

## **SAZÓN® retorna com ações no 'BBB 24' reforçando o compromisso com a causa do aproveitamento integral e reaproveitamento dos alimentos**

*Marca destacará o tema no quadro "Café Com Eliminado", do programa 'Mais Você', e ainda terá ações pontuais nos novos quadros de humor do reality show*



**São Paulo, janeiro de 2024 – SAZÓN®**, a marca líder de temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, retorna à casa mais vigiada do Brasil e confirma sua participação no Big Brother Brasil 24. Na edição deste ano, a marca irá promover seis ações pontuais e exclusivas, que irão destacar as linhas de produtos de maneira divertida durante os novos quadros de humor, apresentados por Luiz Miranda e Marcos Veras. Além disso, SAZÓN® manterá, pelo segundo ano consecutivo, o patrocínio do quadro “Café Com Eliminado”, do programa ‘Mais Você’, onde fará 26 inserções.

Firme no compromisso com a causa do aproveitamento integral e reaproveitamento das sobras dos alimentos, SAZÓN® evidenciará o tema de maneira expressiva durante sua participação no programa ‘Mais Você’ e nas redes sociais da marca. A proposta visa inspirar o público a adotar práticas conscientes na culinária e evitar o desperdício.

### **Sucesso na edição passada**

Em 2023, SAZÓN® estreou no patrocínio do quadro “Café Com Eliminado” e realizou uma prova bate-volta durante o *reality show*, ações que trouxeram resultados de marketing expressivos para a marca. O engajamento impulsionou um aumento nas vendas de tempero SAZÓN®, alcançando cerca de 2 milhões de novos domicílios em comparação com o mesmo período do ano anterior, e registrou entre abril de 2022 e março de 2023 uma penetração recorde do produto em 66% dos lares brasileiros (aproximadamente 40 milhões).

Além das estratégias tradicionais, SAZÓN® implementou táticas digitais inovadoras que devem ser repetidas na edição deste ano. Códigos promocionais foram disponibilizados para a loja virtual da Ajinomoto do Brasil, resultando em um expressivo aumento de mais de 1500% nas buscas digitais pela marca, conforme apontado pelo *Google Trends*.

O acesso recorde à loja virtual também foi alcançado, registrando um crescimento superior a 300%.

“Estar presente no BBB e no programa Mais Você aumentou o conhecimento de marca de SAZÓN® em todas as regiões do Brasil, resultando na captação de novos consumidores, e ajudando a reforçar mensagens importantes, como a praticidade da nossa linha de produtos e a preocupação que temos em evitar o desperdício de alimentos. Realizamos pesquisas após a nossa participação na edição de 2023 e identificamos que SAZÓN® reforçou a sua liderança, aumentando a sua preferência entre os consumidores, por isso estamos tão entusiasmados para dar continuidade nessa trajetória de sucesso este ano”, afirma Francieli Moraes, gerente da marca SAZÓN®.

A Dentsu Creative, agência responsável por liderar a estratégia de planejamento, criação e mídia da marca, tem se dedicado para desenvolver abordagens inovadoras e impactantes, alinhadas com os valores e objetivos de SAZÓN®. “É muito gratificante ver como o nosso trabalho vem contribuindo para o crescimento e com os excelentes resultados da marca desde o ano passado. Essa presença marcante e estratégica no universo do Big Brother Brasil 24 certamente reforça a visibilidade e a conexão de SAZÓN® com o público. Estamos muito felizes e comprometidos em continuar superando expectativas e alcançando novos patamares de excelência juntos”, comenta Viviana Maurman, VP de mídia da Dentsu Creative.

Para os consumidores que não querem perder nenhum detalhe, basta acompanhar o perfil do Instagram @sazonbrasil.

### **Sobre Tempero SAZÓN®**

Fabricado pela Ajinomoto do Brasil, o Tempero SAZÓN® está presente há 35 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, HONDASHI®, SABOR A MI® e SABOR A MI® Receita de Casa, 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 bilhões e nacional de R\$ 3,4 bilhões no ano fiscal de 2022. Atualmente, está presente em 36 países, possui 117 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