



Komunikat prasowy

Unigrà wchodzi do Gdo z nową linią OraSi

Z nową marką OraSi, linią produktów roślinnych w 100% włoskiej filii, grupa z Ravenny debiutuje w świecie szerokiej dystrybucji, mając na celu osiągnięcie pozycji bohatera na dynamicznie rozwijającym się rynku. Wprowadzenie na rynek linii OraSi jest wspomagane przez kampanię reklamową, nadawaną od końca września do 3 grudnia, na kanałach ogólnych i głównych kanałach tematycznych telewizji cyfrowej. Marka obecna jest również na koszulkach Ravenna Basket, drużyny biorącej udział w mistrzostwach A2 mężczyzn.

Conselice (RA), dn. 27 września 2016 r. - Unigrà, lider rolno-przemysłowy we Włoszech oraz jeden z największych europejskich graczy w dziedzinie przetwarzania olejów i tłuszczów roślinnych, zdecydowała się przewodniczyć również w dziedzinie szerokiej dystrybucji, wypuszczając na rynek **OraSi**, nową linię **produktów roślinnych wysokiej jakości, w 100% włoskich, składającą się z napojów sojowych i ryżowych oraz z margaryny sojowej.**

Marka zostaje wprowadzona na **rynek bardzo efektywny**, który **przekracza 97 milionów litrów/kg objętościowo*** (+18,4% w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku) i **342 miliony euro wartościowo*** (+23,1%). **Sektor zdominowany przez segment napojów** (79,2 milionów litrów objętościowo i 174 miliony euro wartościowo*), a w szczególności tych na bazie soi i ryżu, a następnie segment jogurtów (8,5 miliona kg objętościowo i 49,2 milionów euro wartościowo*), z których oba są bohaterem dwucyfrowego wzrostu w porównaniu z ubiegłym rokiem. Nie zapominając o **segmentie gastronomicznym, wartym 6,2 milionów kg objętościowo i 86 milionów euro wartościowo**, z **wyjątkowym wzrostem gospodarczym**: odpowiednio +41,1% i 41,2%*.

OraSi jest linią skierowaną do coraz to szerszego kręgu konsumentów, którzy cenią sobie dobre samopoczucie, równowagę oraz gwarancję pochodzenia surowców we własnej diecie. Jej **znakiem rozpoznawczym** jest przede wszystkim **włoskie pochodzenie** soi i ryżu. W szczególności, **soja OraSi różni się od konkurencyjnych marek, ponieważ jest uprawiana w gospodarstwie rolnym Dante di Massa Fiscaglia (FE), właściwości firmy Unigrà**, gwarantując certyfikowany łańcuch z pola na stół.

Wszystkie produkty są **wytworzone w zakładzie Unigrà di Conselice (RA), nie zawierają GMO, są pozbawione glutenu, laktozy, białka mleka i zawierają wyłącznie naturalne aromaty**. Dzięki doskonałości Made in Italy oraz kontroli całego łańcucha produkcyjnego, **OraSi** jest pełną gamą o doskonałym smaku, idealną dla **szerego zakresu konsumpcji, również dla osób ceniących sobie żywność wegetariańską lub wegańską, a także dla osób z nietolerancją laktozy bądź białka mleka.**

"Wprowadzenie na rynek nowej marki - potwierdza **Gian Maria Martini, Dyrektor Generalny Unigrà** - wpisuje się w plan rozwoju handlowego Grupy, która w ubiegłym roku osiągnęła obroty przekraczające 500 milionów euro, do obsługi procesu wejścia w ten wysoce strategiczny kanał. Celem jest zwiększenie działalności w obronie walorów zdrowotnych, coraz bardziej charakteryzujących się dążeniem do wysokich standardów jakości i autentyczności produktów spożywczych, które mogą zostać zapewnione przez Made in Italy".

OraSi jest ponadto bohaterem kampanii telewizyjnej na wszystkich stacjach ogólnych i głównych kanałach tematycznych telewizji cyfrowej. **Na antenie od końca września do 3 grudnia**, obejmując **inwestycję równą 2 miliony euro**, planowanie przeprowadzone przez Expansion Group, przewiduje dwie odmienne reklamy: **napój sojowy w trzech różnych przedziałach sekundowych 30", 15" i 7"** oraz **margaryna sojowa w dwóch, 15" i 7"**, co daje łącznie **ponad 1800 emisji**, 270 milionów kontaktów oraz 1100 GRP na odbiorców odpowiedzialnych za zakup, z 60% Prime Time. **Czysto warzywna przyjemność** stanowi **pay-off kampanii telewizyjnej, podpisanej przez agencję z Bolonii Max Information, Grupę Armando Testa.**



W spotach wyróżnia się zakończenie na dużym polu w Massa Fiscaglia, powierzchni 1500 hektarów, z których 300 hektarów obsianych jest soją a 60 hektarów obsianych jest ryżem.. Miejsce wybrane właśnie w celu nadania wartości obietnicy marki, czyli kontroli całego łańcucha produkcyjnego, w 100% włoskiego, opisanej przyjaznym i pełnym empatii językiem, dzięki obecności *bohatera* w postaci Ziarenka Soi, rozmawiającego z Panem OraSi.

"Poprzez reklamę - dodaje Federico Camiciottoli, Dyrektor Marketingu Grupy z Ravenna - pragniemy z jednej strony podkreślić bardzo wysoką jakość linii, natomiast z drugiej strony certyfikowany łańcuch, w 100% włoski i w pełni kontrolowany przez Unigrà, zaletę wyróżniającą OraSi na rynku, który rozwija się w szybkim tempie i na którym liczymy na możliwość odgrywania wiodącej roli".

Również w celu **uwydatnienia filozofii krótkiego łańcucha, na której bazuje się projekt**, Unigrà bierze także czynny udział w **sponsoringu sportowym**. Już drugi rok z rzędu, marka OraSi wspiera drużynę koszykówki **Basket Ravenna**, rzeczywistość sportową pochodzącą z terytorium Ravenna (obszaru, w którym działa Unigrà), biorącą udział w **mistrzostwach kraju mężczyzn A2**, co jest okazją do dużej widoczności, z możliwością połączenia **wartości sportu i zdrowego odżywiania**.

**Źródło: IRI Tot. Italia Iper+Super+LSP (od 100 do 399 m²) - AT sierpień 2016 r.*

Biuro prasowe Unigrà

Tworzenie wizerunku publicznego | 051 2961230 | press@creacomunicazione.com

Kontakt: Fabrizio Conti Riva | 342 8007500 | contiriva@creacomunicazione.com

Stefania Casagrande | 393 9994515 | casagrande@creacomunicazione.com