

Calvin

Préservatif Collector

**Le petit
carré
prometteur
de tant
d'ardeur.**

Au fil des ans, différentes initiatives se sont succédées pour trouver le moyen de banaliser l'acte d'achat du préservatif ainsi que le discours qui l'entoure.



C'est en déclinant l'idée d'une précédente campagne de lutte contre le Sida, que la société Calvin a développé son concept « Faire du préservatif un cadeau comme un autre ».

Rarement auparavant le préservatif avait fait l'objet d'une initiative aussi originale.

Sachant qu'aujourd'hui encore,

le meilleur moyen de se protéger des IST et principalement du Sida reste **INCONTESTABLEMENT** le préservatif, on peut logiquement se dire que la communication sur celui-ci et une revalorisation de son image sont primordiales.



Je condomise donc je suis !!!

La tendance de la customisation dépasse les frontières et s'engouffre aujourd'hui dans tous les domaines. La customisation est un art de vivre qui se revendique : sac, chaussures, téléphone, montre et dorénavant préservatifs, tout se personnalise jusqu'au moindre détail pour affirmer sa personnalité.



La société Calvin a développé la technologie permettant de personnaliser l'emballage du préservatif à partir de 6 pièces.

Fort de constater que le préservatif Calvin s'est imposé comme un très bon produit d'achat d'impulsion, il devient évident de l'associer au milieu du sport, de la musique et du cinéma afin d'en faire un véritable produit dérivé à part entière.



Calvin
Préservatif Collector

2

Qui sommes nous ?

Après avoir développé la technologie permettant d'imprimer sur l'emballage d'un préservatif et ce, même en petite quantité, Calvin® conçoit le site callvin.com qui permet aux particuliers de personnaliser eux-mêmes leurs emballages et de créer leur carte de visite sur préservatif.



Bien qu'il soit courant d'utiliser le préservatif comme support publicitaire dans les secteurs du sexe et dans le monde de la nuit, il est plus surprenant de le trouver là où on ne l'attend pas. C'est pourquoi, la société Calvin® a axé sa politique commerciale sur tout ce qui est éloigné de l'image habituelle du préservatif.



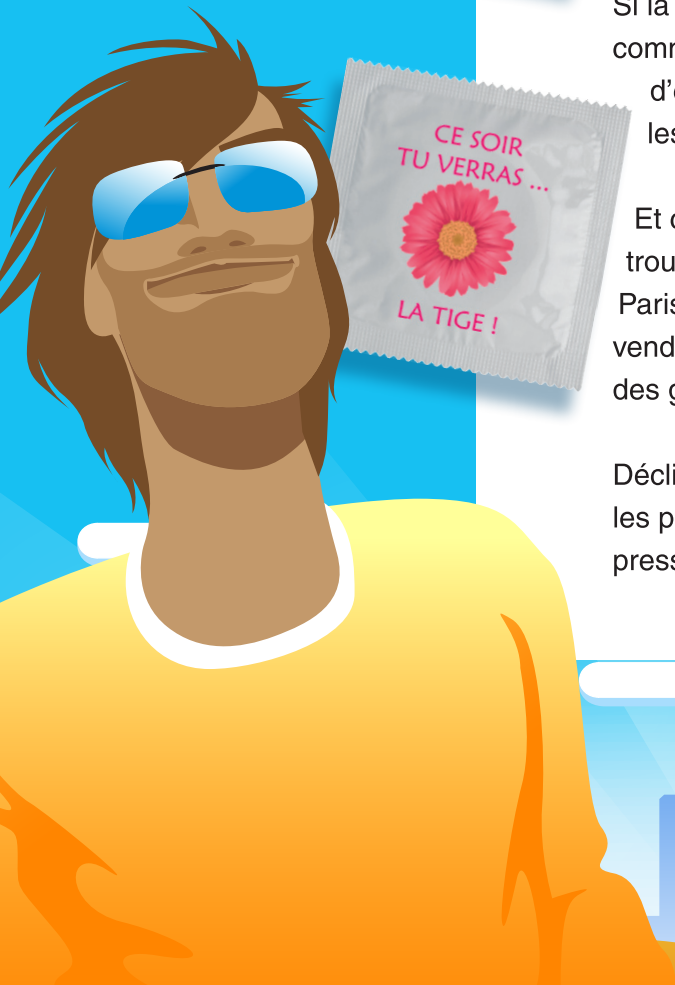
La société Calvin® peut donc se targuer aujourd'hui d'avoir une clientèle aussi diversifiée que surprenante avec, entre autres, une agence immobilière, une compagnie aérienne, des livreurs de pizza, des vendeurs de vêtements, des sites Internet, des clubs sportifs etc ...

Si la plupart d'entre elles utilisent régulièrement le préservatif comme objet publicitaire, certaines envisagent dès aujourd'hui d'en faire une activité commerciale à part entière en revendant les préservatifs estampillés à leur marque.



Et c'est durant l'été 2006 que les préservatifs Calvin® trouvent leur véritable essor. Estampillé aux logos « I love » Paris, Madrid, London etc ... Les préservatifs Calvin® sont vendus dans l'ensemble des boutiques cadeaux souvenirs des grandes capitales européennes.

Déclinés ensuite avec des modèles humoristiques, les préservatifs Calvin® sont disponibles dans les tabacs, presse, librairie, station service...



On plaisante avec les messages

- Remplacer sa vieille carte de visite par un support original et inattendu !
- Personnaliser ses préservatifs avec sa phrase culte ou son surnom !
- Afficher ses passions favorites de manière amusante !
- Offrir un cadeau surprenant !
- Créer une invitation pour sa soirée qui saura retenir l'attention !

Pour en savoir plus et personnaliser vous aussi vos préservatifs, rendez-vous vite sur notre site french-card.com. Vous verrez, il n'y rien de plus simple !



On ne plaisante pas avec la qualité

CALLVIN PROTÈGE VOS RELATIONS !!!

TOUS NOS PRODUITS ONT ETE SELECTIONNES POUR LEUR QUALITE ET SONT EN CONFORMITE AVEC LES NORMES EUROPEENNES (CE).

En s'associant à une grande marque de préservatif, la société Calvin® assure un gage de qualité dans le choix de ses produits.

A PROPOS DE TERPAN :

Fournisseur exclusif de la marque Calvin® depuis le premier semestre 2008, TERPAN conçoit, fabrique, et distribue des produits ayant trait à la prévention sanitaire, la protection des personnes, les soins, l'hygiène et la pédagogie sanitaire. De l'origine de la société et jusqu'en 1995, le préservatif masculin a représenté 100% du chiffre d'affaires de Terpan. Depuis lors, en fonction des demandes de la clientèle et dans un souci de diversification, Terpan étend la gamme de produits proposés. La distribution de préservatifs (préservatifs masculins, auxquels s'est ajouté le préservatif féminin, dont ils ont la distribution exclusive en France), représentait en 2008 68% du C.A.

CERTIFICATIONS :

L'entreprise a obtenu sa certification ISO 9001 en 2000 et la certification ISO 13485 pour les gels lubrifiants et préservatifs par le G-Med depuis 2006. Elle dispose également de la marque NF sur les préservatifs.



Calvin
Préservatif Collector

5

Calvin protège aussi les entreprises

Créer une invitation ou afficher sa marque sur ses préservatifs assurera un succès certain auprès de sa clientèle, de ses partenaires ou en accompagnant la vente de son produit.

Plus que jamais au cœur de l'actualité, le préservatif devient ici un simple support publicitaire sur lequel la société Calvin propose aux entreprises d'apposer leur marque, logo ou coordonnées.

Il s'agit aujourd'hui de se démarquer des moyens de communication habituels en affichant ouvertement son soutien pour toute forme de prévention.



Le VIH/sida dans le monde

Environ **33 millions** de personnes séropositives (17 millions en 1994) dont 2,3 millions d'enfants de moins de 15 ans.

- 50% des nouvelles infections touchent des **femmes**.
- Chaque jour :
- 11.000 personnes sont contaminées par le VIH (1 toutes les 6 secondes)
- 7.500 personnes meurent du sida (1 toutes les 8 sec.)
- Depuis 1981, **25 millions** de personnes sont mortes du sida.
- Inégalités d'accès aux ARV (Anti retro viraux) dans les pays en développement

Le VIH/sida en France

- Environ **150.000 personnes** sont porteuses du VIH, dont **40.000 qui seraient porteuses du virus sans le savoir**.
- 5 à 6.000 découvertes de séropositivité chaque année en moyenne. Moyenne d'âge des malades : 41 ans.
- 4 régions particulièrement touchées : IdF, PACA, Guyane et Guadeloupe.
- **47 % des personnes au stade sida ne savaient pas qu'elles étaient séropositives**. Elles l'apprennent lors de leur prise en charge à l'hôpital.
- 30% des personnes touchées par le VIH sont également atteintes par une ou plusieurs hépatites (le plus souvent l'hépatite C, parfois l'hépatite B).
- 8 % des malades sont en **échec thérapeutique** : pour eux, aucune combinaison de médicaments ne fonctionne.

Source : INVS

Le Site

MODE D'EMPLOI :

Facile et pratique, la composition de son visuel est un véritable jeu ... d'adultes.

- Une fois la couleur du préservatif sélectionnée, il suffit de taper son texte, de choisir la police et la couleur et/ou d'importer un motif de la galerie ou sa propre image. Il ne reste plus qu'à positionner l'ensemble de la composition d'un simple clic !
- Une hésitation entre deux modèles, une dernière vérification ? Les modèles composés peuvent être enregistrés et imprimés en taille réelle.



Le Service Calvin

Utiliser le site Internet de Calvin vous garantit un achat réussi :

- Un large choix de couleurs et de textes à travers un outil pointu spécialement conçu pour le site qui offre ainsi une totale liberté de création.
- Un espace client qui reprend les commandes précédentes sous une forme visuelle.
- Un paiement par carte bancaire sécurisé, par chèque et bientôt par AlloPass.
- Un suivi de commande en ligne pour voir l'état d'acheminement du colis avec lien direct sur le site de La Poste.
- Un service client toujours accessible par email ou par téléphone.

NOUVEAU: CONCOURS DE CREATION GRAPHIQUE

Callvin® organise régulièrement des concours où vous êtes libre de participer ou de voter. A l'internaute de créer le préservatif le plus original, le plus drôle, correspondant à l'esprit Callvin®.

Ce concours est ouvert à tous les créateurs en herbe ainsi qu'à ceux qui ont la flex attitude, un humour décalé mais jamais irrévérencieux. Il s'agit de mettre en scène ses créations, aucune compétence en informatique n'est requise, le plus simplement du monde ... Les créations gagnantes seront intégrées au catalogue de Callvin®.

Contact Presse

STÉPHANE CALLEJA

23 Rue Pierre et Marie Curie 94200 Ivry Sur Seine

tél : 01 45 15 14 45

email : stephane@callvin.com

**Retrouvez toutes les
informations de Callvin
sur notre site Internet**

www.callvin.com



Callvin
Préservatif Collector

9