



12/2020

"Esquadrão do Amor": SAZÓN® promove ações transformadoras em ONGs de São Paulo

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.

Entre as instituições escolhidas por **SAZÓN®**, duas são da Grande SP. O Projeto Arrastão, situado no Campo Limpo, dá suporte por meio de programas nas áreas de educação, cultura, geração de renda e qualidade de vida às famílias da região que vivem em condição de pobreza. Já o Instituto Chefs Especiais, em Perdizes, promove a inclusão social e autonomia através da gastronomia para pessoas com Síndrome de Down. Já o A marca pôde conhecer os trabalhos realizados pelas ONGs e prestar consultoria para os voluntários, além de fornecer materiais que são necessários para o desenvolvimento dos projetos.

“Estamos imensamente felizes com o equipamento do estúdio e gravação que recebemos de **SAZÓN®** para aperfeiçoar ainda mais a nossa comunicação e ficarmos mais conhecidos, assim conseguimos manter nossos projetos com qualidade ainda maior”, conta Marion, voluntária do Projeto Arrastão. “Ser escolhida entre tantos outros projetos incríveis que existem pelo Brasil foi uma honra enorme. Poder mostrar o trabalho que fazemos com amor e dedicação em rede

nacional nos deixa muito felizes, pois podemos ser inspiração para outras pessoas, além de mostrar o quanto as pessoas com Síndrome de Down são capazes. Basta ter oportunidade”, comemora Simone, voluntária do instituto Chefs Especiais.

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 do Projeto Arrastão e instituto Chefs Especiais, os episódios acompanham outras duas instituições: Semeando Amor, do Rio de Janeiro, 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) e no canal do YouTube (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 Rebechi 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.