

SAZÓN® foi as ruas de São Paulo em busca de esquemas para os adversários 'pipocarem' no Mundial do Catar

Esbanjando humor e criatividade, a ação foi comandada pela atriz e comediante Bruna Louise



São Paulo, dezembro de 2022 – Na semana em que se encerra o Mundial do Catar, vale ressaltar uma das ações que englobaram a campanha “SAZÓN® Pipoca Neles” da marca líder na categoria de temperos da **Ajinomoto do Brasil**, a atriz e comediante Bruna Louise foi às ruas da cidade de São Paulo para ouvir quais esquemas as pessoas preparam para os adversários do Brasil pipocarem nos jogos.

Com abordagem espontânea e muito humor, a atriz comandou diversas entrevistas acompanhada de um balde de pipoca que levava o tempero SAZÓN® Para Pipoca, produto disponível em três sabores: “Cebola e Salsa”, “Manteiga” e “Churrasco”. O vídeo da ação está disponível nos canais digitais da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=6Nnsemxrwa>.

A gerente de marketing de **SAZÓN®**, Francieli Moraes, explica que as ações nas ruas reforçaram o vínculo da marca com os consumidores e que são momentos importantes para entender necessidades e oferecer diferentes experiências. “Essas ações complementam nossa comunicação no digital, nas plataformas de maior afinidade com o público da marca. Nosso objetivo se deu em nos aproximarmos dos consumidores de uma maneira divertida e descontraída, brincando com o tema do campeonato e com rivalidade saudável entre as torcidas”.

A estratégia digital para a ativação foi idealizada pela agência Cappuccino, contribuindo na exibição da ação em todo o Brasil e com consumidores da marca. “Em época de copa, não podíamos ficar sem chamar as pessoas para torcer pelo Brasil, mas achamos um jeito diferente, usando o termo pipocar e torcendo contra nossos rivais, algo também muito brasileiro. E, para trazer a voz dos jovens, fomos para as ruas ver quem eles gostariam que pipocassem durante o campeonato. A Bruna Louise foi a influenciadora que mais teve afinidade com a campanha. Analisamos por ferramentas os dados da influenciadora, cruzamos com nossos objetivos de campanha e foi uma combinação perfeita”, diz o Copresidente da Cappuccino, Vitor Elman.

Essa é mais uma das iniciativas que a marca adotou para fazer parte da festa do Mundial do Catar e reforçar a relação com seus consumidores. Com o Brasil fora da disputa, o momento é o de escolher para qual seleção vai a sua torcida e colocar em prática os esquemas para as demais pipocarem.

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 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

Eldra La Fonte – Cel.: (11) 99462-5903

Michele Colombo – Cel: (11) 98278-1091

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746