



Testata: **FOOD.it**  
Data: **5 ottobre 2016**



5 OTTOBRE 2016

## UNIGRÀ LANCIA I PRODOTTI A BASE VEGETALE ORASI

Arrivano nella grande distribuzione le bevande di soia e riso e una margarina di soia, da filiera produttiva al 100% italiana



Unigrà, leader agroindustriale in Italia e tra i big player europei nella trasformazione di oli e grassi vegetali, sbarca nella grande distribuzione con [OraSi, nuova linea di prodotti vegetali italiani di alta qualità](#).

**PRODOTTI A BASE VEGETALE** – Si tratta di bevande di **soia e riso** e una margarina di soia con cui il brand si inserisce in un mercato performante, che supera i 97 milioni di litri/kg a volume (+18,4% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno) e i 342 milioni di euro a valore (+23,1%). Un comparto dominato dal segmento delle bevande (79,2 milioni di litri a volume e 174 milioni di euro a valore), in particolare 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 la 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%.

**PROVENIENZA ITALIANA** – OraSi si rivolge a un target di consumatori sempre più ampio. [Quelli che privilegiano il benessere, l'equilibrio e la garanzia della provenienza della materie prime](#). Il suo tratto distintivo è innanzitutto la provenienza italiana della soia e del riso. La **soia di OraSi** è coltivata nell'Azienda agricola Immobiliare Dante di Massa Fiscaglia, nel ferrarese, a garanzia di una filiera certificata dal campo alla tavola. Tutti i prodotti sono realizzati presso lo stabilimento Unigrà di Conselice (Ravenna), sono No OGM, privi di glutine, lattosio, proteine del latte e utilizzano soli aromi naturali. OraSi è una gamma completa, ideale anche per chi adotta un'alimentazione vegetariana o vegana e per chi è intollerante al lattosio o alle proteine del latte.

**UN NUOVO BRAND** – *Il lancio del nuovo brand* – afferma **Gian Maria Martini, AD 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 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.*

**PROMOZIONE** – Da pochi giorni OraSi è inoltre protagonista di una campagna TV su tutte le emittenti generaliste e sui principali canali tematici digitali. *"Piacere tutto Vegetale"* è il pay-off degli spot, nei quali spiccano il close up sul grande campo di Massa Fiscaglia e il linguaggio familiare grazie alla presenza del character Chicca, il chicco di soia che dialoga con il signor OraSi. *Puntiamo* – spiega **Federico Camiciottoli, DM del Gruppo** – *a sottolineare l'altissima qualità della linea e la filiera certificata 100% italiana totalmente controllata da Unigrà. Per valorizzare la filosofia della filiera corta, Unigrà è attiva anche nello sport. Per il secondo anno consecutivo il marchio OraSi sponsorizza il Basket Ravenna, realtà d'eccellenza del ravennate impegnata nel campionato maschile nazionale di A2.*