On air la nuova campagna di OraSì: il protagonista è il plant based all’italiana

20250508111410orasi-2472bf99

Un racconto che invita a vivere il plant based non come alternativa, ma come un’esperienza quotidiana. È questo il concept della nuova campagna pubblicitaria di **OraSì, firmata da Leo e in onda dal 4 maggio, su TV, TV connessa, Digital e Social.** Con questa nuova narrazione e con il claim “**OraSì, il plant based all’italian**a” il brand del gruppo **Unigrà** compie un viaggio visivo attraverso attimi di quotidianità che, grazie a un **sorso di OraSì**, si trasformano in esperienze di gioia e **gusto.**

LO SPOT ALL’INSEGNA DEL GUSTO E DELLA LEGGEREZZA

A rendere ancora più coinvolgente la narrazione, una reinterpretazione originale dell’*Inno alla Gioia* firmata da **Sing Sing:** un omaggio moderno al gusto vegetale e alla leggerezza dello stile di vita italiano.

Lo spot mostra una giovane donna che accoglie la giornata con un bicchiere di **OraSì Avena**, lasciandosi trasportare dal ritmo della musica e dalla cremosità avvolgente della bevanda. Inoltre, un padre e la sua bambina condividono la gioia della colazione in famiglia, con **OraSì Riso** che arricchisce di gusto i cereali. Ancora, dopo l’allenamento, un ragazzo si rigenera con un frullato a base di **OraSì Soia**. Ed infine, una donna si concede un momento tutto per sé con un caffè macchiato a **OraSì Mandorla**, lasciandosi andare a un sorriso soddisfatto.

Lo spot è disponibile al seguente link: https://www.youtube.com/@orasivegetale9225/videos

NON UN MOMENTO, MA TUTTI I MOMENTI

Con le sue referenze - **Avena, Riso, Soia e Mandorla** - OraSì si adatta con versatilità a ogni istante della giornata: dal risveglio al relax serale, dalla colazione energizzante alla pausa caffè.

Quattro anime diverse, unite dallo stesso desiderio: offrire gusto, gioia e leggerezza in ogni occasione, per ogni stile di vita. Un racconto visivo che intercetta **diverse anime**: i giovani in cerca di nuove esperienze di gusto, le famiglie che condividono momenti di gioia, il mondo pre-family e i nuclei familiari consolidati