



PRESERVATIVOS PRUDENCE E ELLUS 2NDFLOOR PRESENTEIAM CASAIS EM CAMPANHA PARA O DIA DOS NAMORADOS

Além disso, no dia 10 de junho, marca realizará blitz na Vila Madalena, em São Paulo, promovendo uma competição entre casais

Até o dia 12 de junho, o dia mais romântico do País, a DKT do Brasil, detentora da Prudence, e a Ellus prometem apimentar as comemorações do Dia dos Namorados. Em parceria firmada com marca, que se comunica com um público descolado e jovem, a Prudence disponibiliza mais de 600 Kits Prudence Fetiche em cinco lojas da rede Ellus 2ndfloor.

Nas compras acima de R\$ 300,00, entre os dias 06 e 12 de junho, o consumidor leva pra casa a 6ª edição do Kit Prudence Fetiche, que traz tudo o que os casais precisam para os momentos mais íntimos, sem deixar a diversão e a proteção de lado.

“A parceria não poderia acontecer em melhor hora. A Ellus 2ndfloor atrai o público que queremos atingir. São jovens, com mente aberta e prontos para deixar a imaginação tomar conta dos momentos de prazer. Queremos estimular esses contatos, com proteção e segurança entre os parceiros. A ideia é fazer do dia 12 de junho um dia inesquecível para o casal”, afirma Daniel Marun, diretor executivo da DKT do Brasil.

O Kit conta com um *flowpack* com três preservativos da linha Cores & Sabores Uva, com o sabor, cor e aroma característicos da fruta, outro com três unidades do preservativo Ultra Sensível, que apresenta uma textura mais fina para proporcionar mais sensibilidade, uma bisnaga do Gel Prudence Morango e um jogo erótico, denominado “Jogo Proibido”.



Esse jogo, um *boardgame*, propicia um momento de diversão e erotismo a dois ou a três, já que cada casa existente no tabuleiro sugere uma ação, como tirar uma peça de roupa, fazer uma massagem ou beijar alguma parte do corpo



do parceiro. Ao final da partida, o casal ou trio, ainda são convidados a fazer uma selfie pós-sexo e postar no Instagram com a hashtag #PrudenceFetische, gerando curiosas e divertidas interações com os outros fãs da marca.

As lojas participantes são: Ipanema, Oscar Freire, Shopping Iguatemi, Shopping Patio Savassi e Salvador Shopping.

COMPETIÇÃO ENTRE CASAIS: QUE VENÇA O MELHOR

Ainda em comemoração ao Dia dos Namorados, a DKT do Brasil realizará blitz em bares e restaurantes de São Paulo. Durante a noite de 10 de junho, sexta-feira, os estabelecimentos da Vila Madalena receberão um casal de promoters da marca, que irão promover competição entre casais.

Com uma lousa, serão realizadas perguntas sobre o relacionamento, como o primeiro beijo, data de aniversário de namoro, entre outras. A dupla que tiver mais acertos ganhará um Kit Prudence Completo. Serão distribuídos 40 Kits e vales de motéis durante a ação.

OUTRAS AÇÕES

Em parceria com o site de Flex Motéis, a DKT do Brasil participa da promoção Flex Love. De 01 a 09 de junho, na compra do combo (Kit com dois vinhos Santa Rita e um Kit Fetische), por R\$ 69,69, os casais ganham 25% de desconto em todas as suítes dos motéis participantes e uma hora extra.

Já no dia que antecede o Dia dos Namorados, uma pessoa caracterizada de Panda, em alusão a campanha da DKT “Não Seja Panda, Seja Prudence”, distribuirá o Kit Fetische e mais de duas mil amostras do preservativo Neon na festa “Solteiro sim, sozinho nunca”, a ser realizada no Wood’s Bar.

SERVIÇO

PROMOÇÃO ELLUS 2NDFLOOR

QUANDO: DE 06 A 12 DE JUNHO



ONDE: ELLUS 2NDFLOOR IPANEMA, OSCAR FREIRE, SHOPPING IGUATEMI, SHOPPING PATIO SAVASSI E SALVADOR SHOPPING.

JOGO ENTRE CASAIS

QUANDO: 10 DE JUNHO

ONDE: VILA MADALENA

FLEX LOVE

QUANDO: DE 06 A 09 DE JUNHO

ONDE: SITE FLEX MOTÉIS

WOOD'S BAR

QUANDO: 11 DE JUNHO

ONDE: FESTA "SOLTEIRO SIM, SOZINHO NUNCA"

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 cerca de 19 países. Só em 2015, a DKT atendeu a 30 milhões de casais, 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 da marca Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas, géis lubrificantes e estimuladores do mercado. Além disso, conta com uma variedade de itens destinados a saúde da mulher, como higiene íntima, tornando a empresa a única no Brasil totalmente especializada em planejamento familiar. Mantém ainda um selo próprio voltado a identificação de ações como forma de consolidar a sua missão ao redor do mundo.



A unidade brasileira mantém ainda programas de marketing social, com o apoio a diversas ONGs (Organizações Não Governamentais). Para se ter uma ideia, a empresa já distribuiu cerca de um milhão e meio de preservativos, o equivalente a quatro voltas ao mundo.

Mais informações em <http://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

MARIANA LARSSON mariana,larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

JUNHO, 2016
