



## ***Apenas dez dias após o lançamento, campanha 'Testadores De Camisinhas' já tem mais de 1.500 histórias cadastradas***

*Lançada em 5 de setembro, a plataforma online já recebeu mais de 1.500 contos eróticos inscritos pelos usuários*

*Ação segue até 7 de outubro, e vai nomear 100 pessoas como testadores de camisinhas oficiais da marca*

A DKT do Brasil, empresa detentora da marca Prudence, anuncia que, após apenas dez dias de seu lançamento, a campanha “Testadores de Camisinhas” 2016 já é sucesso e alcançou a marca de 1.500 histórias compartilhadas em sua plataforma oficial!

Com textos irreverentes, criativos e muito sensuais, os candidatos a testadores de camisinhas Prudence estão compartilhando experiências sexuais memoráveis e fazendo com que a maior plataforma online de contos eróticos do Brasil cresça cada vez mais.

As inscrições, feitas pelo site [www.testadoresdecamisinhas.com.br](http://www.testadoresdecamisinhas.com.br), vão até o dia 7 de outubro. Para participar, é preciso ser maior de idade, fazer seu cadastro e seguir alguns passos, como selecionar o preservativo Prudence utilizado durante a transa, escolher um dos cinco temas (Criatividade a mil, Grupal, Lugar inusitado, Pegando geral e Performance) e fazer o check in no local onde tudo aconteceu. Depois, é só deixar a imaginação funcionar e escrever sua história.

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. 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!



## **Sobre a campanha**

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](http://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.

## **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](http://www.dkt.com.br), [www.useprudence.com.br](http://www.useprudence.com.br), [www.prudenceintima.com.br](http://www.prudenceintima.com.br) e [www.prudencesoftcup.com.br](http://www.prudencesoftcup.com.br).

---

## **SD&PRESS CONSULTORIA**

---

(11) 3876-4070; [www.sdpress.com.br](http://www.sdpress.com.br); @sdpress; facebook.com/sdpress

---

**BRUNA DAL MORO** [bruna.dalmoro@sdpress.com.br](mailto:bruna.dalmoro@sdpress.com.br)

---

**DANIELLE MENDES** [danielle.mendes@sdpress.com.br](mailto:danielle.mendes@sdpress.com.br)

---

**MARIANA LARSSON** [mariana,larsson@sdpress.com.br](mailto:mariana,larsson@sdpress.com.br)

---

**SERGIO DUARTE** [sergio.duarte@sdpress.com.br](mailto:sergio.duarte@sdpress.com.br)

---

SETEMBRO, 2016

---