

7 marca, wystartował międzynarodowy konkurs na nowe opakowanie dla jednego z produktów marki Durex. Zwycięska praca ozdobi pudełko, które dostępne będzie w sprzedaży na całym świecie. Jeśli masz głowę pełną pomysłów, nie czekaj i weź w nim udział. Jest, o co powalczyć!

W konkursie może uczestniczyć każdy, kto ma ciekawy pomysł i już pod koniec tego roku chce zobaczyć efekt swojej pracy na sklepowych półkach, od Indonezji po Czechy. Co się liczy? Kreatywność, funkcjonalność, a nade wszystko – dobra zabawa! Przy okazji warto dowiedzieć się więcej o samej marce i o tym, co ma do przekazania odbiorcom – czyli idei szerokiego propagowania edukacji seksualnej. Projekty oceniać będzie jury złożone ze znanych trendsetterów: dyrektora MTV Georgia Arnodla, znanego streetartowca Smash137, snowboardzistki Silvii Mittermuller, designera Liu Zhizhi oraz Sue Daun, dyrektora agencji odpowiedzialnej za design marki Durex.

Jury wybierze 12 finalistów. Każdy z nich otrzyma iPada i torbę pełną gadżetów i produktów marki Durex. Zwycięzca przez współpracę z agencją wykonawczą będzie miał pełny wpływ na ostateczny efekt swojego projektu, dodatkowo zabierając ze sobą do domu 2,000 funtów.

Całość działań będzie prowadzona na profilu Facebook oraz stronie internetowej www.designdurexbox.com

Konkurs Naked Box – dwa w jednym

Celem konkursu jest dobra zabawa, ale również edukacja. Przekazywanie wiedzy na temat bezpiecznego seksu, zagrożeń, jakie niosą za sobą choroby weneryczne i edukowanie ludzi, niezależnie od wieku to jedna z podstaw działań marki Durex. Według raportu Durex Global Sexual Wellbeing Survey, spada wiek inicjacji seksualnej na świecie (teraz to ok. 16 lat). Ponad połowa młodych ludzi (18-24 lata) informacji dotyczących seksu szuka przede wszystkim w sieci.

„Po połączeniu tych elementów zrodził się pomysł na konkurs Naked Box. Konkurs będzie przeprowadzony na specjalnej platformie www.designdurexbox.com, gdzie każdy będzie mógł nie tylko zgłosić swój projekt,

oddać głos na innych, ale również znaleźć informacje o produktach marki i wzbogacić swoją wiedzę seksualną”- mówi Maja Medowska, brand manager marki Durex. „Efektem końcowym będzie opakowanie, po które młodzi ludzie nie będą się wstydzić sięgnąć w sklepie, wręcz przeciwnie – kupując je, pokażą, że dbają o każdą sferę swojego życia – nie tylko o przyjemność, ale i o bezpieczeństwo. Chcemy, żeby takie myślenie o seksie było efektem edukacji młodzieży na całym świecie” – dodaje.

Zapraszamy na www.designdurexbox.com

Durex