



Comunicato Stampa

Unigrà entra in Gdo con la nuova linea OraSi

Con il nuovo brand OraSi, linea di prodotti vegetali frutto di una filiera produttiva 100% italiana, il Gruppo ravennate fa il suo debutto in grande distribuzione, puntando a ritagliarsi un ruolo da protagonista in un mercato in forte sviluppo. Il lancio di OraSi è supportato da una campagna pubblicitaria, on air da fine settembre fino al 3 dicembre, sui canali generalisti e sulle principali tematiche digitali. Il brand è anche sulle maglie del Ravenna Basket, team impegnato nel campionato di A2 maschile.

Conselice (RA), 27 settembre 2016 - Unigrà, leader agroindustriale in Italia e tra i big player europei nella trasformazione di oli e grassi vegetali, ha deciso di presidiare anche la grande distribuzione, lanciando **OraSi**, nuova linea di **prodotti vegetali di alta qualità 100% italiani, composta da bevande di soia e riso e da una margarina di soia.**

Il brand si inserisce in un **mercato decisamente performante**, 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 dominato dal segmento delle bevande** (79,2 milioni di litri a volume e 174 milioni di euro a valore*), e in particolare di 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%*.

OraSi, 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 suo **tratto distintivo** 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, 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".*

OraSi è inoltre protagonista di una campagna TV su tutte le emittenti generaliste e sui principali canali tematici digitali. **On air da fine 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. **Piacere tutto Vegetale** è 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".

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 Casagrande | 393 9994515 | casagrande@creacomunicazione.com