

SAZÓN® marca goiaço durante o Mundial do Catar com campanha bem-humorada

Torcendo pela 'pipocada' dos adversários do Brasil, marca ampliou contato com os consumidores e esteve presente em diversos espaços



São Paulo, janeiro de 2023 – A campanha "**SAZÓN® Pipoca neles!**", da marca líder na categoria de temperos prontos da **Ajinomoto do Brasil**, foi lançada no início do Mundial do Catar e contou com diferentes ativações para comunicar a linha Tempero **SAZÓN® Para Pipoca**, disponível nas versões "Cebola e Salsa", "Manteiga" e "Churrasco". Durante o evento, foram veiculados filmes para a TV aberta e fechada, ações de digital que envolveram a participação de influenciadores, assim como ativações nas ruas de São Paulo.

Visando estimular o conhecimento e a experimentação da linha **Tempero SAZÓN® Para Pipoca**, a marca teve olhar estratégico e criou uma campanha divertida, em que os consumidores foram convidados a torcer para os adversários do Brasil 'pipocarem' nas partidas. Além do tom de humor como principal fator, a marca **SAZÓN®** também mostrou estar atendida às tendências de consumo, aproximando-se do consumidor.

A gerente de marketing de **SAZÓN®**, Francieli Moraes, explica que a marca está em linha com as tendências e busca sempre se comunicar por plataformas que tenham mais afinidade com o seu público e com o momento atual de interação. "A campanha contribuiu com a modernização da marca e do segmento a partir da aproximação de um público mais jovem. A linha comunicada nesta campanha, **Tempero SAZÓN® Para Pipoca**, foi criada a partir dos pedidos de consumidores que entravam em contato com a marca, principalmente, por meio das redes sociais", ressalta.

Assim, a linha e campanha foram direcionadas para o público mais jovem que utiliza diversas redes sociais. Idealizada pela agência Cappuccino Digital, a estratégia digital contou com peças da campanha reverberadas nos perfis da marca nas redes sociais e com influenciadores. Segundo o levantamento da agência, a plataforma que mais obteve engajamento foi o Tik Tok, com mais de 190 mil reações.

As ações nas demais redes sociais também representaram excelente participação dos seguidores. O conteúdo foi trabalhado de forma dinâmica nas plataformas Meta, com foco em Facebook e Instagram. “As ativações dentro da Meta tiveram papel fundamental em comunicar as ações, aumentando a taxa de visibilidade e fazendo com que mais pessoas tivessem acesso ao que está acontecendo regionalmente”, destaca o Copresidente da Cappuccino Digital, Vitor Elman.

Bruna Louise invade Avenida Paulista com SAZÓN®

Representando mais uma das ações da marca, a atriz e comedianta Bruna Louise foi à Avenida Paulista, em São Paulo, ouvir os esquemas que as pessoas prepararam para os outros times ‘pipocarem’ na competição. Durante as entrevistas, a atriz estava acompanhada de um balde de pipoca que levava o **Tempero SAZÓN® Para Pipoca** e oferecia aos participantes. O vídeo da ação está disponível no [canal do Youtube da marca](#).

Distribuição de pipoca com tempero SAZÓN® em frente ao consulado da Argentina

Mantendo o tom de brincadeira e provocação divertida, a ação de *sampling* em frente ao consulado da Argentina, na Avenida Paulista, foi um dos pontos de distribuição de pipoca com o tempero **SAZÓN®** – realizado pela agência Dentsu em parceria com a Rádio Metropolitana. O objetivo se deu em convidar os brasileiros a irem nos locais da ação para experimentar o **Tempero SAZÓN® para Pipoca** e torcerem para o time adversário pipocar, em frente ao consulado do país em destaque na competição.

De acordo com o levantamento da Dentsu, a ativação impactou mais de 14 mil pessoas, com a entrega de mais de 10 mil produtos **SAZÓN®**. A agência também foi responsável pela produção do filme publicitário que rodou no início da campanha, em TV aberta e canais pagos. Clique [aqui](#) e confira.

Tempero SAZÓN® para Pipoca foi o último lançamento da linha de **Temperos SAZÓN®** e concentra grande expectativa de crescimento. A campanha relacionada ao Mundial do Catar foi uma oportunidade para gerar experimentação e conhecimento sobre o produto.

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