



Comunicato Stampa

OraSi, Piacere tutto Vegetale, è on air

Da fine settembre al 3 dicembre 2016, la nuova linea di prodotti vegetali 100% italiani di Unigrà è su tutte le emittenti generaliste e sulle principali TV tematiche digitali: Rai, Mediaset, La 7 e Real Time. Investimento pari a 2 milioni di euro con creatività a cura di Max Information (Gruppo Armando Testa) e media planning di Expansion Group. Con OraSi, il Gruppo ravennate punta a presidiare al meglio il canale della distribuzione moderna.

Conselice (RA), 27 settembre 2016 - Unigrà, leader agroindustriale in Italia e tra i big player europei nella trasformazione di oli e grassi vegetali, presenta **OraSi**, nuova linea di **prodotti vegetali di alta qualità 100% italiani**, con una campagna TV su tutte le emittenti generaliste e sui principali canali tematici digitali. **On air dal 25 settembre al 3 dicembre**, per un **investimento di 2 milioni di euro**, la pianificazione curata da Expansion Group prevede due diversi spot: la **bevanda di soia in tre diversi secondaggi da 30", 15" e 7"** e la **margarina di soia in due**, da **15" e 7"**, per un totale di **oltre 1800 passaggi**, 270 milioni di contatti e 1100 grp's sul target responsabili d'acquisto, con il 60% di Prime Time.

OraSi, la cui gamma è composta da bevande di soia e riso e da una margarina di soia, si rivolge a un sempre più ampio target di consumatori, che privilegiano il benessere, l'equilibrio e la garanzia della provenienza della materie prime nella propria dieta. Il **tratto distintivo della nuova linea** è innanzitutto **la provenienza italiana** di soia e riso. In particolare, **la soia di Orasi si distingue dai competitors perché è coltivata nell'Azienda agricola Immobiliare Dante di Massa Fiscaglia (FE)**, proprietà di Unigrà, garantendo la filiera certificata dal campo alla tavola.

Tutti i prodotti sono **realizzati presso lo stabilimento Unigrà di Conselice (RA)**, sono **No OGM, privi di glutine, lattosio, proteine del latte e utilizzano soli aromi naturali**. Grazie all'eccellenza del Made in Italy e al presidio dell'intera filiera produttiva, **OraSi** è una gamma completa dal gusto eccellente, perfetta per un **ampio range di occasioni di consumo**. È ideale anche per chi adotta un'alimentazione **vegetariana o vegana e per chi è intollerante al lattosio o alle proteine del latte**.

*"Il lancio del nuovo brand - afferma **Gian Maria Martini, Amministratore Delegato Unigrà** - si inserisce nel piano di sviluppo commerciale del Gruppo, che lo scorso anno ha fatturato oltre 500 milioni di euro, a supporto del processo di ingresso in questo canale altamente strategico. L'obiettivo è quello di incrementare il business a presidio del segmento salutistico, sempre più caratterizzato dalla ricerca di elevati standard di qualità e genuinità dei prodotti alimentari che il Made in Italy può assicurare".*

Piacere tutto Vegetale: è questo il **pay-off della campagna TV** firmata dall'agenzia bolognese **Max Information**, Gruppo Armando Testa. Negli spot spicca il "close up" sul grande campo di **Massa Fiscaglia, una superficie di 1500 ettari, di cui 300 coltivati a soia e 60 a riso**. Una location scelta proprio per dare valore alla promessa del brand, ovvero il **presidio dell'intera filiera produttiva 100% italiana**, tradotto con un **linguaggio familiare ed empatico grazie alla presenza del character di Chicca**, il chicco di soia che dialoga con il **signor OraSi**.

*"Attraverso lo spot - aggiunge **Federico Camiciottoli, Direttore Marketing del Gruppo ravennate** - puntiamo a sottolineare da un lato l'altissima qualità della linea, dall'altro la filiera certificata 100% italiana e totalmente controllata da Unigrà, un plus che distingue OraSi in un mercato che sta crescendo a ritmi sostenuti e nel quale contiamo di recitare un ruolo da protagonisti".*



La linea **OraSi** arricchisce un **mercato dei prodotti vegetali decisamente in salute**, che **supera i 97 milioni di litri/kg a volume*** (+18,4% vs lo stesso periodo dello scorso anno) **e i 342 milioni di euro a valore*** (+23,1%). Un comparto **dove domina il segmento delle bevande** (79,2 milioni di litri a volume e 174 milioni di euro a valore*), guidato proprio da quelle a base di soia e riso, seguito dagli yogurt (8,5 milioni di kg a volume e 49,2 milioni di euro a valore*), entrambi protagonisti di una crescita a doppia cifra rispetto allo scorso anno. Senza dimenticare il **segmento della gastronomia**, che vale **6,2 milioni di kg a volume e 86 milioni di euro a valore**, con **eccezionali tassi di sviluppo: rispettivamente +41,1% e 41,2%***.

Infine, sempre per **valorizzare la filosofia della filiera corta alla base del progetto**, Unigrà è attiva anche nella **sponsorizzazione sportiva**. Per il **secondo anno consecutivo, il marchio OraSi sostiene infatti il Basket Ravenna**, realtà sportiva di eccellenza del territorio ravennate (area in cui opera Unigrà) impegnata nel **campionato maschile nazionale di A2**: un'occasione di grande visibilità in grado di coniugare i **valori di sport e sana alimentazione**.

** Fonte: IRI Tot. Italia Iper+Super+LSP (da 100 a 399 mq) - AT ago 2016*

Ufficio Stampa Unigrà

Crea relazioni pubbliche | 051 2961230 | press@creacomunicazione.com

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

Stefania Casagranda | 393 9994515 | casagranda@creacomunicazione.com