



06/2021

## **SAZÓN® entra no ritmo do piseiro e procura criador do Tempero SAZÓN® para Pipoca**

*Campanha explora linguagem das danças que fazem sucesso na internet*

**São Paulo, junho de 2021** – Quem foi a primeira pessoa que temperou pipoca com **SAZÓN®**? Para encontrar o responsável pela criação, a marca líder de temperos da **Ajinomoto do Brasil** lança o primeiro comercial de **Tempero SAZÓN® para Pipoca**, que explora uma linguagem descontraída e entra no ritmo do piseiro, vertente do forró que faz sucesso com danças no TikTok e Instagram. A campanha, que terá exibição nacional, tem assinatura da **dentsumcgarrybowen** e **Cappuccino Digital** e reforça o conceito “baseado em pedidos reais” da linha, criada em 2019 após sugestões de consumidores, e que pode ser encontrada em três versões: Manteiga, Churrasco e Cebola e Salsa.

Assista ao vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=rjWMkE3HW7Q>.

“O consumidor brasileiro inventou a pipoca com **SAZÓN®** antes mesmo do lançamento oficial do tempero para pipoca. Em apenas dois anos, o produto virou sucesso de vendas e conquistou principalmente o público jovem. Com a campanha, queremos celebrar o crescimento da linha de forma divertida e homenagear o consumidor de **SAZÓN®** que é tão fiel à nossa marca e continua ajudando a construir a nossa história”, afirma a gerente de marketing da marca, Letícia Borrasca.

O filme conta com a participação de Orlandinho, conhecido como o rei do piseiro, e do interprete da música “O Carpinteiro”, Elias Monkbel. A campanha será estendida no ambiente digital com desafios de dança, em ação assinada pela agência Cappuccino Digital. O site oficial de **SAZÓN®** ([www.sazon.com.br](http://www.sazon.com.br)) oferece uma *landing page* especial que exhibe a versão estendida do comercial.

“Todo Brasil sempre pediu **Tempero SAZÓN® para Pipoca**, mas não sabíamos quem foi o primeiro a pedir. A brincadeira foi exatamente essa: ao som de uma música cativante, provocar o consumidor e ao mesmo tempo dizer que não importa quem foi”, comenta o VP de criação da **dentsumcgarrybowen**, Filipe Cuvero.

“Esse produto é totalmente focado no consumidor e, por isso, fomos atrás do que estava acontecendo nas redes. Orlandinho é um sucesso que também nasceu na internet e entrou na cultura do nosso público. Entrar na cultura é algo que acreditamos como essencial quando estamos falando de criar conteúdo que engaja, entretém, conecta e atrai a atenção”, afirma o LATAM Creative Lead da Cappuccino Digital, Vitor Elman.

O plano de mídia também inclui parcerias com canais de TV paga especializados em filmes e séries. Na rede Telecine, **Tempero SAZÓN® para Pipoca** patrocinará exibições e terá vinhetas personalizadas convidando os assinantes a prepararem pipoca antes da sessão. A marca também estará no *prime time* dos canais Warner Channel e TNT Séries com formatos customizados e inserções “Movie Moments”, que compilam imagens dos programas que fazem parte da grade.

FICHA TÉCNICA

**Anunciante:** Ajinomoto

**Campanha:** Tempero SAZÓN® para Pipoca

**Título:** O Primeiro a Pedir

**Agências:** Cappuccino Digital e dentsumcgarrybowen

**VP de criação - dentsumcgarrybowen:** Filipe Cuvero

**VP de Criação – Cappuccino Digital:** Vitor Elman

**Diretor de criação – dentsumcgarrybowen:** Murilo Torezan

**Head de Criação – Cappuccino Digital:** Luiz Buzetto

**Redator – dentsumcgarrybowen:** Murilo Torezan

**Redator – Cappuccino Digital:** Caio Almeida

**Direção de Arte – dentsumcgarrybowen:** Vitor Chammas

**Direção de Arte – Cappuccino Digital:** Diogo Costa

**RTVC – dentsumcgarrybowen:** Juliana D'Antino, Indaiara Pelizario, Giovanna Zanardo.

**RTVC – Cappuccino Digital:** Rodrigo Martinez, Flavia Crucello e Priscila Santana

**VP de atendimento - dentsumcgarrybowen:** Bruno Panico

**Atendimento – dentsumcgarrybowen:** Liza Rebechi

**Atendimento – Cappuccino Digital:** Daniela Biazoto, Caroline Juliani e Isabella Paes

**Planejamento – dentsumcgarrybowen:** Priscilla Cerutti e Miguel Souza

**Planejamento – Cappuccino Digital:** Patrícia Cordeiro

**Mídia – dentsumcgarrybowen:** Rodolpho Aguiar Eufrosino, Rodrigo Moura, André Ellero, Bianca Pereira, Damon Santos e Guilherme Nóbrega

**Mídia – Cappuccino Digital:** Rodrigo Martinez, Leandro Rodrigues, Rafael Oliveira, Augusto Schimieguel e Thaina Campos

**Gerente de Projetos – Cappuccino Digital:** Ana Paulon e Caroline Veiga

**Programação – Cappuccino Digital:** Luca Phelipe e Wellington Santos

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

**Produtora de imagem:** Toca Hub

**Diretor do filme:** Fernando Moraes

**Diretor de Fotografia:** Fernando Moraes

**Produtor Executivo:** Rafael Ribeiro

**Atendimento:** Pedro Penna

**Motion Designer:** Theo Vaz

**Coordenadora de Pós-Produção:** Willer Carvalho

**Finalizador:** André Geminiani

**Editor:** André Geminiani

**Produtora de áudio:** Lua Nova

**Produção:** Fred Benuce

**Atendimento:** Ana Cristina De Rossi Izzo

**Criação:** Fred Benuce e Thomas Roth

**Ano de produção:** 2021

### **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 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 está disponível nas versões Cebola e Salsa, Manteiga e Churrasco.

## **Sobre a Ajinomoto do Brasil**

Presente no Brasil desde 1956, a Ajinomoto é uma multinacional japonesa e referência mundial em aminoácidos. A empresa oferece 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. O Grupo Ajinomoto obteve faturamento global de US\$ 10,1 bilhões e nacional de R\$ 2,6 bilhões no ano fiscal de 2020. Atualmente, está presente em 35 países, possui 121 fábricas e cerca de 32 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

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

Race Comunicação

[imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br](mailto:imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br)

Bruno Uehara – Cel.: (11) 99113-6731

Vanessa Assis – Cel.: (11) 97556-9962

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746