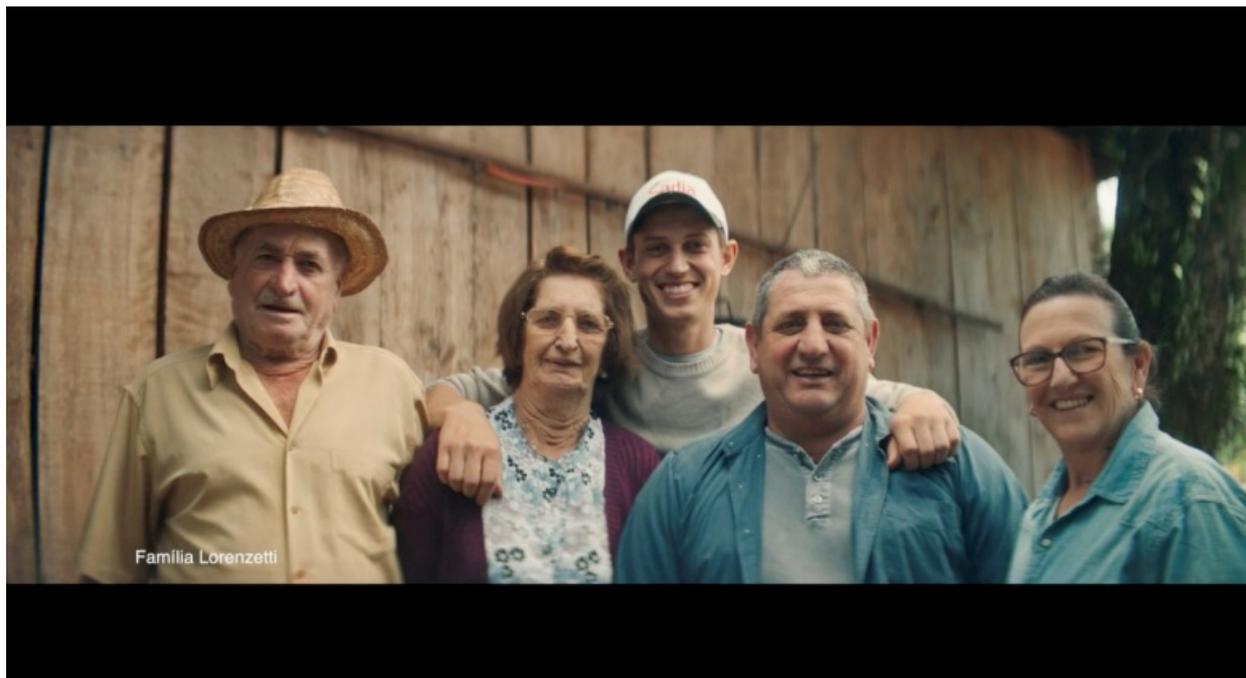


SADIA MOSTRA PORQUE É REFERÊNCIA NA PRODUÇÃO DE FRANGO

Nova campanha retrata o trabalho desenvolvido no campo e o funcionamento da primeira fábrica da marca para ressaltar a qualidade e a origem do produto

15/10/2018 11h14



Antes de chegar à mesa de milhões de brasileiros, o frango Sadia percorre um caminho longo que exige processos de qualidade rigorosos e atenção redobrada por parte de todos os profissionais envolvidos na produção - seja no campo ou na indústria. Essa trajetória será abordada na nova campanha da Sadia, que estreia em outubro, e mostra o porquê a marca é referência na produção da proteína animal mais consumida do país, que registra um consumo *per capita* de quase 45kg por ano.

Produzido com imagens captadas em Concórdia, município de Santa Catarina que abriga a primeira fábrica da Sadia, o filme percorre granjas de famílias integradas ao negócio para mostrar que a experiência adquirida ao longo de gerações e o aperfeiçoamento técnico posterior influenciam na qualidade final do produto. Em um dos trechos da nova campanha um profissional à serviço da marca verifica as condições como clima, nível da água e ração consumidos pelas aves, apresentando uma etapa importante do processo.

“As famílias produtoras são parceiras da Sadia há muitos anos e sempre houve uma troca de conhecimento constante para criarmos o melhor frango. Todos participam de treinamentos frequentes e aprimoram constantemente os processos utilizados nas granjas”, explica Cecília Alexandre, gerente executiva de marketing da Sadia. “Abrimos as portas para proporcionar maior transparência ao trabalho do campo e ressaltar que o carinho empregado pelos profissionais é um dos nossos diferenciais”, completa.

Já na indústria, a campanha retrata a etapa de congelamento do frango por um colaborador que utiliza equipamentos específicos para aferir a temperatura da câmara frigorífica e, outro, que manuseia um produto embalado para destacar o sistema inovador de congelamento utilizado pela marca – desenvolvido para preservar os nutrientes do alimento por mais tempo, bem como assegurar a qualidade e a segurança do

alimento. “Esse sistema elimina o risco de contaminação, mantém as propriedades nutricionais da proteína e, ainda, a cor, a textura e o sabor do frango”, explica Cecília.

As novas embalagens da Sadia também recebem destaque na nova campanha. No caso do frango, os diferentes cortes – peito, coxa, sobrecoxa, por exemplo – são congelados individualmente por meio de uma tecnologia democratizada pela Sadia. “Hoje esse sistema, o IQF, *Individually Quick Frozen*, evitando desperdício e facilitando a vida do consumidor”, lembra Cecília. Com isso, a marca mostra o potencial e a vocação que tem para falar e atender todos os públicos. “A Sadia é uma marca para todos, pois oferece uma linha de produtos para todas as ocasiões”.

Para Carol Boccia, diretora-geral de atendimento da Africa, a campanha se inspira na essência e nos valores da Sadia. “Essa campanha de frangos para nós é muito simbólica, não só por ser o nosso primeiro trabalho para a marca, mas porque representa toda a transparência e o respeito que a Sadia tem com o seu consumidor, seus funcionários e sua origem. Para a agência, a realidade por trás do produto deveria orientar o filme: queríamos abordar o lado humano e afetivo por trás de cada produto Sadia que chega às mesas do brasileiro”, destaca Boccia.

A campanha será veiculada em TV e terá reforço no ambiente digital, mídia exterior (Out of Home) e pontos de venda. Confira o vídeo da campanha: <https://youtu.be/R5p58idoCCE>

Sobre Sadia

Sinônimo de qualidade superior e praticidade, a Sadia, que também é a marca de alimentos mais valiosa do país, está presente na mesa do consumidor há mais de 70 anos. Ao longo desse período, a marca conquistou a confiança de milhões de famílias ao oferecer propostas inovadoras e soluções adequadas para diferentes ocasiões de consumo. Está inserida em uma cadeia produtiva longa, que tem início no campo com a criação de aves e suínos e ampla distribuição pelo Brasil, presente em mais de 150 mil pontos de venda em todo o país. Tem um portfólio amplo e diversificado, pensado para atender todos os públicos. Investe constantemente para manter o pioneirismo e protagonismo no setor e, com isso, é referência nas categorias em que atua.

FICHA TÉCNICA - FILME NÃO É SÓ POR ISSO

Título: Não é só por isso

Agência: Africa

Anunciante: BRF - SADIA

Produto: Frangos

CCO: Sergio Gordilho

Direção Executiva de Criação: Otavio Schiavon

Head of Art: Bruno Valença

Direção de Criação: Everton Behenck / Pedro Bullos

Direção de Arte: Dudu Ferraz

Redação: Gustavo Giorelli

Atendimento: Márcio Santoro / Carolina Boccia / Juliana Melo / Fernanda Cousin / Luiza Leopoldo Silva Martins / Carolina Coviello

Mídia: Luis Fernando Vieira / Rodrigo Famelli / Antonio Arbex / Tatiana Murakami.

Planejamento: Rodrigo Maroni / Aldo Pini / Larissa Perroni / Carolina Biagio / Glaucia Guerra

Gerente de Projetos: Jessica Pinheiro Duarte

Pulse: Ana Carolina de Oliveira Santos / Gustavo Murenatto

Produção Agência: Rodrigo Ferrari / Patricia Melito / Carla Rossini .

Produção: Vetor Filmes

Direção: Luiza Campos / Felipe Hellmeister

Produção executiva: Alberto Lopes / Paula Moraes / Francisco Puech

Direção de Fotografia: Pedro Cardillo / Jr Junior

Atendimento: Rafael Costa / Giovana Grigolin

Equipe de Produção: Equipe Vetor Filmes

Montador: Guilherme Bechara

Pós-produção: Equipe Vetor Filmes

Finalização: Equipe Vetor Filmes

Produtora/som: Jamute

Atendimento/som: Sabrina Geraissate

Maestro/Produção: James Pinto/ Leck Gomes

Canto e Locução: Renato Teixeira

Aprovação/cliente: Rodrigo Lacerda / Cecilia Alexandre / Giovanna Abreu

