



“Mais prazer pra todo mundo” – este é o objetivo da Prudence em 2017

Marca de preservativos lança campanha focada na diversidade, modernidade, no prazer sem amarras, que foge da mesmice sem deixar de lado a prevenção – criada pela nova agência, a Z515

Tiago Abravanel estreia cantando o jingle da nova campanha de rádio



Depois de acordar e salvar a vida sexual dos pandas, agora é a vez da diversidade tanto no sexo como nos produtos. Sim, a Prudence tem tudo para deixar o sexo muito mais prazeroso, colorido, saboroso, divertido e iluminado! Mas se quiser algo mais tradicional, a marca também topa. E é justamente este o mote da nova campanha: “Mais Prazer pra Todos”. Assim, o conceito traz mensagens como “Menos mesmice, Mais Prudence”, “Menos Textão, Mais Tesão” e “Menos Preconceito, Mais Diversidade”, fortalecendo o posicionamento da marca dos últimos anos, que fala de prazer com responsabilidade, de sexo divertido, inovador, quente e inspirador, assim como a linha de preservativos Prudence que atinge todo tipo de gosto e público.

A ideia é explorar a dicotomia entre o menos e o mais, reforçando a visão inovadora da marca. A campanha é focada no jovem moderno e vai usar como ferramenta de comunicação, principalmente, as redes sociais, onde eles estão bastante presentes. Assim como a linha Prudence que se atualiza e moderniza em todo momento, as peças da campanha não terão uma mensagem fixa, mas sim diversas durante o ano. O consumidor pode se deliciar com frases diferentes nas mídias digitais, impressas, rádio e mobiliário urbano. Já neste mês, Tiago Abravanel estreia cantando o jingle da campanha de rádio.



A nova campanha é lançada no momento em que a marca comemora a liderança* no segmento, além de apresentar a maior gama de produtos do mercado. Outra novidade é a mudança de agência. A partir de janeiro, a Prudence passa a ser atendida pela Z515, que assina a nova campanha.

“Para nós, é um enorme orgulho trabalhar com a DKT. Numa época de relações frágeis e comoditização da nossa atividade, a Z515 acredita em vínculos fortes entre pessoas e um trabalho integrado com os clientes. A campanha de 2017 veio para mexer com o formato de comunicação da categoria novamente, trazendo muito comportamento e atitude sem abrir mão do posicionamento de Prudence, focado em prazer com segurança.”, afirma Rodrigo Cerveira, CSO da Z515. Para Marcelo Prista, CCO e sócio da Z515, “a campanha vai ao encontro do que a gente mais vê por aí: pessoas querendo menos alguma coisa, e querendo mais alguma outra coisa. Mas, no fundo, o que todos querem é satisfação e prazer”.

* Fonte: Dados Nielsen Retail Index, Volume (unidades), Base Preservativos Masculinos / TOTAL BRASIL – INA + INFC (canais alimentar e farmácia) – NOV/DEZ 2016

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 das marcas Andalan (AIUs) e Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas do mercado, além de outros produtos como géis lubrificantes, estimuladores, coletor menstrual descartável e lenço umedecido. A unidade brasileira mantém diversos programas de marketing social, que incluem também o apoio a ONGs (Organizações Não Governamentais). É a única empresa no Brasil totalmente especializada em planejamento familiar.

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



Sobre a Z515

A Z515 é uma agência full service, fundada em junho de 2015 por Zezito Marques da Costa, Alan Strozenberg e Flávio Nara. Em 2016, o executivo Marcelo Prista passou a integrar também o time de sócios. A agência oferece ao mercado uma alternativa em relação aos grandes grupos de comunicação que controlam o cenário nacional. O modelo independente da Z515 possibilita uma relação mais próxima com as marcas, gerando mais resultados não apenas na comunicação, mas também nos negócios dos clientes. A Z515 conta com uma carteira de clientes de diversos segmentos, entre eles, imobiliário, automobilístico, bancário, bens de consumo e materiais esportivos.

SD&PRESS CONSULTORIA

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

BRUNA DAL MORO	bruna.dalmoro@sdpress.com.br
DANIELLE MENDES	danielle.mendes@sdpress.com.br
MARIANA LARSSON	mariana.larsson@sdpress.com.br
SERGIO DUARTE	sergio.duarte@sdpress.com.br

MARÇO, 2017
