

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 Fracieli. "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.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

FSB Comunicação

ajinomoto@fsb.com.br