

## **MID® celebra 25 anos de história**

*Presente em mais de 21 milhões de lares brasileiros, marca da Ajinomoto do Brasil comemora um quarto de século consolidada entre as mais lembradas no segmento de refrescos em pó*



**São Paulo, dezembro de 2025 - MID®**, marca de refrescos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, celebra mais um ano de história, completando 25 anos dos sabores que acompanham os brasileiros. Ao longo de um quarto de século, a marca consolidou-se no mercado nacional, estando presente em mais de 21 milhões de lares, e se tornou a segunda mais lembrada no segmento de refrescos em pó, com 89% de conhecimento de marca, segundo dados do Instituto Kantar.

Desde o seu lançamento, MID® acompanha as mudanças no comportamento do consumidor, focando em inovação e na adaptação às tendências de mercado. A marca se tornou sinônimo de praticidade, versatilidade e gostinho da fruta, oferecendo por meio dos seus produtos muito sabor e refrescância, além de ser fonte de Vitamina C e baixo em açúcares e calorias, construindo uma forte conexão emocional com as famílias que possuem uma rotina agitada e buscam por opções que podem ajudar no dia a dia.

"Chegar aos 25 anos é um reflexo da forte relação de confiança que MID® construiu com os brasileiros. Estamos falando de uma marca que evoluiu junto com seus consumidores, mantendo-se relevante e querida por diferentes gerações", afirma Francieli Moraes, gerente de marketing da marca MID® na Ajinomoto do Brasil. "Nosso foco sempre foi oferecer um produto versátil, com sabor equilibrado e preço acessível,

que se tornasse um aliado no dia a dia das famílias, e essa trajetória de sucesso mostra que alcançamos esse objetivo".

Essa solidez se reflete nos números e na percepção do público. Mesmo em um cenário competitivo, MID® se mantém como uma marca consolidada, um reconhecimento que demonstra a força de sua presença em mais de 89 mil lojas por todo o Brasil, segundo dados de MTRIX referentes ao ano de 2024. O sucesso da marca se traduz na preferência dos consumidores, com os sabores MID® Laranja e MID® Uva liderando as vendas em todo o território nacional.

### **Constante evolução**

Atenta às tendências de consumo, que mostram que 62% dos adultos buscam por bebidas mais saudáveis, de acordo com a agência de pesquisa de mercado Mintel Brasil, a marca lançou em 2022, MID ZERO®. A linha, que substituiu a marca FIT, marcou a entrada de MID® na categoria de refrescos zero açúcares e calorias, além de ser baixo em sódio.

"Seguiremos focados em fortalecer nosso portfólio com produtos alinhados às tendências de mercado e preferências dos consumidores, explorando oportunidades e garantindo que MID® continue sendo sinônimo de sabor e praticidade por muitos anos", explica Francieli. "Olhamos para o futuro com o mesmo entusiasmo com que celebramos o passado. Um dos nossos desafios é continuar inovando para rejuvenescer a marca e dialogar com novos públicos, como a Geração Z, sem perder a essência que nos trouxe até aqui, a de ser o sabor que acompanha você", finaliza a gerente da Ajinomoto do Brasil.

### **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 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 117 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2024, teve um faturamento global de US\$10,2 bilhões e nacional de R\$3,6 bilhões. Para mais informações, visite [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

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

FSB Comunicação

[ajinomoto@fsb.com.br](mailto:ajinomoto@fsb.com.br)