



Prudence anuncia os famosos escolhidos como ‘conselheiros’ da tradicional campanha Testadores de Camisinhas 2017



Livia Andrade e Sergio Abreu



Felipe Gaia e MC Luquinhas

Link para download das imagens: <https://goo.gl/RYNH9M>

A apresentadora [Livia Andrade](#); o ator [Sergio Abreu](#); o youtuber [Felipe Gaia](#) e o funkeiro [MC Luquinhas](#) foram nomeados ontem, durante festa em São Paulo, como os conselheiros da campanha e têm a missão de reforçar a prática do sexo seguro, prazeroso e divertido

Na última quarta-feira, 6/09, a Prudence promoveu o lançamento da campanha “[Testadores de Camisinhas 2017](#)”, em um bar na Vila Madalena, em São Paulo. A ação reuniu famosos, como a modelo e apresentadora do SBT [Livia Andrade](#); o ator [Sergio Abreu](#); o youtuber [Felipe Gaia](#) e o funkeiro [MC Luquinhas](#), que foram nomeados os conselheiros da edição 2017 da campanha. Estas celebridades, que já mandam muito bem em suas respectivas áreas de atuação, passam a ter a missão de incentivar a prática do sexo seguro de forma abrangente, utilizando-se de suas influências e do alcance de suas postagens nas redes sociais



para engajar seus seguidores – e mostrar que o sexo com segurança também deve ser prazeroso e divertido.

Testadores de Camisinhas é uma ação tradicional realizada pela Prudence, que tem o objetivo de incentivar a prática do sexo seguro, com a inscrição de contos eróticos em uma [plataforma exclusiva](#), na qual os internautas descrevem detalhes de sua transa. Os 100 melhores autores são nomeados como legítimos testadores de camisinhas da Prudence e recebem, além deste novo ‘título’, um kit completo com os produtos da marca com preservativos, géis lubrificantes e sextoys. Isso significa que as 100 pessoas que escreverem os melhores contos terão camisinhas para um ano inteiro de pura diversão!



[Dindry Buck](#) e [Andrea Capitulino](#)



[Angélica Ramos](#) e [Willian Herculano](#)

Para participar, é preciso ser maior de idade, acessar o site da campanha www.testadoresdecamisinhas.com.br, selecionar o preservativo Prudence utilizado durante a transa, um dos cinco temas (Performance, Sexo em grupo, Lugar inusitado, Criatividade a mil e Pegando geral), escrever seu conto erótico e fazer o check in no local onde tudo aconteceu. Tudo isso durante o período da promoção, que vai de **6 de setembro a 22 de outubro**.

Cada usuário pode inscrever quantas histórias quiser. E quanto mais ativo ele for, mais chances tem de ser um dos 100 escolhidos, pois a campanha utiliza a estratégia de



gamification. Com a distribuição de *badges* personalizados no site, os participantes podem mobilizar seus amigos nas redes sociais a também participarem da ação.

No dia 30 de outubro, a Prudence vai anunciar quem são os 100 testadores escolhidos. Eles terão o trabalho árduo e apimentado não apenas de contar histórias, mas também de ajudar a Prudence a melhorar seus produtos – ou até criar novos! Esse foi o caso do Prudence Cores & Sabores Morangão, um preservativo extragrande sabor morango que foi desenvolvido por meio das sugestões enviadas pelos consumidores participantes de outras edições da campanha.

Testadores de Camisinhas 2017

Este ano, a Prudence trouxe uma importante novidade: os fãs da marca do Chile, do Uruguai e do Paraguai também podem contar suas mais quentes aventuras eróticas e concorrer ao título de testador. Estes países contam com sites próprios da campanha e seguem as mesmas regras da edição brasileira da promoção.

Ao final da campanha, a Prudence vai escolher **100 pessoas** de cada um desses países para serem os **'testadores de camisinhas'**. Outra novidade deste ano, que traz a 8ª edição da campanha, é que a plataforma tornou-se responsiva, ou seja, também é possível navegar convenientemente no formato *mobile*, ou seja, por smartphones e tablets.

O tema dos 'Testadores de Camisinhas Prudence 2017' segue o mesmo mote da campanha de marketing da Prudence: "Mais Prazer pra Todos". Na plataforma, a marca de preservativos mais vendida do Brasil* mostra seu incentivo pela diversidade, tanto no sexo quanto em sua linha de produtos, por meio de mensagens como "menos mesmice, mais Prudence", "menos textão, mais tesão", "menos preconceito, mais diversidade", entre outras, fortalecendo o posicionamento da marca que fala de prazer com responsabilidade, de sexo divertido, inovador, quente e inspirador.

Em cada um dos quatro países também são escolhidos conselheiros, ou seja, influenciadores que já mandam muito bem em suas áreas e vão ajudar na divulgação da campanha.

Este ano, repetindo o sucesso alcançado em 2016, a Prudence fará a doação de **dez preservativos** para ONGs que fazem trabalhos de prevenção a ISTs / Aids no Brasil para **cada história cadastrada** no site! Na última edição da campanha, a plataforma contou com 4.530 contos eróticos, durante um pouco mais de um mês de realização, o que resultou na doação de 45.300 camisinhas.



Em oito anos da campanha, já são mais de **30 mil histórias cadastradas**, com a nomeação de aproximadamente **700 'Testadores de Camisinhas'** oficiais da marca.

* Fonte: Nielsen Retail Index 2.0, Volume (unidades) Base Preservativos Masculinos / TOTAL BRASIL – INA + INFC – Nov/Dez 2016 a Mai/Jun 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 29 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 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

Setembro, 2017
