



Testata: Advertiser  
Data: 23 settembre 2016



# Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

## VA IN TV ORASÌ, LINEA DI PRODOTTI A BASE DI SOIA E RISO. CAMPAGNA MAX INFORMATION

23 Settembre 2016



Il Gruppo Unigrà, leader nella produzione di materie prime alimentari, ha deciso di investire per la prima volta nei prodotti mass-market sviluppando un'intera linea di prodotti vegetali ottenuti da soia e riso. Bevanda vegetale, alternativa vegetale al burro e altre referenze a base soia saranno infatti presto sul mercato, ma solo le prime due saranno

protagoniste in spot da 30", 15" e 7" che saranno pianificati nei canali generalisti e su Discovery dal 25 settembre al 3 dicembre.

Il relativo budget è pari 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.



La vera forza del nuovo lancio si basa sull'unicità del controllo totale della filiera produttiva: solo **OraSi** infatti coltiva la sua soia nei propri campi in Emilia, garantendo l'origine della materia prima e controllando ogni passaggio produttivo. È proprio su questo incipit che si sviluppa la creatività, firmata da **Max Information**, dove una giovane ed entusiasta Chicca di Soia dialoga in uno splendido campo di soia con il Sig. OraSi, mettendo in luce tutte le proprietà esclusive del nuovo piacere vegetale. Come recita lo spot, *OraSi è senza OGM, OraSi è 100% italiano, e soprattutto OraSi è buono!*

Direzione creativa Monica Pirocca e Michela Sartorio, art Monica Pirocca e Carlo Leone Ornago, copy Michela Sartorio e Gianluca Grisolia. Casa di produzione **Akita** con la regia di Fabrizio Mari, post e character **Exchanges**, musica Andrea Maccone.