



12/2020

## "Esquadrão do Amor": SAZÓN® promove ação transformadora em ONG na Comunidade César Maia

São Paulo, 17 de dezembro de 2020 – Marca líder de temperos da **Ajinomoto do Brasil**, **SAZÓN®** acaba de lançar a ação “**Esquadrão do Amor**”, que reúne especialistas em diversas áreas para ajudar instituições que transformam a sociedade por meio da alimentação. Com conceito assinado pelas agências dentsumcgarrybowen e Cappuccino Digital, a produção terá um total de quatro episódios, que serão apresentados pelo time formado pela atriz Mariana Xavier, a empreendedora social Vivi Duarte e o chef de cozinha Pedro Benoliel.

Uma das instituições escolhidas por **SAZÓN®** foi a Semeando Amor, do Rio de Janeiro. A ONG surgiu em 2006, e mais de 300 crianças já passaram por projetos do instituto, que tem como objetivo promover oportunidade de educação e crescimento saudável para as crianças da Comunidade César Maia. A instituição também ajuda a distribuir comida na comunidade e contribui para a redução do desperdício de alimentos. A marca pôde conhecer o trabalho e prestar consultoria para os voluntários, além de fornecer materiais que são necessários para o desenvolvimento dos projetos.

“Por aqui semeamos amor o ano inteiro, e foi maravilhoso espalhar ainda mais amor com o esquadrão de **SAZÓN®**”, conta Ivone, voluntária do Semeando Amor. “Foi inacreditável quando chegou uma van cheia de presentes, de coisas que realmente precisávamos. Aí a emoção tomou conta de todos, foi choro, foi riso e foi difícil cair a ficha, porque a gente só vê isso na TV, mas aconteceu de verdade”.

Gravada em formato de *reality show*, a ação foi adaptada à nova realidade da pandemia de Covid-19. Por envolver produção em diversas regiões do Brasil, as interações dos especialistas com as ONGs foram gravadas à distância, seguindo todos os protocolos de segurança e saúde do audiovisual. Além de Semeando Amor, os episódios acompanham outras três instituições: Chefs Especiais e Projeto Arrastão, de São Paulo, e Coletivo Mulher Vida, de Olinda (PE).

“Apesar das restrições de mobilidade, mantivemos nosso propósito de promover melhorias e atender às diferentes necessidades de ONGs que atuam com causas muito nobres, desde a inclusão de pessoas com síndrome de Down até o apoio a famílias que vivem em situação de vulnerabilidade”, afirma a gerente de marketing da marca **SAZÓN®**, Letícia Borrasca. “Além de reforçar a mensagem emocional de **SAZÓN®** de espalhar mais amor por meio da comida, a campanha também dá continuidade ao objetivo da marca de trazer um benefício real para a sociedade”, completa.

Produzida pela Bravo, a campanha de **SAZÓN®** terá episódios com 10 minutos de duração, que serão disponibilizados semanalmente no site oficial da marca ([www.sazon.com.br](http://www.sazon.com.br)) e no canal do YouTube ([youtube.com/sazonajinomoto](https://youtube.com/sazonajinomoto)). O conteúdo também será potencializado no digital e a produção “**Esquadrão do Amor**” terá exibições de pílulas exclusivas de três minutos na TV paga, nos canais Sony Channel e AXN, com exibições ao longo da programação.

Para dar continuidade à campanha, os episódios também serão adaptados em formato de comerciais de 30 segundos. Os filmes serão exibidos nas principais emissoras de TV aberta regionais – incluindo estados do Sul, Sudeste e Nordeste – e também na TV paga até o fim deste ano.

“Fazer este projeto foi uma delícia do começo ao fim, mesmo com o desafio de filmar nos quatro cantos do País em meio a pandemia! O brasileiro é um povo que sempre consegue contornar as adversidades e dar a volta por cima. As histórias que escolhemos contar mostram toda a regionalidade do Brasil e que, quando falamos em comida, todo mundo abre um sorriso. Impossível não se emocionar com a dedicação que cada personagem coloca em seu projeto, e o prazer deles em espalhar amor através da comida”, afirma o VP de Criação da dentsumcgarrybowen, Filipe Cuvero.

“É uma proposta muito diferente e atual. Trazer um branded content de 10 minutos para o Youtube, onde esse tipo de conteúdo é valorizado, com uma produção como dos melhores realities, e, ao mesmo tempo, ajudar instituições que estão fazendo um trabalho incrível a potencializarem seu alcance de uma maneira sólida de longo prazo”, afirma o VP de Criação da Cappuccino Digital, Vitor Elman.

## **Ficha Técnica**

Anunciante/Produto: Ajinomoto – Sazón

Campanha: Esquadrão do Amor

Agência: dentsumcgarrybowen

VP de criação: Filipe Cuvero

Diretores de Criação Associados: Christian Faria e Murilo Torezan

Criação: Marcelo “Jaú” Feltrin, Fred Cruz, Mario Lins e Nathalie Lourenço

RTVC: Juliana D’antino, Indaiara Pelizario e Marcela Veroneze

Managing Director: Mauro Rabello

Atendimento: Bruno Panico, Liza Rebecchi e Melina Busato

Planejamento: Priscilla Ceruti, Miguel Souza e Amanda Ceragioli

Mídia: Rodolpho Aguiar Eufrosino, Rodrigo Moura, Andre Ellero, Gustavo Coutinho, Damon

Alexandre e Fernanda Medeiros

Agência: Cappuccino Digital

VP de criação: Vitor Elman

Head de criação: Luiz Buzetto

Criação: Caio Almeida, Cristhian Fonteles e Diogo Costa

Atendimento: Daniela Biazoto, Caroline Juliani e Geovanna Paixão

Planejamento: Patrícia Cordeiro

Mídia: Rodrigo Martinez, Leandro Rodrigues, Renan Cano e Danilo Costa

Tráfego: Ana Paulon

Produção: Manuela Mesquita, Juliana Emerick

Programação: Luca Phelipe e Wellington Santos

Aprovado por (cliente): Adriana Moucherek, Carolina Sanches, Anna Luiza Rocha, Nozaki Akihiko, Letícia Borrasca, Julie Futigami, Bruna Garcia e Beatriz Duarte

Produtora de Imagem: Bravo Film Company

Produção Executiva: J.Brivilati

Coordenação de Produção: Nubra Sanches

Direção: J.Brivilati

Direção de Fotografia: J.Brivilati

1AD: Jose Peroza

Direção de Produção: Marcos Aquino

Diretora Financeira: Monica Gaibina  
Direção de Arte: Feg Iranço  
Montagem: Ana Dolfini, Thom Bastos, Aaron Saiki e Diego Lomac  
Pós-Produção: Dogfish Films  
Color Grading: Acauã Pastore  
Produtora de Som: S de Samba  
Direção Artística: Wilson Simoninha e Jair Oliveira  
Atendimento: Adriana Samara  
Produção Musical: Pedro Caldas e Diego Guimarães  
Locução: Juliana Okuda  
Finalização: Antonio Arruda e Flavio Gondim  
Ano: 2020

### **Sobre Tempero SAZÓN®**

Fabricado pela Ajinomoto do Brasil, o Tempero SAZÓN® está presente há mais de 30 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. O lançamento mais recente da marca é a linha Tempero SAZÓN® para Pipoca, produto desenvolvido a partir do pedido dos consumidores, e disponível nas versões Cebola e Salsa, Manteiga e Churrasco.

### **Sobre Caldo SAZÓN®**

O caldo SAZÓN® é um caldo em pó. Oferece o mesmo sabor delicioso dos caldos em cubo, só que de forma muito mais prática. Pode ser utilizado em todas as preparações, com o diferencial de não precisar ser dissolvido ou ralado previamente e a vantagem de não deixar pedacinhos não dissolvidos em suas receitas. O produto está disponível em sete sabores em práticos sachês fáceis de usar (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, possibilitando preparar uma deliciosa milanesa sem precisar de ovo nem farinha com SAZÓN® Tempera & Empana ou ainda, pular etapas no preparo de almôndegas ou hambúrgueres usando SAZÓN® Tempera & Dá Liga. 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 do Brasil se empenha em oferecer 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, RECEITA DE CASA™, HONDASHI® e SABOR A MI®, além das sopas individuais VONO® e da linha de sopas cremosas e claras VONO® Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID® e FIT Zero Açúcar, o azeite de oliva extra virgem TERRANO™ e o azeite de oliva tipo único TERRANO™, o Satis!® Molho Shoyu, além de aminoVITAL® GOLD, produto composto 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. A Ajinomoto, multinacional japonesa com sede em Tóquio, é referência mundial em aminoácidos. O Grupo Ajinomoto obteve um faturamento global de US\$ 10,1 bilhões e nacional de R\$ 2,4 bilhões no ano fiscal de 2019. Atualmente, está presente em 35 países, possui 121 fábricas e cerca de 34 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).