UN PROGETTO 100% ITALIANO

Il gruppo Unigrà

Location	Conselice (Ra)
Fatturato	circa 500 ml di €
Dipendenti	circa 400
1 stabilimento	10 aziende distinte
In Italia	Unigrà è il leader di mercato nel settore Bakery
Nel mondo	Presente in 90 paesi 12 Filiali 6 Europa: Spagna, Grecia, Russia, Ucraina, Rep. Ceca, Polonia 3 Sud America: Brasile, Cile, Perù 3 Asia: Hong Kong , Singapore, Malaysia

Il gruppo Unigrà

Categorie prodotti

- Margarina
- Oli per friggere
- Grassi in polvere
- Strutto
- Creme vegetali UHT
- Basi liquide UHT per gelato e dessert
- Cioccolato
- Surrogato
- Creme spalmabili
- Nocciole
- Mix in polvere per pasticcerie/panetterie
- Zuccheri

Tipologia di clienti

- GDO
- Industrie
- Artigiani
- Laboratori (piccole–medie–grandi dimensioni)
- Ho.Re.Ca

Lo stabilimento

Centrale elettrica

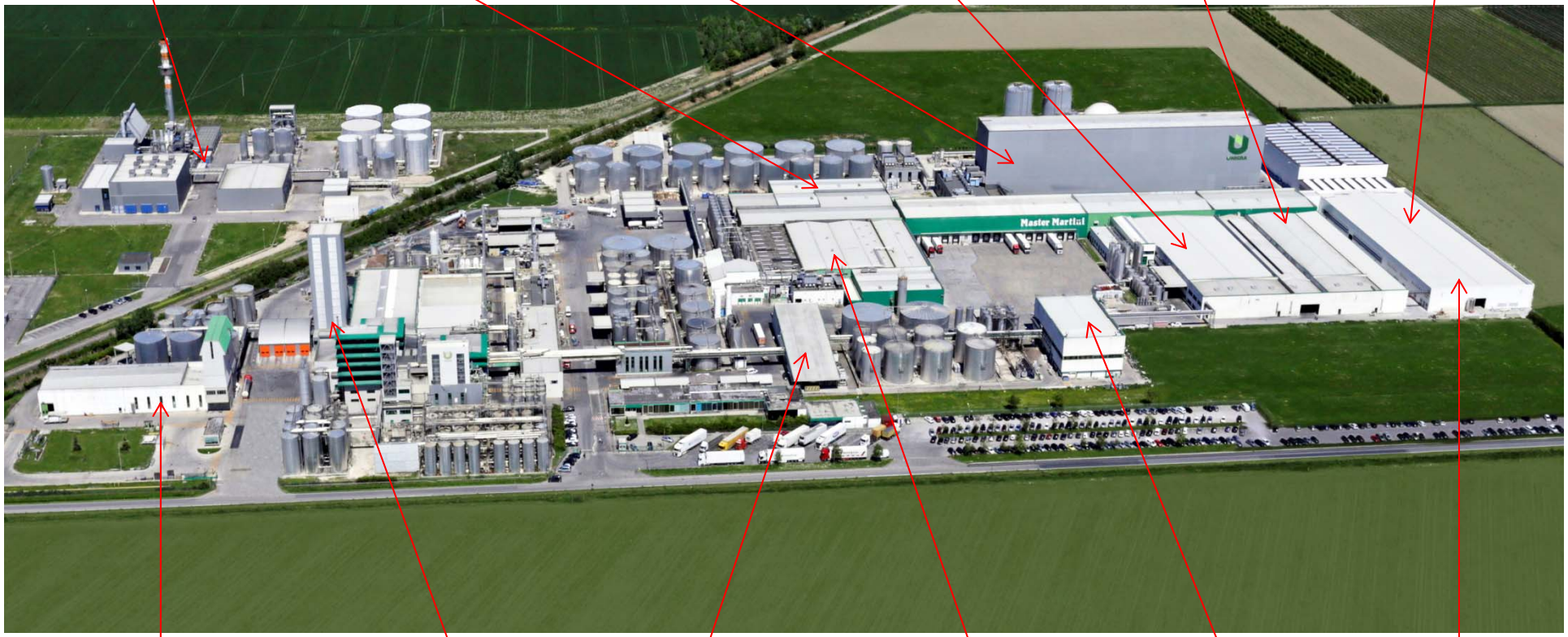
Pasta di zucchero

Deposito

Creme e surrogato

Cioccolato

UHT



Mix In polvere

Raffinerie

Strutto

Margarina - olio

Nocciole

Creme idrate

UNIGRA

Il gruppo Unigrà

- **UNI EN ISO 9001**
- **ISO 14001**
- **FSSC 22000**
- **Kosher ***
- **Halal ***
- **BRC**
- **RSPO** (Da Marzo 2007 Unigrà partecipa alla RSPO)

* Su alcuni prodotti

UN MARCHIO – UN PROGETTO

OraSì

Un marchio trasversale
un' intera gamma di prodotti 100% vegetali

Un progetto studiato in esclusività per la GDO con un unico concetto

WIN / WIN

UN MARCHIO – UN PROGETTO

per generare

Volumi
Valore
Marginalità

per portare

un' alternativa
dinamismo
conoscenze

Mercato delle bevande Vegetale UHT

MACRO DATI

Valore	93 mio di €
Volumi	circa 42 mio di litri
Trend	+ 17,8 %
Prezzo medio	2,25 €/lt
Pressione promo	26% dei volumi
N° referenze	160

Dati IRI : Febb’14

UN POSIZIONAMENTO

Oggi ancora in Italia, il vissuto dei prodotti vegetali e delle Bevande vegetali in particolare è legato ad una scelta obbligata dovuta a dei problemi di salute (intolleranze, digeribilità, colesterolo,…) trascinando un' immagine di prodotti «punitivi»

*Fonte: Studio GFK per Unigrà: su 100 persone (users, non users e prospect) – Luglio '14

UN POSIZIONAMENTO

VUOLE DECONTESTUALIZZARE IL VISSUTO DELLE BEVANDE VEGETALI

DANDO UNA VERA E PROPRIA DIGNITA' AL PRODOTTO VEGETALE

IL CONSUMATORE

Perché consuma o non consuma Bevande vegetali?

Motivazioni di consumo*	Resistenze al consumo*
• Leggerezza • Tollerabilità • Naturalità • Proprietà «curative»	• Assenza di «ragioni valide» • Debole palatabilità • Minore nutrizionalità • Scarsa versatilità • Incertezze sulla filiera produttiva • Modalità di produzione

In generale, il livello di conoscenza sulle bevande vegetali è minimo

*Fonte: Studio GFK per Unigrà: su 100 persone (users, non users e prospect) – Luglio '14

L’ INFORMAZIONE !

E’ NECESSARIO …

… fare capire che è buono, gustoso, piacevole al palato

… fare luce sulla produzione della soia: provenienza (100% italiana), come viene coltivata, la Filiera (100% controllata).

… spiegare la versatilità del prodotto:
utilizzo a freddo a caldo, in cucina, in casa, fuori casa…

… spiegare che è per tutti: adulti , anziani , giovani… in salute

… spiegare che è per tutti i momenti della giornata:
mattina, snack/pausa, bevande dissetante, merenda, la sera, dopo lo sport, durante un hobby, mentre studi…

L' INFORMAZIONE !

E' NECESSARIO …

… fare capire che è buono, gustoso, piacevole al palato	**E' BUONO**
… fare luce sulla produzione della soia: provenienza (100% italiana), come viene coltivata, la Filiera (100% controllata).	**RASSICURA**
… spiegare la versatilità del prodotto: utilizzo a freddo a caldo, in cucina, in casa, fuori casa…	**E' VERSATILE**
… spiegare che è per tutti: adulti , anziani , giovani	**E' PER TUTTI**
… spiegare che è per tutti i momenti della giornata: mattina, snack/pausa, bevande dissetante, merenda, la sera, dopo lo sport, durante un hobby, mentre studi…	**PER TUTTI I MOMENTI DELLA GIORNATA**

LE BEVANDE VEGETALI ITALIANE

- Un prodotto buono e gustoso
- Adatto a tutti i membri della famiglia
- Ideale per tutti i momenti della giornata
- Da utilizzare anche in cucina

- Una gamma completa
- prodotta da un’ azienda solida italiana
- di filiera controllata
- Con soia e riso Italiano

UN NUOVO MARCHIO !

UN NUOVO MARCHIO !

Vegetale

Freschezza

Gusto

Piacere

UN NUOVO MARCHIO !

Un marchio che comunica !!*

- ✓ E' Italiano
- ✓ E' positivo
- ✓ E' «sfidante»
- ✓ E' un invito
- ✓ E' dinamico
- ✓ E' affermativo
- ✓ Non ci sono più barriere
- ✓ Non ci sono più scuse

*testato su 150 persone!

*Fonte: Studio GFK per Unigrà: (users, non users e prospect) – Luglio '14

UN NUOVO MARCHIO !

VALSOIA
BONTA' e SALUTE

VITASOYA
Soyadrink

alpro
enjoy plant power

Provamel

Sojasun

The Bridge
CEREAL TO DRINK

OraSì
Piacere tutto Vegetale

BJORG

Céréal

OraSi Soia

OraSi
Piacere tutto Vegetale
Soia
GUSTOSO E NATURALE
100% ITALIANO
FILIERA CONTROLLATA
Fonte di Calcio e Vitamine D B12
Per tutti i momenti della giornata
Per tutti gli usi in cucina, dolci e salati
Per tutti
Dal campo alla tavola
NO OGM

OraSi Riso

OraSi
Piacere tutto Vegetale
Riso
GUSTOSO E NATURALE
100% ITALIANO
FILIERA CONTROLLATA
Fonte di Calcio e Vitamine D B12

OraSi
Piacere tutto Vegetale
Riso
GUSTOSO E NATURALE
100% ITALIANO
FILIERA CONTROLLATA
Fonte di Calcio e Vitamine D B12

OraSi
Piacere tutto Vegetale
Riso
GUSTOSO E NATURALE
100% ITALIANO
FILIERA CONTROLLATA
Fonte di Calcio e Vitamine D B12

OraSi Vaniglia

UNA NUOVA IMMAGINE

UNA FORTE COMUNICAZIONE

			2015											
			Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Bevande vegetali	Soia e Riso	Lancio	MARCA											
	Attività in- store	Degustazioni												
	Attività promozionali	sconti trade												
	Pubblicità	settoriale												
	Pubblicità media													
	Comunicazione	EXPO 2015												
Altri prodotti		17 SKU												

sarà presente al evento mondiale Food più importante del 2015

ORASI: LANCI 2015

1° semestre 2015				
MARZO	Margarina Soia Panna 100% vegetale Soia	Alleggerita Cucina da montare	vaschetta brick brick	250 gr 200ml 500ml
MAGGIO	Bevande vegetale aromatizzate	4 nuovi gusti	brick	500ml

2° semestre 2015
8 nuovi prodotti

ORASI: LANCI 2015

SIMONE RUGIATI
con