

Comunicado de Prensa

## **OraSi, Placer todo Vegetal, está en el aire**

*Desde finales de septiembre hasta el 3 de diciembre 2016, la nueva línea de productos vegetales 100% italianos de Unigrà está en todos los canales de transmisión generales y en las principales TV temáticas digitales: Rai, Mediaset, La 7 y Real Time. Invertimos igual a 2 millones de euros con creatividad a cargo de Max Information (Gruppo Armando Testa) y media planning de Expansion Group. Con OraSi, el Grupo de Ravenna apunta a defender mejor el canal de la distribución moderna.*

**Conselice (RA), 27 de septiembre 2016 - Unigrà**, líder agroindustrial en Italia y entre los grandes jugadores europeos en la transformación de aceites y grasas vegetales, presenta **OraSi**, nueva línea de **productos vegetales de alta calidad 100% italianos**, con una campaña de TV en todas los canales emisores generales y en los principales canales temáticos digitales. **On air desde el 25 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.

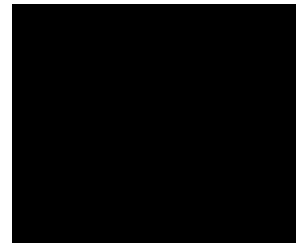
**OraSi**, cuya gama está compuesta por bebidas de soja y arroz y por una margarina de soja, se dirige a un cada vez más amplio target de consumidores, que favorecen el bienestar, el equilibrio y la garantía del origen de las materias primas en su dieta. El **rasgo distintivo de la nueva línea** es principalmente el **origen italiano** 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 defensa de toda la hilera de producción, **OraSi** es una gama completa del sabor excelente, perfecta para una **amplio rango de ocasiones de consumo**. Es **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".*

**Placer todo Vegetal**: es este el **pay-off de la campaña de TV** firmada por la agencia boloñesa **Max Information**, Grupo 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".*



La línea **OraSi** enriquece un **mercado de los productos vegetales decididamente en salud**, 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 **donde domina el segmento de las bebidas** (79,2 millones de litros en volumen y 174 millones de euros de valor\*), guiado justo por aquellas a 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%\***.

Finalmente, 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 | [contriva@creacomunicazione.com](mailto:contriva@creacomunicazione.com)

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