

Eat Well, Live Well.



## Caldo SAZÓN® volta aos anos 2000 e lança campanha com referências da época

*Nova campanha criada pela Dentsu Creative conta com a participação do ator e humorista, Eduardo Sterblitch, para reforçar os benefícios do Caldo em Pó SAZÓN®*



**São Paulo, setembro de 2024 - SAZÓN®**, marca líder em temperos e caldos em pó da **Ajinomoto do Brasil**, anuncia o lançamento da campanha “A Moda Agora é Caldo SAZÓN® De Fato”, que destaca os benefícios do Caldo em Pó SAZÓN®, que dissolve fácil e é 0% gordura. De maneira bem-humorada, a ação traz o ator e humorista, Eduardo Sterblitch, em todas peças e vídeos, pegando carona na tendência de Y2K (anos 2000), em que as referências do início do milênio estão sendo resgatadas de forma nostálgica, moderna e dinâmica.

Criada pela Dentsu Creative, a campanha reforça o protagonismo de Caldo em Pó SAZÓN® na categoria de caldos em pó, além de destacar seus principais diferenciais em relação ao caldo em cubo. “Neste ano, vamos dar continuidade na estratégia de convidar o público a sair do segmento tradicional de caldos em cubo para conhecer o Caldo em Pó SAZÓN® e seus diversos benefícios. Queremos atrair novos consumidores, que busquem produtos versáteis e práticos, e incentivá-los a sair do quadrado com SAZÓN®”, afirma Thiago Campos, gerente de marketing da marca.

Eat Well, Live Well.



A paródia criada para a campanha resgata o estilo musical da época para reforçar os benefícios do produto, como a fácil dissolução, que garante de forma rápida, muito mais sabor as refeições. Além de abordar a ampla variedade de sabores que a marca oferece, destacando as opções com sódio reduzido da linha de Caldo em Pó SAZÓN® Lev.

A campanha “A Moda Agora é Caldo SAZÓN® De Fato” será veiculada na televisão, rádio e meios out of home, além das redes sociais da marca SAZÓN®, onde serão publicados cortes do vídeo da campanha e memes com a imagem de Eduardo Sterblitch. “Os ‘revivals’ geralmente destacam o lado positivo de cada época, mas, para divulgar um caldo em pó que foge totalmente da lógica do mercado, que está preso aos caldos em cubo, decidimos ir na contramão deste conceito. Em vez de celebrar, resolvemos brincar com as partes incômodas do início dos anos 2000. E, claro, fizemos isso de forma superdivertida, com uma música que vai ficar na cabeça, além da atuação hilária do Eduardo Sterblitch”, comenta Ricardo Dolla, Chief Creative Officer da Dentsu Creative.

## **FICHA TÉCNICA**

**Produto:** Caldo em Pó SAZÓN®

**Campanha:** A Moda Agora é Caldo SAZÓN® De Fato

**Agência:** Dentsu Creative

**Chief Creative Officer:** Ricardo Dolla

**ECD e Head of Art:** Pedro Reis

**Direção de Criação:** Marina Tonon

**Criação:** Elis Franceschi, Nathalia Kuramoto

**Conteúdo:** Viviane Teves Frohlich e Gabriella Cunha

**Produção:** Juliana D`Antino, Patricia Oliveira, Luis Fernando Carvalho, Marcela Veroneze

**BI:** Silvia Visani, Bruno Honório, Igor Silva, João Galera, Leonardo Niccioli

**Negócios:** Bruno Panico, Tiago Lima, Ana Claudia Franco, Giovanna Fameli

**Estratégia:** Paola Rodrigues, Julio Francischetto, Giovanna Salvo

**Mídia:** Viviana Maurman, Rafaela Bortoletto, Rodrigo Moura, Lourhanse Nevile, Guilherme Nóbrega

### **Aprovado por:**

Eduardo Bonelli; Thiago Furquim de Campos; Diego Hideki Taira; Juliana Anderson Lomonico; Pedro Maluf Bandoni.

### **Ficha da produtora:**

**Produtora de imagem:** TAKE 2 STUDIO

Eat Well, Live Well.



**Direção de cena e de pós-produção:** Levi Riera

**Produtor de set:** Marco Saldanha

**Assistente de direção:** Malena Ibanez

**Direção de fotografia:** Vitor Lima D'Angelo

**Talento:** Eduardo Sterblitch

**Assessoria Elenco:** Clara Araújo e Maria Isabel Luz

**Agenciamento Elenco:** Adriana Costa

**Stylist:** Milton Castanheira

**Fotógrafo Still:** Guto Seixas

**Tratamento de imagem:** Carlos Batalha

**Produtora de Pós Produção:** Plural Imagem e Som

**Produção Executiva de Pós Produção:** Marina Martins

**Direção Executiva de Pós Produção:** Márcio Lemes e Rafael Rabelo

**Atendimento Executivo de Pós:** Eunice Marquez

**Montagem:** Thiago Brandão

**Produtora de áudio:** Blend Audio

**Direção Musical:** Flavio Marchesin

**Direção de Áudio:** Renan Corso

**Mixagem e finalização:** Renan Corso e Flavio Marchesin

**Produção Executiva:** Edu Bernardo

**Obra:** Namorar Pelado (Beijo Na Boca)

**Autor:** Jose Guilherme Ferreira

**Editora:** Universal Music Publishing

**Licenciamento de música** por CulturaXchange (cXc)

### **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:

Eat Well, Live Well.



### **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 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](http://www.ajinomoto.com.br).

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

FSB Comunicação

[ajinomoto@fsb.com.br](mailto:ajinomoto@fsb.com.br)