

Comunicado de Prensa

## Unigrà entra en Gdo con la nueva línea OraSi

*Con la nueva marca OraSi, línea de productos vegetales fruto de una hilera de producción 100% italiana, el Grupo de Ravenna hace su debut en gran distribución, con el objetivo de asumir el rol protagónico en un mercado con fuerte desarrollo. El lanzamiento de OraSi está apoyado por una campaña publicitaria, en el aire desde finales de septiembre hasta el 3 de diciembre, en los canales generales y en las principales temáticas digitales. La marca está además en las camisetas del Ravenna Basket, equipo comprometido en el campeonato de A2 masculino.*

**Conselice (RA), 27 de septiembre 2016 - Unigrà**, líder agroindustrial en Italia y entre los grandes jugadores europeos en la transformación de aceites y grasa vegetales, ha decidido presidir además la gran distribución, lanzando **OraSi**, nueva línea de **productos vegetales de alta calidad 100% italianos, compuesta por bebidas de soja y arroz y por una margarina de soja.**

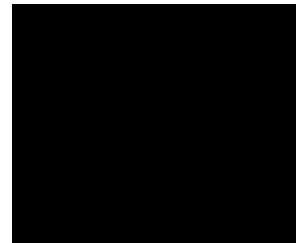
La marca se introduce en un **mercado decididamente rendidor**, que **supera los 97 millones de litros/kg en volumen\*** (+18,4% vs el mismo período del año pasado) y **los 342 millones de euros de valor\*** (+23,1%). Un **compartimiento dominado por el segmento de las bebidas** (79,2 millones de litros en volumen y 174 millones de euros de valor\*), y en particular de las de base de soja y arroz, seguido por los yogurts (8,5 millones de kg en volumen y 49,2 millones de euros de valor\*), ambos protagonistas de un crecimiento con doble cifra respecto al año pasado. Sin olvidar el **segmento de la gastronomía**, que **cuesta 6,2 millones de kg en volumen y 86 millones de euros de valor, con excepcionales tasas de desarrollo**: respectivamente +41,1% y 41,2%\*.

**OraSi**, se dirige a un cada vez más amplio target de consumidores, que privilegian el bienestar, el equilibrio y la garantía de la proveniencia de las materias primas en su dieta. Su **rasgo distintivo** y sobre todo **la proveniencia italiana** de soja y arroz. En particular, **la soja de OraSi se distingue de los competidores porque es cultivada en el Empresa agrícola Immobiliaria Dante de Massa Fiscaglia (FE), propiedad de Unigrà**, garantizando la hilera certificada del campo a la mesa.

Todos los productos son **realizados en la planta Unigrà de Conselice (RA), son No OGM, sin gluten, lactosa, proteínas de la leche y utilizan solo aromas naturales**. Gracias a la excelencia del Made in Italy y en protección de toda la hilera de protección, **OraSi** es una gama completa de sabor excelente, perfecta para un **amplio rango de ocasiones de consumo, ideal además para quien adopta una alimentación vegetariana o vegana y para quien es intolerante a la lactosa o a las proteínas de la leche.**

*"El lanzamiento de la nueva marca - afirma Gian Maria Martini, Administrador Delegado Unigrà - se incorpora en el plan de desarrollo comercial del Grupo, que el año pasado facturó más de 500 millones de euros, para apoyar el proceso de ingreso en este canal altamente estratégico. El objetivo es incrementar el negocio en defensa del sector de la salud, siempre más caracterizado por la búsqueda de elevados estándares de calidad y autenticidad de los productos alimentarios que el Made in Italy puede asegurar".*

**OraSi** es además protagonista de una campaña de TV en todas las emisoras generales y en los principales canales temáticos digitales. **On air desde finales de septiembre hasta el 3 de diciembre**, por una **inversión de 2 millones de euros**, la planificación cuidada por Expansion Group prevé dos anuncios distintos: la **bebida de soja con tres diversos tiempos de 30", 15" y 7"** y la **margarina de soja en dos, de 15" y 7"**, para un total de **más de 1800 emisiones**, 270 millones de contactos y 1100 grp's sobre el target responsables de compra, con el 60% de Prime Time. **Placer todo Vegetal** es el **pay-off de la campaña de TV firmada por la agencia boloñesa Max Information**, Gruppo Armando Testa. **En los anuncios arranca el "close up" en el gran campo de Massa Fiscaglia, una superficie de 1500 hectáreas, de las cuales 300 cultivadas con soja y 60 con arroz.** Un lugar escogido justo **para dar valor a la promesa de la marca, es decir el presidio de toda la hilera de producción**



**100% italiana**, traducido un lenguaje familiar y empático gracias a la presencia del *personaje* de Chicca, el grano de soja que habla con el **señor OraSi**.

*"Mediante el anuncio - añade Federico Camiciottoli, Director Marketing del Grupo de Ravenna - apuntamos a resaltar por un lado la altísima calidad de la línea, por el otro la hilera certificada 100% italiana y totalmente controlada por Unigrà, un plus que distingue OraSi en un mercado que está creciendo a ritmos sostenidos y en el cual contamos con ejercer un rol protagónico".*

Siempre para **valorizar la filosofía de la hilera corta en la base del proyecto**, Unigrà está activa también en el **patrocinio deportivo**. Por **segundo año consecutivo**, la marca **OraSi** apoya de hecho el **Basket Ravenna**, realidad deportiva de excelencia del territorio de Ravenna (área donde opera Unigrà) comprometida en el **campeonato masculino nacional de A2**: una ocasión de gran visión capaz de conjugar los **valores de deporte y sana alimentación**.

*\* Fuente: IRI Tot. Italia Iper+Super+LSP (desde 100 hasta 399 m2) - AT ago 2016*

#### **Oficina de Prensa Unigrà**

Crea relaciones públicas | 051 2961230 | [press@creacomunicazione.com](mailto:press@creacomunicazione.com)

Contacto: Fabrizio Conti Riva | 342 8007500 | [contiriva@creacomunicazione.com](mailto:contiriva@creacomunicazione.com)

Stefania Casagranda | 393 9994515 | [casagranda@creacomunicazione.com](mailto:casagranda@creacomunicazione.com)