

SAZÓN® anuncia campanha digital com Juliette para celebrar o amor à mesa

Com objetivo de resgatar memórias afetivas e a conexão familiar, iniciativa conta ainda com a participação de Leticia Tavares, Lucas Brigato, Du Continha e Luma Santos



Divulgação

Para acessar as imagens em alta resolução, [clique aqui](#).

Para assistir ao comercial institucional, [clique aqui](#).

São Paulo, julho de 2025 – SAZÓN®, marca líder em temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, anuncia campanha digital com a cantora e apresentadora, Juliette, ao lado de um *squad* de criadores de conteúdo - Leticia Tavares, Lucas Brigato, Du Contrinha e Luma Santos. A ação, que celebra a nova assinatura da marca, "**O amor está na mesa**", busca ressaltar o papel da mesa como um espaço de união, emoção e construção de memórias, indo além do ato de se alimentar.

Dividida em duas fases estratégicas – *Awareness* e *Consideração* – a campanha será veiculada nas plataformas Meta, YouTube e TikTok. Na fase de *Awareness*, Juliette assume o papel de embaixadora da marca e protagoniza um vídeo que resgata memórias afetivas e celebra os grandes momentos vividos ao redor da mesa. Em seguida, a fase de *Consideração* traz o *squad* de quatro influenciadores, divididos em duas frentes de conteúdo - Receitas e Produtos. Cada influenciador produzirá conteúdos exclusivos para as três plataformas, buscando engajar e atrair diferentes públicos, incentivando o uso criativo dos produtos da família SAZÓN® no dia a dia.

A ação com os influenciadores está prevista para o mês de julho, mas a marca já está veiculando um comercial institucional nas principais emissoras do país - TV Globo, SBT e TV Record - disseminando a mensagem *“O amor está na mesa”*. *“Queremos reafirmar o posicionamento de SAZÓN® como facilitador de experiências que nutrem não apenas o corpo, mas também a alma e os laços familiares. É um convite para celebrar o amor, o afeto e transformar cada refeição em uma oportunidade para criar e contar novas histórias”*, comenta Thiago Campos, gerente de Marketing da Ajinomoto do Brasil.

“A escolha de Juliette foi estratégica. SAZÓN® ampliou seu posicionamento no Nordeste com uma personalidade nacionalmente reconhecida, que conversa com diversas gerações. Nascida em Campina Grande, Juliette também traz ainda mais conexão para a marca, que é patrocinadora tanto do São João da cidade quanto do BBB, programa do qual ela participou”, comenta Mário Lins, diretor de criação da Dentsu Creative.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Ajinomoto do Brasil desenvolve projetos e ações alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais igualitário e sustentável até 2030. Clique [aqui](#) para conhecer mais sobre esses projetos.

A divulgação deste material colabora diretamente para os seguintes ODS:



Sobre Tempero SAZÓN®

Fabricado pela Ajinomoto do Brasil, o Tempero SAZÓN® está presente há mais de 35 anos no mercado e oferece diversas versões que tornam o dia a dia de seus consumidores 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. Os lançamentos mais recentes da marca são as linhas Meu Toque SAZÓN®, disponível nos sabores Caseiro, Ervas e Tomate e SAZÓN® Na Medida em três versões - 10 Vegetais, Cheiro-Verde e Tomate.

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por seus produtos de varejo, como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, além de atuar no segmento de food service (alimentação fora do lar). A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto



para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Tem como propósito contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta utilizando sua expertise em “AminoScience”, a ciência dos aminoácidos, da produção à aplicação, por meio de um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir do Biociclo - processo circular de produção sustentável -, com menor impacto no meio ambiente. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3 mil pessoas e atende mercados internos e externos. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34 mil pessoas, conta com 116 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2023, teve um faturamento global de US\$9,9 bilhões e nacional de R\$3,3 bilhões. Para mais informações, visite www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

FSB Comunicação

ajinomoto@fsb.com.br