

SAZÓN® anuncia patrocínio ao ‘BBB 25’

Alinhado à sua estratégia de negócios, marca amplia participação na próxima edição do programa e contará com provas, festa temática e inserções no quadro “Café com Eliminado”, do programa “Mais Você”



São Paulo, janeiro de 2025 – SAZÓN®, marca líder de temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, retorna, pela terceira vez consecutiva, ao Big Brother Brasil, *reality show* mais assistido do país. Na 25ª edição do programa, a participação da marca será histórica e ainda maior do que as anteriores: SAZÓN® estará presente na casa mais vigiada do Brasil como patrocinador, marcando presença em provas, festa temática e inserções no quadro “Café com Eliminado”, do programa “Mais Você”, da TV Globo, com muitas receitas deliciosas.

Com um aumento de 181% no investimento se comparado ao ‘BBB 24’, a marca possui uma robusta estratégia de negócio em torno do projeto. Além das iniciativas dentro do programa, SAZÓN® terá divulgação no digital, em suas redes sociais, e materiais de pontos de vendas exclusivos. “O BBB tem uma base de fãs gigantesca e que se conecta com SAZÓN®, uma vez que também fazemos parte da rotina e da casa dos brasileiros. A partir de nosso mote ‘o amor está na mesa’, o patrocínio será uma ferramenta para apresentarmos nossa variedade de produtos e nossos mais recentes lançamentos e apostas, como os Temperos SAZÓN® Meu Toque, SAZÓN® Na Medida e SAZÓN® Tempera & Rende Mais”, comenta Francieli Moraes, gerente da marca SAZÓN®.

“O BBB é muito mais do que um programa de televisão, é um marco no calendário cultural dos brasileiros. Ser patrocinador do reality é embarcar em uma jornada emocionante e desafiadora. Serão provas, festa e momentos únicos, todos com um toque especial do amor e sabor de SAZÓN®. O programa abre espaço para ideias frescas e novas perspectivas, e não faltarão oportunidades para SAZÓN® se conectar ainda mais com os brasileiros de todos os perfis. Estar no BBB é viver intensamente a casa mais vigiada do Brasil e compartilhar cada emoção com o público”, comenta Ricardo Dolla, Chief Creative Officer da Dentsu Creative.

Vale ressaltar que a parceria tem um histórico de sucesso. Em 2023, primeiro ano em que a marca esteve presente no *reality show*, houve um aumento das vendas dos temperos em pó e a conquista de aproximadamente 2 milhões de novos domicílios, comparado aos mesmos meses de 2022. Já em 2024, SAZÓN® colheu excelentes resultados durante sua ativação na 24ª edição da casa mais vigiada do Brasil. O Tempero SAZÓN® para Pipoca, por exemplo, esgotou na loja online da Ajinomoto do Brasil, e as vendas do Caldo em Pó SAZÓN® aumentaram 16% na comparação com o período anterior. SAZÓN® subiu ainda seis posições em relação ao ano anterior e alcançou o Top 20 no ranking *Kantar Brand Footprint 2023*, que traz as marcas mais escolhidas dentro dos lares brasileiros, sendo mencionada 198 milhões de vezes pelos consumidores.

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 Tempero SAZÓN®

Fabricado pela Ajinomoto do Brasil, o Tempero SAZÓN® está presente há mais de 35 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. Os lançamentos mais recentes da marca são as linhas Tempero SAZÓN® Meu Toque, disponível nos sabores Caseiro, Ervas e Tomate, e Tempero SAZÓN® Na Medida em três versões - 10 Vegetais, Cheiro-Verde e Tomate.

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, como farofa. O produto está disponível em sete deliciosos sabores e na linha Caldo SAZÓN® Lev, que possui 34% 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® Tempera & Prepara

A 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 e 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). O último lançamento da marca, SAZÓN® Tempera & Rende Mais, amplia o rendimento da carne moída.

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 116 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2023, teve um faturamento global de US\$ 9,9 bilhões e nacional de R\$ 3,3 bilhões. Para mais informações, visite www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL

FSB Comunicação

ajinomoto@fsb.com.br