

## **Renata lança campanha “Do Campo à Mesa, sabor que vem de família” e evidencia a força da tradição aliada à inovação ao longo de toda a cadeia produtiva**

*Com 139 anos de história, a Selmi aposta em campanha 360° para mostrar todos os elos que garantem a linha de produtos Renata qualidade, confiança e sabor que sustentam a excelência dos seus produtos*



*Link para o vídeo da campanha: Segue o link do vídeo da campanha:*

<https://youtu.be/28m3QyXpzlQ>

A marca Renata, produzida pela Selmi, dá um passo estratégico em seu posicionamento de branding com o lançamento da campanha “Do Campo à Mesa”, um movimento que busca mostrar, de forma transparente e consistente, todos os elos que compõem a jornada dos produtos até chegarem ao consumidor final. A iniciativa reforça atributos históricos da marca, como tradição, qualidade e confiança, ao mesmo tempo em que evidencia investimentos contínuos em tecnologia, inovação e processos industriais de ponta.

Com 139 anos de história, a Selmi construiu seu legado a partir do know-how acumulado ao longo de gerações, fortalecendo a marca Renata, que possui como características a tradição da culinária italiana e a valorização da matéria-prima de excelência. Dessa forma, a campanha destaca desde a escolha criteriosa do trigo, passando pelos rigorosos processos de qualidade, inovação tecnológica nas linhas de produção, eficiência logística

e presença estratégica nos pontos de venda, até o momento do consumo, quando o produto chega à mesa das famílias brasileiras.

A proposta da campanha é justamente mostrar que a qualidade da Renata é o resultado de um trabalho integrado, que conecta pessoas, processos e tecnologia. Gravada ao longo de 12 dias, a produção aposta em uma abordagem autêntica, com pessoas reais, locações verdadeiras e sem o uso de inteligência artificial, reforçando o compromisso da marca com a verdade e a transparência.

“‘Do Campo à Mesa’ é um movimento da Selmi que traduz na marca Renata o conceito “do sabor que vem de família”. A ideia foi mostrar, de forma honesta, verdadeira e emocional, tudo o que existe por trás de cada um dos produtos Renata, desde as pessoas que plantam o trigo, passando pelas fábricas, pontos de venda até chegar em quem está na parte mais importante desta jornada que são os nossos consumidores”, explica José Alves Neto, que lidera o time de criação das marcas Selmi na Hagens, agência responsável pela campanha.

Segundo ele, o conceito posiciona a Renata entre as grandes marcas de alimentos, ao evidenciar que tradição e inovação caminham juntas. “São 139 anos de know-how, aliados a investimentos robustos em tecnologia e processos industriais modernos somados a algo que o dinheiro não compra, que são os anos de história e aprendizado elaborando derivados de trigo. Isso é o que sustenta a qualidade da marca”, completa Neto.

As gravações aconteceram em locações reais, incluindo unidades fabris da Selmi nos estados de São Paulo e Paraná, campos de trigo que abastecem a companhia e até residências de colaboradores, reforçando o caráter humano e verdadeiro da narrativa. O principal pilar da campanha é um filme master, que apresenta a visão completa do projeto e servirá como base para o desdobramento da comunicação ao longo do ano.

O lançamento está previsto para fevereiro, e contará com uma estratégia 360 graus. A campanha estará presente em mídias digitais, como YouTube e Instagram, além de televisão, pontos de venda, busdoor, painéis e outros canais de comunicação. Também estão previstas ações com influenciadores e creators, além da produção de cerca de mais de 20 conteúdos adicionais que detalham os diferentes “elos da cadeia”.

Para Marcelo Guimarães, diretor comercial da Selmi, a campanha traduz com precisão os diferenciais da marca Renata e reforça atributos que já fazem parte do DNA da marca, mas que agora ganham ainda mais visibilidade e conexão emocional com o público.

“A Renata carrega uma história construída com muito cuidado, responsabilidade e respeito ao consumidor. A qualidade começa no campo, passa por processos industriais altamente tecnológicos e chega à mesa com sabor, segurança e confiança. Esse é o nosso compromisso há 139 anos”, afirma Guimarães.

Ao longo de todo o ano, “Do Campo à Mesa” seguirá ativa, fortalecendo o posicionamento da Renata como uma marca que une tradição, inovação e excelência, e que valoriza cada etapa do processo produtivo como parte essencial da experiência final do consumidor.

#### **FICHA TÉCNICA:**

#### **CAMPANHA SABOR QUE VEM DE FAMÍLIA**

**Cliente:** Pastifício Selmi

**Produto:** Linha Renata de Macarrão, Farinhas, Biscoitos, Bolos, Misturas e Azeite Renata

**Aprovação:** Ricardo Selmi, Marcelo Guimarães e Emerson Cação

#### **IDEALIZAÇÃO**

**Agência:** Hagens Marketing LTDA

**Direção de Criação:** José Alves Neto

**Criação:** José Alves Neto, Lucas Esteves, Rafael Rodrigues, Rafael Simionato e Melissa Rodrigues.

**Atendimento:** Meire Marcondes

**Produção RTVC:** Laura Passos e Daniel Pedroso

#### **PRODUÇÃO**

**Produtora Audiovisual:** Studio Eletrônico

**Produção Executiva:** Mario Palermo

**Coordenação:** Gabriel Palermo

**Direção/Fotografia:** Ricardo Camargo

**Assistente de Direção:** Nicole Corradi

**Produção Fotográfica:** Guto Bordoni

**Produção Sonora:** Berimbau Estúdio

**Sobre a Selmi:** São 139 anos de tradição, conquistando a preferência do consumidor com diversos tipos e cortes de massas, farinhas especiais, biscoitos, bolos, bolinhos, mistura para bolos e azeites – por meio das marcas Renata, Galo e Todeschini. A receita é de sucesso: matérias-primas selecionadas, tecnologia de ponta e controle rigoroso. O resultado é a produção de centenas de toneladas por dia, sempre mantendo a receita da

legítima massa italiana, que era seguida por Adolpho Selmi, o fundador da companhia, em 1887. A empresa possui hoje modernas fábricas em Sumaré (SP) e Rolândia (PR), além de maquinário e engenharia de produção de primeiro mundo – com a capacidade de expandir sua estrutura física, sem interromper a produção.

**Contato** **para** **imprensa:**  
Cláudia Carnevalli – [claudia.carnevalli@viracomunicacao.com.br](mailto:claudia.carnevalli@viracomunicacao.com.br) – (19) 99989-8535  
Angelo Sastre – [angelo.sastre@viracomunicacao.com.br](mailto:angelo.sastre@viracomunicacao.com.br) – (19) 98117-3749