



**Dia dos Namorados com sexo seguro e cinema na faixa!
Prudence lança campanha promocional voltada ao varejo em
celebração ao mês mais romântico do ano**



Na ação, a cada R\$ 15 em compras de produtos da linha Prudence, o cliente ganha um ingresso para conferir a comédia romântica Amor.com, estrelada por Isis Valverde e Gil Coelho, que estreia em 1º de junho nos cinemas

Todos os anos, a Prudence, marca de preservativos mais vendida do País*, apresenta uma campanha promocional voltada ao varejo para o mês dos namorados. E em 2017 não será diferente! A empresa resgata os romances de cinema e lança a **campanha 'Prudence do Mês dos Namorados'**, buscando assim incentivar as relações amorosas, com sexo prazeroso e seguro.

A cada R\$ 15 em produtos da marca, como preservativos, géis lubrificantes, coletor menstrual descartável, lenço umedecido íntimo e anel vibratório, o cliente ganha na hora um ingresso para assistir à comédia romântica **Amor.com**, filme estrelado por Isis Valverde e Gil Coelho.

Na trama, que chega às telonas em 1º de junho, Katrina (Isis Valverde) é uma famosa blogueira de moda que dita tendências, enquanto Fernando (Gil Coelho) é um vlogueiro focado em videogames. O que acontece depois? Os dois se encontram e acabam se apaixonando. E se tem paixão, tem que ter Prudence! O filme conta ainda com Joaquim Lopes, Alexandra Richter, Felipe Rocha, entre outros, no elenco.



“O filme é voltado para os jovens, principal público-alvo da Prudence, e aborda em seu enredo o mundo das redes sociais, um dos nossos principais canais de diálogo e ambiente em que somos bastante ativos. Por isso, escolhemos o Amor.com para o desenvolvimento desta campanha promocional para o mês dos namorados, que certamente impactará as vendas no varejo”, comenta Daniel Marun, diretor executivo da DKT do Brasil, dona das marcas Prudence e Andalan.

Investimento em ações no varejo

Para a Prudence, não apenas as campanhas para o Dia dos Namorados são uma tradição, mas também as já consolidadas parcerias com seus canais de distribuição. Prova disso é o investimento que a marca faz no desenvolvimento de peças para agregar valor ao PDV e chamar atenção do consumidor.

As peças contam com as informações da promoção e seguem a identidade visual da recém-lançada campanha Prudence “Mais Prazer Pra Todos”, que utiliza frases que exploram a dicotomia entre o menos e o mais, com mensagens como “Menos Tensão, Mais Diversão”, “Menos Textão, Mais Tesão”, “Menos Preconceito, Mais Diversidade”, “Menos Dilema, Mais Cinema”.

Até o momento, estão confirmadas parcerias com as seguintes redes de farmácias: Drogaria São Paulo, em SP; Drogaria Pacheco, Drogaria Venâncio, A Nossa Drogaria, DrogasMil, Drogarias Tamoios e Droga Life, no RJ; Droga Líder, em MG; Sesi Farmácia, em SC; Drogarias Nissei, no PR; Panvel, no PR, RS e SC, e Farmais, que atua em diversas regiões do Brasil.

Além do aporte nos PDVs, a divulgação acontece em mídias online e impressas, nas redes sociais e em rádios.

Mais informações em www.namoradosprudence.com.br.

* Fonte: Dados Nielsen Retail Index, Volume (unidades) - Base Preservativos Masculinos / TOTAL BRASIL – INA + INFC – Nov/Dez 2016 - Jan/Fev 2017 - Mar/Abr 2017

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 33 países.

Só em 2016, mais de 33 milhões de casais foram protegidos – índice CYP (Couple Years of Protection), o que corresponde a um crescimento de 10% em relação ao ano anterior, com 30 milhões. Os dados fazem parte do relatório anual, que traz o balanço que comprova o impacto dos projetos humanitários aplicados pela entidade anualmente.

Com 27 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

CAROLINE CORREA caroline.correa@sdpress.com.br

DANIELLE MENDES danielle.mendes@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana.larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

MAIO, 2017
