



Novo site da Prudence no ar! **Lançamento complementa nova campanha de marketing da marca de camisinhas**

Marca de preservativos repagina website oficial e o integra às redes sociais

Nova plataforma digital estreia em paralelo à nova campanha da marca para 2017, “Mais Prazer pra Todos”



A Prudence anuncia agora seu novo site oficial: www.useprudence.com.br. Com o intuito de estreitar seu relacionamento com o público e mostrar a gama completa de produtos, que contempla a maior linha de camisinhas do mercado, a página foi completamente renovada de modo a disponibilizar as informações de forma muito mais moderna, clara e objetiva. Esse lançamento chega para complementar a nova campanha da Prudence, “Mais Prazer pra Todos”, que acaba de ser apresentada.

Já na página inicial é possível encontrar dados sobre produtos, ‘quem somos’ e contatos do serviço de atendimento ao cliente. De navegação intuitiva e design moderno, além de integrado com as redes sociais da marca, o novo site é totalmente responsivo, ou seja, se adapta automaticamente ao tamanho e formato da tela do visitante, esteja ele utilizando um computador desktop, notebook, tablet ou smartphone.

Pelo novo site, é possível se inteirar sobre os programas da Prudence em vídeo, disponíveis no [YouTube](https://www.youtube.com). Há o “Prudence Delicious”, apresentado pela modelo e vencedora do reality show ‘Casa Bonita 2’, [Caren Souza](#); “Testadores de Camisinhas Prudence – O Programa”, apresentado pelos conselheiros dos Testadores de Camisinhas; e as “Dicas do Jairo”, do médico e especialista em sexo Jairo Bouer.



No menu principal, a aba produtos traz a descrição de todos os **preservativos Prudence** de cada linha – **Clássicos, Diversão, Tamanhos, Texturizados e Sensações** – mostrando que a marca é detentora da maior e mais diversificada linha de camisinhas do mercado. Há ainda os outros produtos: **Géis, Sextoys** (Anel Vibratório) e **Linha Feminina**, com lenço umedecido e o coletor menstrual descartável Prudence Softcup.

A nova plataforma conta também com abas individuais para os programas que a Prudence mantém na internet. **Dicas do Jairo** traz respostas de autoria do Dr. Jairo Bouer sobre dúvidas ligadas à saúde sexual, bem como os vídeos das temporadas do programa 'Fique Esperto', com conteúdos relacionados à educação sexual e sexualidade em geral, temas recorrentes para os jovens. O **Prudence Delicious** é o programa quinzenal transmitido nas redes sociais da Prudence, com temas novos a cada episódio, sempre relacionados à temática do sexo. Já a área destinada à campanha **Testadores de Camisinhas** traz um link para o portal www.testadoresdecamisinhas.com.br – a maior plataforma de contos eróticos da América Latina, que engloba informações sobre a ação, que conta com testadores conselheiros como Tânia Oliveira, Geisy Arruda e Harry Louis, entre outros famosos.

Durante a navegação pelo novo site, o internauta pode conferir as peças da **nova campanha “Mais Prazer pra Todos”**, que trabalha o conceito de prazer com responsabilidade, de sexo divertido, inovador, quente e inspirador, assim como a linha de preservativos Prudence, que atinge a todo tipo de gosto e de público. A campanha brinca com a dicotomia entre o positivo e negativo e traz mensagens como “Menos mesmice, Mais Prudence”, “Menos Textão, Mais Tesão”, “Menos Preconceito, Mais Diversidade”, entre outras.

A campanha, desenvolvida pela agência Z515, é focada no jovem moderno e usa como ferramenta de comunicação, principalmente, as redes sociais, onde o público alvo está bastante presente. Assim como a linha Prudence, que se atualiza e moderniza em todo momento, as peças da campanha não têm 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. O cantor Tiago Abravanel estreia o jingle da campanha de rádio.

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.

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
