



No fim de semana mais romântico do ano, Prudence presenteia os casais apaixonados de São Paulo



Entre 9 e 12 de junho, a marca de preservativos mais vendida do Brasil vai distribuir camisinhas por toda capital paulistana. As ativações também incluem dinâmicas para os casais concorrerem a ingressos para assistir à comédia romântica Amor.com, estrelada por Isis Valverde*

A Prudence, marca de preservativos mais vendida do País*, dá a largada ao **Dia dos Namorados** com uma blitz especial para os casais apaixonados. Entre 9 e 12 de junho, promotores Prudence vão percorrer as regiões mais badaladas da cidade de São Paulo e entregar uma camisinha **Prudence Café**, preservativo recém-lançado com cor, sabor e aroma da bebida, e um **Anel Vibratório Prudence** para os todos os que cruzarem com a blitz em algum momento. O objetivo é mostrar que o sexo seguro também pode e deve ser divertido e prazeroso.

Também na blitz, os casais terão a chance de ganhar um par de ingressos para assistir à comédia romântica Amor.com, filme estrelado por Isis Valverde e Gil Coelho, que está em cartaz nos cinemas. Quem cumprir o desafio proposto pela Prudence será premiado.

As ações acontecem por toda cidade, em bares e baladas, sempre das 19h às 23h. Confira abaixo a agenda:

- Sexta-feira (9/06) - Aclimação, Bela Vista e região da Av. Paulista
- Sábado (10/06) - Vila Madalena e Pinheiros
- Domingo (11/06) - Santana, Vila Guilherme e Casa Verde
- Segunda-feira (12/06) - Tatuapé e Moóca



Campanha 'Prudence do Mês dos Namorados'

Quem não conseguir ganhar os ingressos para o filme na blitz pode ainda participar da **campanha 'Prudence do Mês dos Namorados'**. A cada R\$ 15 em compras de produtos da marca, como preservativos, géis lubrificantes, coletor menstrual descartável, lenço umedecido íntimo e anel vibratório, o consumidor ganha na hora um ingresso para assistir à comédia romântica **Amor.com**. Na trama, que chega às telonas em 1º de junho, Katrina (Isis Valverde) é uma famosa blogueira de moda que dita tendências no mercado brasileiro, 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 ao público jovem, que também é o principal público-alvo da Prudence, que sempre busca disseminar a importância do sexo seguro e prazeroso. O enredo aborda o mundo das redes sociais, que também é um dos principais canais de diálogo da marca e ambiente em que a Prudence é bastante ativa.

A promoção segue durante todo o mês de junho. O cliente ganhará um ingresso na hora adquirindo o valor correspondente de produtos Prudence nos pontos de venda da marca espalhados pelo Brasil, entre eles as principais redes de drogarias e farmácias. Depois disso, é só realizar a troca pelo bilhete de entrada nos cinemas que estiverem exibindo o filme e curtir a sessão.

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

JUNHO, 2017
