

## Renovação: SATIS!® apresenta embalagens mais modernas e fortalece conexão com os consumidores

*Marcando o 10º aniversário da marca, mudança busca estabelecer uma relação mais estreita com os consumidores contemporâneos*



**São Paulo, novembro de 2023** – Em celebração aos 10 anos de atuação no mercado brasileiro, **SATIS!®**, marca de temperos líquidos da **Ajinomoto do Brasil**, inaugura nova identidade visual e posicionamento que busca se conectar a um consumidor moderno, igualmente engajado com as tarefas do dia a dia e as rotinas do lar, mas que mantém sua busca por praticidade, qualidade e satisfação nas refeições.

Para comunicar a nova identidade, a marca lançará em setembro a campanha “**SATIS!®** O sabor de uma nova experiência”, que contará com o apoio de influenciadores, um novo site, ações nas redes sociais, além de um filme para apresentar as novidades aos consumidores.

Segundo Nichollas Lisboa, gerente de marketing da marca, as pessoas responsáveis pela alimentação dentro dos lares não são as mesmas que dez anos atrás e foi exatamente isso que motivou essa renovação de **SATIS!®**. “A própria expressão ‘dona de casa’ comumente utilizada por anos, já está de certa forma desatualizada. Hoje em dia temos pessoas de diferentes gêneros exercendo essa função e administrando ao mesmo tempo tarefas do lar e a rotina agitada do mercado de trabalho. Sentimos a necessidade de reconectar a marca **SATIS!®** com esse novo consumidor brasileiro, que apesar da rotina atribulada, não deixou de se importar com uma alimentação de qualidade e que entregue satisfação na hora do consumo”, explica Nichollas.

A trajetória de sucesso de **SATIS!®** compreende também uma ótima performance no segmento de molho shoyu de menor teor de sódio, demonstrando relevância aos consumidores preocupados em manter uma alimentação mais equilibrada. “Temos mais de 200 receitas ativas no nosso site [Sabores Ajinomoto](#), sendo 156 delas com redução de sódio. Nossos produtos oferecem opções tanto para temperar e preparar carnes vermelhas, frango, peixes e outras iguarias quentes, quanto para realçar o sabor de saladas, legumes e pratos frios”, enfatiza Nichollas.

## Processo de renovação

A primeira fase foi concluída em colaboração com a agência Dragon Rouge, que desempenhou importante papel na elaboração da nova identidade visual, logomarca e deu maior centralidade ao sinal de exclamação “!” que acompanha a marca desde o início, mas que agora adquire maior destaque e flexibilidade, podendo ser adaptado em diferentes cores e tamanhos conforme a ocasião. “Essa mudança reforça a ideia de ‘satisfação’, termo intrinsecamente conectado às origens da marca e à principal proposta de seus produtos”, explica Nichollas. A segunda etapa do processo, focada nas ativações digitais da marca, contará com o apoio da agência Digital Industry.

## Filme e campanha digital

O [filme inédito](#) da marca foi lançado em setembro e produzido pela Povia Films, com divulgação exclusiva nas redes sociais de **SATIS!**<sup>®</sup>. O lançamento do site e novo layout das redes sociais também foi lançado no mesmo mês. A agência Digital Industry será responsável pela campanha digital nas redes sociais.

## Sobre Molho Shoyu SATIS!<sup>®</sup>

Molho Shoyu SATIS!<sup>®</sup> é o único shoyu da Ajinomoto do Brasil e oferece o que há de melhor nas preparações, contribuindo para a diversificação dos pratos por meio da tradição e expertise de quem mais entende de sabor. O produto está disponível em duas versões, sendo “Tradicional” mais indicado para carnes e “Para Legumes e Verduras”, com sódio reduzido, ideal para temperar saladas e legumes.

## 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<sup>®</sup>, AJI-SAL<sup>®</sup>, Tempero SAZÓN<sup>®</sup>, Caldo SAZÓN<sup>®</sup>, SAZÓN<sup>®</sup> Tempera & Prepara, Receita de Casa<sup>™</sup>, HONDASHI<sup>®</sup> e SABOR A MI<sup>®</sup>, além das sopas individuais VONO<sup>®</sup>, VONO<sup>®</sup> Proteína e da linha de sopas cremosas e claras VONO<sup>®</sup> Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID<sup>®</sup> e MID ZERO<sup>™</sup>, o azeite de oliva extravirgem TERRANO<sup>®</sup>, o azeite de oliva tipo único TERRANO<sup>®</sup> e a linha TERRANO<sup>®</sup> Veggie Burger, o SATIS!<sup>®</sup> Molho Shoyu, além de aminoVITAL<sup>®</sup> GOLD e aminoVITAL<sup>®</sup> 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 bilhões e nacional de R\$ 3,4 bilhões no ano fiscal de 2022.

Atualmente, está presente em 36 países, possui 120 fábricas e cerca de 34 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

## **INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL**

Race Comunicação

[imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br](mailto:imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br)

Milene Rolan – Cel.: (11) 99246-5780

Jones Araújo – Cel.: (71) 99347-1217

Naiara Lemes – Cel.: (11) 95973-0848

Michele Colombo – Cel: (11) 98278-1091

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746