



VENERDÌ 23 NOVEMBRE 2018

Durex scende in campo per sostenere la giornata mondiale per la lotta contro l'AIDS

ANTONIO GALLUZZO

redazione@spettacolinews.it
SPETTACOLINEWS.IT

Prosegue anche quest'anno l'impegno di Durex, leader nel mercato del benessere sessuale e "ambasciatore del sesso sicuro", nel promuovere e sostenere l'educazione sessuale e una cultura preventiva contro le malattie sessualmente trasmissibili.

Attualmente nel mondo ci sono 37 milioni di persone affette da HIV e il 69% della popolazione sessualmente attiva ha un amplesso alla settimana. Come leader di categoria, è compito di Durex - che da sempre si dedica al benessere di coppia, non solo grazie ai propri prodotti ma anche attraverso progetti educational - contribuire alla protezione dei partner di tutto il mondo.

Una partnership tra Durex e (RED)[®], l'associazione fondata da Bono Vox e Bobby Shriver, per raccogliere fondi e sostenere un progetto di aiuto umanitario in Sudafrica grazie a un'edizione limitata di preservativi

Il brand annuncia, in occasione della Giornata mondiale contro l'AIDS dell'1° dicembre, una collaborazione internazionale con (RED)[®] - organizzazione no profit fondata del 2006 da Bono Vox degli U2 e Bobby Shriver.

In tutto il mondo da novembre, si potranno acquistare i preservativi dell'Edizione Limitata (DUREX)RED, di cui una parte dei proventi verrà devoluta a favore di un progetto in Sudafrica, nazione dove attualmente vivono 7,2 milioni di persone affette da HIV. Il programma "Keeping Girls in School" ha come obiettivo quello di ridurre tra le giovani donne i nuovi contagi da HIV e le gravidanze indesiderate, incoraggiandole a proseguire gli studi e migliorando l'accesso ai servizi sanitari per la salute sessuale e riproduttiva.

Scopo del progetto è riportare all'attenzione di tutti l'importante tema dell'AIDS.

La collaborazione fa parte di un progetto triennale, durante il quale Durex si impegna - attraverso la partnership con (RED)[®] - a donare almeno 5 milioni di dollari al Fondo globale per la lotta all'Aids, la tubercolosi e la malaria.

Inoltre, la cifra raggiunta da Durex verrà raddoppiata dalla Fondazione Bill and Melinda Gates, così da raggiungere una donazione di almeno di

10 milioni di dollari.

In Italia è possibile acquistare l'Edizione Limitata (DUREX)RED su Amazon al prezzo consigliato di 14,99 euro nel formato con 20 preservativi, e sarà anche esposta nel primo pop-up store italiano di Amazon, "Amazon loft for XMAS", aperto in Via Dante 14 a Milano dal 16 al 26 novembre.

Coinvolta nel progetto globale Durex di veicolare il potente messaggio "fare sesso e salvare vite umane" - #HaveSexSaveLives - anche la famosa artista svedese Zara Larsson, la quale ha commentato "Per la prima volta in assoluto si può davvero dire "Fate sesso e salvate vite umane"! Tutti abbiamo la responsabilità di proteggere noi stessi e il nostro partner, facendo sesso sicuro. Con questo progetto di Durex possiamo contribuire attivamente all'obiettivo utilizzando il preservativo e, allo stesso tempo, aiutando milioni di ragazze sudafricane con la prevenzione e l'educazione sessuale. Nel mondo ogni due minuti un adolescente viene contagiato dall'HIV. Per me è importante che la mia generazione sia consapevole di questo e di quanto anche una sola voce e una sola azione possano impedire che questo accada".

Una campagna istituzionale italiana in tv e in radio, volta a promuovere la cultura del sesso sicuro, e una confezione speciale in farmacia

Una recentissima ricerca condotta per Durex ha rivelato alcuni dati sulle abitudini sessuali degli italiani e il loro approccio per la prevenzione delle malattie sessualmente trasmissibili: il 69% degli intervistati ha dichiarato che la sicurezza è il requisito principale nella scelta del preservativo e il 50% utilizza il condom come metodo contraccettivo.

In Italia, il brand - cosciente di quanto sia importante diffondere sempre più la consapevolezza che il preservativo è l'unico rimedio per la prevenzione delle malattie sessualmente trasmissibili - conferma il suo ruolo educativo creando una campagna tv e radio che associa comportamenti rischiosi quali l'abuso di fumo e alcool e le violazioni al codice della strada, al pericolo di fare sesso non protetto.

Volto della campagna è Niccolò Torielli, conduttore televisivo e radiofonico.

Inoltre, in occasione della Giornata mondiale contro l'AIDS dell'1° dicembre, Durex lancia sul mercato la referenza speciale Jeans x 2, acquistabile in farmacia al prezzo consigliato di 2€ (1€/condom). Un'edizione a un prezzo speciale che vuole dimostrare e sostenere l'impegno del brand dal punto di vista educativo.

Tante le iniziative del brand, in Italia e all'estero, che hanno come obiettivo quello di accrescere la conoscenza sull'AIDS e su rischi e conseguenze di fare sesso non protetto.

#HaveSexSaveLives