



**Testata: Distribuzione Moderna**  
**Data: 18 Ottobre 2016**



## Unigrà lancia OraSi, la prima filiera della soia totalmente di proprietà



Federico Camiciottoli, direttore marketing e sviluppo commerciale OraSi

Unigrà opera nel settore della trasformazione e vendita di oli e grassi alimentari, margarine e semilavorati destinati alla produzione alimentare, in particolare dolciaria.

Nata nel 1972, l'azienda fondata da Luciano Martini ha sviluppato nel tempo la propria missione di realizzare materie prime, semilavorati e prodotti finiti di alta qualità per tutti i canali del settore: Industriale, Artigianale, Retail e Ho.Re.Ca.

Oggi Unigrà è una realtà internazionale che presenta ricavi per oltre 500 milioni di Euro, esporta circa il 35% del suo volume d'affari grazie a 13 consociate estere, 2 branch e una numerosa rete di distributori e importatori in più di 100 Paesi nel mondo.

**Avete lanciato e state sostenendo in comunicazione OraSi, nuova linea a base soia e riso. Ce ne vuole parlare, da dove nasce questa idea e che cosa la distingue da analoghi prodotti vegetali in commercio.**

**nasce questa idea e che cosa la distingue da analoghi prodotti vegetali in commercio.**

Nasce dalla passione per l'agricoltura del nostro Presidente e Fondatore Luciano Martini e dalla visione di suo figlio Gian Maria, Amministratore Delegato della Società. La loro idea era di portare sulla tavola del consumatore un prodotto con una filiera totalmente controllata da Unigrà, dal campo alla tavola. Nasce così OraSi l'unica filiera della soia totalmente di proprietà; OraSi coltiva infatti la soia nell'Azienda Agricola Immobiliare Dante nella campagna in provincia di Ferrara, la estrae, la trasforma e la confeziona nel proprio stabilimento di Conselice (RA).

**Oltre a questa novità con cosa vi presentate al retail?**

Con OraSi proponiamo una gamma completa di bevande a base di soia (soia con calcio e vitamine, soia alla vaniglia) e di riso, alla quale si aggiunge una panna da cucina a base di soia e una margarina per condire e per cucinare a base di soia. Oltre a questi prodotti, però, abbiamo in portafoglio anche una linea completa di margarine e di panne da montare e per cucinare.

**Su che cosa si basa la vostra strategia di sviluppo nell'offerta di prodotti di largo consumo e su quali leve di marketing state agendo maggiormente?**

Il largo consumo e la distribuzione nelle grandi superfici sono per noi strategici. Abbiamo un ambizioso piano di innovazione di prodotto e di comunicazione per farci apprezzare dai consumatori ed accreditarci con il trade.

**Quanto è importante l'innovazione di prodotto per un'azienda come la vostra? In che cosa vi differenziate dai concorrenti?**

Unigrà è diventata un'Azienda di grandi dimensioni (520 milioni di euro di fatturato, 35% di vendite all'estero) grazie alla propria capacità di investimento in nuove tecnologie e in nuovi prodotti. Nel suo DNA ha una forte vocazione imprenditoriale, che l'ha sempre portata a guardare al futuro con ottimismo e determinazione.

**Producete anche in conto terzi? Se sì, quanto pesa la private label sul fatturato?**

Produciamo per la PL ma ancora in misura limitata e solo su alcune categorie. Abbiamo tuttavia intenzione di puntare strategicamente sulla PL allo scopo di sviluppare partnership con la GDO sia con la PI che con le nostre Marche.

**Producete anche in conto terzi? Se sì, quanto pesa la private label sul fatturato?**

Produciamo per la PL ma ancora in misura limitata e solo su alcune categorie. Abbiamo tuttavia intenzione di puntare strategicamente sulla PL allo scopo di sviluppare partnership con la GDO sia con la PI che con le nostre Marche.

**Quanto sviluppa l'area retail sul totale del giro d'affari della vostra azienda?**

Siamo in fase di start up. Ma abbiamo grandi aspettative. Abbiamo appena messo sul piatto un investimento nei media di oltre 2 milioni di euro.

**Parliamo di export, quanto incide e in quali paesi esportate di più, quali obiettivi avete in questo ambito?**

Incide per il 35% ed esportiamo in oltre 90 Paesi. Abbiamo 15 consociate in tutto il mondo, 7 in Europa, 3 in Sud America, 3 in Oriente, 1 in USA ed 1 in Medio Oriente. In questi Paesi esportiamo soprattutto i prodotti del core business aziendale (semilavorati per pasticceria, panificazione e gelateria) ma stiamo sviluppando con successo anche la GDO.

**Volgiamo ormai al termine del 2016, come si chiuderà quest'anno per Unigrà e che previsioni avete per il 2017?**

Il 2016 è un anno importante in quanto stanno nascendo progetti importanti per il futuro di Unigrà, per il 2017 abbiamo grandi aspettative.