerente de marketing da DKT do Brasil.

A DKT convidou umas das Testadoras de Camisinhas Prudence, a modelo Taís Dolfini, para representar a “patricinha” urbana que sente atração por um surfista



despojado; e a apresentadora Pietra Príncipe, do programa Papo Calcinha, do canal Multishow, para ser uma mulher altamente sexy que tem desejo por um nerd supertímido. A ação conta com anúncios em revistas masculinas e femininas de repercussão nacional, spots em rádios, mídia externa nas principais capitais do país e comercial de TV em canais abertos e na MTV.

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 20 programas de marketing social em 19 países - Brasil, China, Congo, Egito, Etiópia, Filipinas, Gana, Índia, Indonésia, Malásia, Marrocos, México, Moçambique, Nigéria, Paquistão, Sudão, Tailândia, Turquia 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

ALLYNE DE ANTONI allyne.antoni@sdpress.com.br

LUCIANA BULGARELLI luciana.bulgarelli@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana.larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

MAIO, 2013
