

SAZÓN® cresce em vendas após participação no 'BBB 23' e 'Café com Eliminado'

Com patrocínio do quadro do 'Mais Você' e participação em prova bate-volta do reality, SAZÓN® apresenta aumento em vendas de produtos e acessos na loja virtual



São Paulo, maio de 2023 – A 23ª edição do reality show “Big Brother Brasil” teve recorde de anunciantes, entre eles, **SAZÓN®**, marca líder de temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**. Com o patrocínio do quadro “Café com Eliminado”, do ‘Mais Você’, e realização de uma prova bate-volta no reality show, a marca aplicou estratégias de marketing que resultaram no aumento das vendas dos temperos em pó e na conquista de aproximadamente 2 milhões de novos domicílios, comparado ao mesmo período do ano passado.

O gerente de marketing da **Ajinomoto do Brasil**, Thiago Furquim de Campos, destaca que ampliar a conexão da marca com os consumidores por meio da ativação em dois programas de enorme audiência foi um grande marco para **SAZÓN®**. “Apesar de já fazermos parte da rotina alimentar dos brasileiros, sendo a marca número um em temperos, conseguimos enriquecer a relação com o consumidor e apresentar novas linhas de produtos, como o **Tempero SAZÓN® Para Pipoca** e **SAZÓN® Tempera & Prepara**, mostrando a versatilidade da família **SAZÓN®**”.

Durante as dinâmicas e atividades no quadro ‘Café com Eliminado’, no programa “Mais Você”, **SAZÓN®** mostrou que combina com qualquer refeição, contextualizando o uso de seus produtos no reaproveitamento total de alimentos e na redução de sódio, importantes pilares de atuação da marca para contribuir com a alimentação mais equilibrada e a conscientização na redução do desperdício de alimentos.

Já a ativação de **SAZÓN®** com a prova bate-volta despertou interesse em um dos produtos apresentados na ação: o **Tempera & Empana** da linha ‘**SAZÓN® Tempera & Prepara**’. O público mais jovem se surpreendeu ao saber que o produto empanava sem

a necessidade de adição de ovos, demonstrando interesse por meio de comentários feitos nas redes sociais. A informação colaborou com as vendas dos produtos desta linha, que apresentou um crescimento expressivo comparado ao trimestre anterior ao BBB 23.

“Participar dos dois programas contribuiu positivamente para o rejuvenescimento da marca, nos aproximando do público jovem e ligado em culinária. Um dos pontos importantes para os jovens é a praticidade, assim, com o **SAZÓN® Tempera & Prepara** é possível preparar alimentos sem a necessidade de usar ovos e farinha, além de evitar sujeira durante o processo. Para relaxar assistindo a séries e filmes, temos o produto inovador e fácil de utilizar, **Tempero SAZÓN® Para Pipoca**, em três versões: manteiga, churrasco e cebola e salsa”, destaca Thiago.

Entre outras abordagens para o público geral e mais jovem, foram aplicadas estratégias digitais com a liberação de códigos promocionais para a loja virtual da **Ajinomoto do Brasil**. Segundo o Google Trends, a marca conquistou aumento de buscas digitais em mais de 1500%. No mesmo período, ocorreu o acesso recorde na loja virtual da empresa, com crescimento de mais de 300%.

“Além do ponto de venda, no qual fizemos grande investimento em materiais de exposição, preparação do nosso time de vendas e malha de distribuidores para que o consumidor encontrasse o produto no mercado, o e-commerce foi um canal que trabalhamos fortemente durante todo o período de ativação da marca. Com descontos estratégicos e direcionamento para compras via QR Codes, exibidos durante os programas, vimos as vendas da loja virtual apresentarem crescimento de duplo dígito comparado ao mesmo período do ano anterior”, finaliza Thiago.

Sobre Tempero SAZÓN®

Fabricado pela Ajinomoto do Brasil, o Tempero SAZÓN® está presente há mais de 30 anos no mercado e oferece diversas versões que tornam o dia a dia mais prático e saboroso. Extremamente versátil, a marca possui versões ideais para cada tipo de prato, deixando-os deliciosos e permitindo que o consumidor inove e adicione seu toque pessoal às preparações. O lançamento mais recente da marca é a linha Tempero SAZÓN® para Pipoca, produto desenvolvido a partir do pedido dos consumidores, e está disponível nas versões Cebola e Salsa, Manteiga e Churrasco.

Sobre Caldo SAZÓN®

O **Caldo SAZÓN®** é um caldo em pó que, assim como os caldos em cubo, agrega sabor às preparações, além de oferecer o benefício exclusivo de 0% de gordura e fácil dissolução, podendo inclusive ser utilizado em receitas secas, como farofa. O produto está disponível em sete deliciosos sabores e na linha **Caldo SAZÓN® Lev**, que possui 34% menos sódio e conta com as versões galinha e carne. Todas as embalagens trazem práticos sachês individuais que facilitam a utilização nas receitas (um sachê equivale a um cubo).

Sobre SAZÓN® Tempera & Prepara

A nova linha SAZÓN® Tempera & Prepara oferece opções para variar o cardápio do dia a dia com praticidade e muito sabor. SAZÓN® Tempera & Empana facilita o preparo de deliciosas milanesas sem precisar de ovo, nem de farinha. SAZÓN® Tempera & Dá Liga ajuda a pular etapas no preparo de almôndegas ou hambúrgueres. O portfólio contempla as linhas SAZÓN® Tempera & Empana (Milanesa Tradicional e Milanesa Ervas com Toque de Limão) e SAZÓN® Tempera & Dá Liga (Tradicional e Picanha).

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no Brasil desde 1956, a Ajinomoto é uma multinacional japonesa e referência mundial em aminoácidos. A empresa oferece produtos de qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Atualmente, a unidade brasileira é a terceira mais importante do Grupo Ajinomoto fora do Japão, atrás apenas da Tailândia e dos Estados Unidos. A linha de produtos da empresa voltada ao consumidor é composta pelo tempero umami AJI-NO-MOTO®, AJI-SAL®, Tempero SAZÓN®, Caldo SAZÓN®, SAZÓN® Tempera & Prepara, Receita de Casa™, HONDASHI® e SABOR A MI®, além das sopas individuais VONO®, VONO® Proteína e da linha de sopas cremosas e claras VONO® Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID® e MID ZERO™, o azeite de oliva extra virgem TERRANO®, o azeite de oliva tipo único TERRANO® e a linha TERRANO® Veggie Burger, o SATIS!® Molho Shoyu, além de aminoVITAL® GOLD e aminoVITAL® GOLD DRINK MIX, produtos compostos por nove aminoácidos essenciais para a recuperação de atletas e entusiastas do esporte. No Brasil, a companhia também atua no segmento de food service (alimentação fora do lar). Com quatro unidades fabris, localizadas no estado de São Paulo, nas cidades de Limeira, Laranjal Paulista, Valparaíso e Pederneiras, e sede administrativa na capital, emprega cerca de 3 mil funcionários e atende tanto ao mercado interno como ao externo. O Grupo Ajinomoto obteve faturamento global de US\$ 10,2 bilhões e nacional de R\$ 3 bilhões no ano fiscal de 2021. Atualmente, está presente em 36 países, possui 120 fábricas e cerca de 33 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

Race Comunicação

imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br

Milene Rolan – Cel.: (11) 99246-5780

Jones Araújo – Cel.: (71) 99347-1217

Ana Luiza Rigatto – Cel.: (11) 93373-9074

Michele Colombo – Cel: (11) 98278-1091

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746