



Prudence lança “Testadores de Camisinhas” 2016

A partir do dia 5 de setembro, as histórias sexuais mais apimentadas e originais podem ser compartilhadas na maior plataforma online de contos eróticos do Brasil. E o melhor de tudo: seus autores podem ser nomeados legítimos testadores de camisinhas

Imagine alguém perguntar pra você:

- E aí, o que você faz da vida?
- Sou testador de camisinhas!

Parece brincadeira, mas é realmente possível.

A DKT do Brasil, empresa detentora da marca Prudence, anuncia o lançamento da campanha “Testadores de Camisinhas” 2016. A ação tem como objetivo incentivar o sexo seguro e mostrar que ele também é bem divertido! Mostre que você está pronto para contar sua história de sucesso – ou curiosa, inédita, experimental ou até engraçada. De quebra, você ainda pode se divertir bastante com as aventuras sexuais alheias. Ao todo, a Prudence vai escolher 100 pessoas para serem os “Testadores de Camisinhas” 2016.

Para participar, é preciso ser maior de idade, acessar o site da campanha www.testadoresdecamisinhas.com.br, selecionar o preservativo Prudence utilizado, um dos cinco temas (Criatividade a mil, Grupal, Lugar inusitado, Pegando geral e Performance), escrever seu conto erótico e fazer o check in no local onde tudo aconteceu.

Ao todo, a Prudence vai eleger 100 Testadores de Camisinhas. Dez deles serão os conselheiros, ou seja, influenciadores que já mandam muito bem e vão incentivar a prática do sexo seguro. Os outros 90 serão os que enviarem os melhores contos durante o período da campanha, que vai de 5 de setembro a 14 de outubro. O prêmio para os ganhadores será um kit completo com os produtos da



marca, entre preservativos, géis lubrificantes e sextoys. Isso significa que as 90 pessoas que escreverem os melhores contos terão camisinhas para um ano inteiro!

Não só de contar histórias vivem os testadores

Em sua 7ª edição, o “Testadores de Camisinhas” virou uma ação de sucesso da Prudence, esperada pelos consumidores todos os anos. A ideia da campanha não é apenas promover a marca, mas sim aumentar a interação do público com os produtos, disseminando sempre que o sexo seguro pode e deve ser divertido.

Em 2016, o tema dos “Testadores de Camisinhas” é o mesmo da campanha de marketing da marca: “Não Seja Panda, Seja Prudence”. Na plataforma www.testadoresdecamisinhas.com.br, a Prudence chama a atenção dos consumidores de uma forma divertida e criativa, com alusão à falta de interesse sexual desses animais, que se relacionam raríssimas vezes durante a vida. Assim, a marca incita seus consumidores, de forma inusitada, a retomar as práticas sexuais frequentes e divertidas, reacendendo relacionamentos sempre com o uso de camisinha.

Quanto mais ativo o usuário for na plataforma, mais reconhecimento ele terá, e mais chances de ser um dos 90 escolhidos. A campanha entrega medalhas virtuais de acordo com a atuação e desempenho de quem posta. São diversas categorias, como “Salvei um Panda”, desbloqueada para quem convidar três ou mais amigos para o concurso; “Tá Famoso”, quando 10 ou mais pessoas curtirem a história; “Promessa Prata, Ouro ou Diamante”, quando 5, 10 ou 15 (ou mais) histórias forem enviadas, respectivamente; e “Veterano”, quando um testador de uma edição passada virar testador novamente.

Os 100 novos testadores selecionados têm o trabalho árduo e apimentado não apenas de contar histórias, mas também ajudar a Prudence melhorar seus produtos – ou até criar novos! Esse é o caso do Prudence Cores&Sabores Morangão, um preservativo extra-grande sabor morango que foi gerado por meio das sugestões enviadas pelos consumidores participantes de outras edições da campanha.



“A proposta dos ‘Testadores de Camisinhas’ vai ao encontro da nossa missão global de promover o sexo seguro, de prevenção de DSTs e do incentivo ao planejamento familiar, sem deixar de lado a diversão. Sejam bem-vindos aos Testadores de Camisinha Prudence 2016”, diz Daniel Marun, diretor executivo da DKT do Brasil.

Você conhece a DKT?

Fundada em 1989 por Philip D. Harvey, a DKT International é uma organização sem fins lucrativos especializada na implantação de programas de planejamento familiar e prevenção de DSTs e Aids ao redor do mundo, contando com inúmeros projetos em 26 países. Só em 2015, a DKT protegeu 30 milhões de casais e ajudou a prevenir 5,5 milhões de gravidezes indesejadas, mais de 13 mil mortes maternas e 3,8 milhões de abortos.

Com 26 anos de atuação no País, a DKT do Brasil é detentora da marca Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas do mercado, além de outros produtos como géis lubrificantes, estimuladores, coletor menstrual descartável e lenço umedecido. É a única empresa no Brasil totalmente especializada em planejamento familiar.

A unidade brasileira mantém diversos programas de marketing social, que incluem o apoio a ONGs (Organizações Não Governamentais). Para se ter uma ideia, a empresa já distribuiu cerca de 1,5 milhão de preservativos, o equivalente a quatro voltas ao mundo.

Mais informações em www.dkt.com.br, www.useprudence.com.br, www.prudenceintima.com.br e www.prudencesoftcup.com.br.

SD&PRESS CONSULTORIA

(11) 3876-4070; www.sdpress.com.br; @sdpress; facebook.com/sdpress

BRUNA DAL MORO bruna.dalmoro@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana,larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

SETEMBRO, 2016
