



08/2022

SAZÓN® destaca o reaproveitamento de alimentos em nova campanha institucional

A campanha "SAZÓN®, seu amor é o melhor ingrediente", criada pela Dentsu Creative, estreia em comercial de TV e destaca a causa da marca em reduzir o desperdício de alimentos

São Paulo, agosto de 2022 – SAZÓN®, marca líder na categoria de temperos da **Ajinomoto do Brasil**, ressalta a importância de reaproveitar alimentos e evitar o desperdício, em campanha intitulada "SAZÓN®, seu amor é o melhor ingrediente". O filme começa a ser exibido em agosto, e destaca a conexão emocional entre pais e filhos, compartilhando amor e ensinamentos em torno do preparo de receitas a partir das sobras de outros alimentos.

Visando estimular maneiras de como evitar o desperdício de alimentos, o vídeo conta com um QR Code que direciona para receitas que ensinam diferentes formas de utilizar cascas de legumes, sobras de arroz e outros alimentos que podem ser transformados em diversas iguarias. O comercial é veiculado nas emissoras Globo, SBT, Record, entre outros canais da TV a cabo e também está disponível no [YouTube de SAZÓN®](#).

Criada pela Dentsu Creative, a campanha tem como objetivo dar um frescor ainda maior à marca. "Trouwemos o olhar contemporâneo de SAZÓN® para o amor: seja no preparo das receitas, nas relações entre as pessoas e até o amor social e consciente, com o aproveitamento total dos ingredientes. Tudo isso com um novo visual conectado, em uma conversa que começa com o filme e continua no digital, aproximando as pessoas da marca - e principalmente conscientizando

sobre o desperdício de alimentos”, afirma a diretora de Contexto e Fala da Dentsu Creative, Tatiana Pereira.

Este é o começo da campanha de SAZÓN® que irá levar este conceito que começa na TV para todos os meios com uma abordagem que vai do discurso para a prática. “Dentro do digital e em outras iniciativas, além de expandir o alcance desta mensagem tão importante para o momento do mundo, iremos além do *storytelling*, vamos para o *storydoing*. Queremos entregar informação, novos conceitos, educação e ações práticas. Mostrando este olhar genuíno e original sobre o amor que a marca tem”, complementa o VP de criação da Cappuccino Digital, Vitor Elman.

Segundo levantamento da ONU – Organização das Nações Unidas, publicado no início do ano, o Brasil é um dos países que mais desperdiçam alimentos, com estimativa de 27 milhões de toneladas ao ano, número próximo ao de pessoas que hoje sofrem com a fome – 33,1 milhões de brasileiros. “Diante de um cenário delicado de desperdício de alimentos em relação a pessoas passando fome, nossa campanha de **SAZÓN®**, líder na categoria de temperos, fortalece a causa da marca em realizar ações voltadas para a conscientização do desperdício e a doação de alimentos a pessoas que se encontram em situações de vulnerabilidade”, afirma a gerente de marketing de **SAZÓN®**, Francieli Moraes.

Francieli também reforça a importância em adotar novos hábitos a partir da culinária e aprender a reaproveitar os alimentos, um dos destaques no filme da campanha. “Nossa campanha visa estimular o aprendizado com receitas e dicas que podem ser compartilhadas pelos pais, amigos e por **SAZÓN®** com diversas formas de evitar o desperdício”, finaliza a executiva.

Esquadrão do Amor

A campanha “SAZÓN®, seu amor é o melhor ingrediente” faz parte do projeto [Esquadrão do Amor](#), iniciativa que reúne diversas ações sociais em parceria com ONGs a fim de espalhar afeto e cuidado por meio da doação de alimentos, bem como dicas de como evitar o desperdício de comida.

A parceria com a startup social **Comida Invisível** segue por mais um ano e conecta a marca com mais de 300 ONGs que necessitam de doações de alimentos, contribuindo também com um Brasil sem desperdício. Como parte da parceria, a marca SAZÓN® doará toneladas de alimentos para as ONGs atendidas ao longo do ano. Essa iniciativa segue os princípios ESG da **Ajinomoto do Brasil**, de boas práticas sociais, ambientais e de governança.

Ficha Técnica:

Anunciante: Ajinomoto do Brasil

Produto: SAZÓN®

Campanha: Institucional

Agência Offline: Dentsu Creative

Managing Director: Tiago Vargas

CCO: Danilo Janjacomo

Diretor de Criação: Tatiana Pereira

Criador de Contexto e Fala: Leticia Holanda

Criador de Visuais Conectados: Hannah Prado

Produção: Juliana D'antino e Marcela Veroneze

VP de atendimento: Bruno Panico

Atendimento: Tiago Lima e Ana Claudia Franco

VP de estratégia: Aloisio Pinto

Estratégia: Priscilla Ceruti, Eduardo Teixeira e Flávia Cassias

Diretor de mídia: Rafaela Bortoletto

Mídia: Rodrigo Moura, Damon Santos e Guilherme Nóbrega

Agência: Cappuccino Digital

VP de Criação: Vitor Elman

Coordenadora de Criação: Juliana Azevedo

Redator: Juliana Azevedo e Jessica Alvarenga

Direção de Arte: Diogo Costa

Atendimento: Daniela Biazoto, Caroline Juliani, Jessika Viana e Lais Batista

Planejamento: Letícia Cardoso e Everton Reis

Mídia: Rodrigo Martinez, Leandro Rodrigues, Matheus Correa, Maircon Gonçalves, Danilo Costa, Gabriel Maia e Rafael Gomes

RTVC: Rodrigo Martinez, Tatiana Brossi e Amanda Revite

Gerente de Projetos: Ana Paulon, Caroline Veiga e Andre Lin.

Programação: Luca Phelipe e Wellington Santos

Aprovado por (cliente): Adriana Moucherek, Thiago Furquim, Francieli Moraes, Julie Futigami, Cecilia Kerr, Otávio Alberto, Patricia Gil, Isabela Taliani e Amanda Marques.

Produtora: MyMama Entertainment

Diretora: Ariela Dorf

Diretor de Fotografia: Caio Nigro e Padu Palmerio

Produtores: André Pinho, Mayra Faour Auad e Gabrielle Auad

Atendimento: Silvia Neri

Coord Pós-produção: Gleice Licá

Finalização: Gleice Licá

Pós-produção MyMama: Fernando Branco (Barra), Lin Barros, Carolina Badra

Montador: Carol Leone

Color Grading: Cassiana Umetsu

Produtora de som: Lua Nova

Produção: Paulo Vaz

Atendimento: Larissa Storch

Maestro: Paulo Vaz

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 Caldo SAZÓN®

O Caldo SAZÓN® é um caldo em pó que, assim como os caldos em cubo, agrega sabor às preparações, além de oferecer o benefício exclusivo de 0% de gordura e fácil dissolução, podendo inclusive ser utilizado em receitas secas. O produto está disponível em sete deliciosos sabores e na nova linha Caldo SAZÓN® Lev, que possui menos sódio e conta com as versões galinha e carne. Todas as embalagens trazem práticos sachês individuais que facilitam a utilização nas receitas (um sachê equivale a um cubo).

Sobre SAZÓN® Menu

A nova linha SAZÓN® Tempera & Prepara oferece opções para variar o cardápio do dia a dia com praticidade e muito sabor. SAZÓN® Tempera & Empana facilita o preparo de deliciosas milanesas sem precisar de ovo, nem de farinha. SAZÓN® Tempera & Dá Liga ajuda a pular etapas no preparo de almôndegas ou hambúrgueres. 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 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 e aminoVITAL® GOLD DRINK MIX, produtos compostos 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\$ 10,2 bilhões e nacional de R\$ 3 bilhões no ano fiscal de 2021. Atualmente, está presente em 36 países, possui 120 fábricas e cerca de 33 mil funcionários em todo o mundo. Para saber mais, acesse www.ajinomoto.com.br.

Sobre a Dentsu Creative

Parte da Dentsu International, a Dentsu Creative é uma rede criativa global que transforma marcas e negócios através do poder da Criatividade Moderna. Liderados pelo CCO global Fred Levron, 9.000 especialistas do mundo todo trabalham harmoniosamente juntos para entregar ideias que criam cultura, moldam a sociedade e inventam o futuro. A Dentsu Creative foi lançada em junho de 2022 para atender a uma necessidade dos clientes por mais simplicidade e se tornará a única rede criativa da Dentsu International até o final deste ano.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

Race Comunicação

imprensa.ajinomoto@agenciarace.com.br

Milene Rolan – Cel.: (11) 99246-5780

Jones Araújo – Cel.: (71) 99347-1217

Eldra La Fonte – Cel.: (11) 99462-5903

Michele Colombo – Cel: (11) 98278-1091

Wilson Barros – Cel.: (11) 99607-1746