**Prudence Celebration em nova embalagem**



**São Paulo, março de 2018** – A Prudence, marca de camisinha mais vendida no Brasil, acaba de lançar a nova embalagem para o preservativo Prudence Celebration, o único do mercado na cor dourada, com aroma e sabor de vinho espumante.

Mais atraente, a cor dourada da embalagem ganha destaque na gôndola com a missão de atrair mais consumidores.

A Prudence Celebration faz parte da linha Diversão e pode ser encontrada em farmácias e mercados de todo o Brasil pelo valor de **R$ 3,55** na embalagem de 3 unidades e **R$ 6,72** na embalagem com 6.

**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 ISTs – infecções sexualmente transmissíveis – e Aids ao redor do mundo, contando com inúmeros projetos em mais de 30 países.

Só em 2017, mais de 36 milhões de casais foram protegidos – índice CYP (Couple Years of Protection). Os dados fazem parte do relatório anual, que traz o balanço que comprova o impacto dos projetos humanitários aplicados pela entidade anualmente. Ainda em 2017, os esforços da DKT impediram uma estimativa de 7,6 milhões de gravidezes indesejadas e 4,6 milhões de abortos inseguros. Além disso, a DKT evitou aproximadamente 14.600 mortes maternas.

Com 27 anos de atuação no País, a DKT do Brasil é detentora das marcas Prudence, Sutra e Andalan (AIUs), 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.