

ZUZU

Albalact lanseaza noul Zuzu care “te desteapta de dimineata”

Bucuresti, 9 septembrie 2010 - Compania **Albalact** relanseaza brand-ul **Zuzu**, cu o noua identitate vizuala, care-i aduce mai multa prospetime, culoare si creativitate, si o noua campanie de comunicare. De-acum, noul **Zuzu te desteapta de dimineata**, te revigoreaza, iti da energia si inspiratia necesare pentru toata ziua.

*“Noua imagine ancoreaza brand-ul Zuzu in atributele sale fundamentale, noul logo ii asigura o mai buna vizibilitate la raft a produselor din portofoliu si noul slogan este un joc de cuvinte inspirat, in stransa legatura cu momentul de consum al produselor Zuzu, pe de o parte, pe de alta parte - la fel de jovial si ludic, asa cum Zuzu deja si-a obisnuit consumatorii”, declara **Cristina Miclea, directorul de marketing ale companiei Albalact Alba Iulia.***

Locul penelor care defineau ambalajul si, o data cu el, valorile lui Zuzu a fost luat de petale si frunze, care subliniaza mai puternic originea naturala si prospetimea produsului. Zuzu este o “exuberanta a naturii”, plin de culoare, vesel, revigorant. Jocul de petale de pe ambalajele Zuzu formeaza si simboluri – fluturi, floare, pasare - care diferentiaza fiecare tip de produs din portofoliu. In acest fel, Zuzu capata noi atribute – creativitate si imaginatie.

*“Rebranding-ul nu este o schimbare radicala, este pasul firesc de care Zuzu avea nevoie pentru a-si intregi valorile, la care s-a adaugat nevoia de a improspata ambalajul, de a veni cu elemente noi”, adauga **Cristina Miclea, director de marketing Albalact Alba Iulia.***

Brandul Zuzu a fost lansat pe piata la inceputul anului 2006, devenind in scurt timp un brand de succes datorita unui mix unic: nume de brand, design de ambalaj si comunicare neconventionala. Zuzu s-a impus ca o marca



ZUZU

romaneasca de produse de calitate care atrage prin caldura si zambetul pe care le starneste consumatorilor. Zuzu este un brand inovativ nu doar datorita personalitatii si felului in care comunica, ci si prin produsele pe care le are in portofoliu. In 2006 Zuzu a lansat in premiera pe piata din Romania ambalajele Tetra Top de la Tetra Pak, ambalaje ecologice, cu capac, usor de manevrat. O alta inovatie, de data aceasta in categoria iaurturilor, au fost ambalajul Tetra Top cu lingurita atasata si iaurtul de 750g "portie de familie". Zuzu s-a impus rapid ca un brand sincer, vesel, optimist si cald.

In contextul unei pietete din ce in ce mai competitive, Zuzu avea nevoie de o ancorare mai puternica in atributurile rationale ale categoriei de lactate. Pentru rebranding-ul Zuzu, compania Albalact a initiat o ampla cercetare de piata tocmai pentru a gasi acel set de valori rationale de care avea nevoie brand-ul si pentru a afla ce isi doresc consumatorii de la Zuzu.

Proiectul de rebranding pentru Zuzu a fost creat si implementat de agentia de consultanta BrandTailors, care a colaborat in 2009 cu compania Albalact pentru proiectele de rebranding Raraul si Fulga. In urma cercetarilor de piata derulate la inceputul anului, compania Albalact a decis impreuna cu consultantii BrandTailors ca Zuzu este brand-ul care poate fi asociat cel mai bine cu micul dejun – cel mai important moment de consum, cand consumatorii prefera sa bea laptele rece, direct din frigider nu doar pentru a se hrani, ci si pentru a-si reincarca energia. De-aici, sloganul brand-ului a venit in mod natural – **Zuzu te desteapta de dimineata.**

Mesajul este exploatat si in campania de comunicare – semnata de Next Advertising - care a fost lansata la 1 septembrie. Noul spot Zuzu – "Cu baietii" – pastreaza aceeasi linie ludica si amuzanta care caracterizeaza brand-ul. *"Laptele rece te trezeste dimineata, iti pune mintea in miscare. In loc de vechiul cliseu al personajelor pe care produsul le transforma miraculos, am preferat sa construim scene de viata amuzante dar foarte posibile. In spoturile noastre, laptele rece Zuzu ii trezeste pe rand pe protagonisti, intervine in discutie, schimba directia dialogului, pe scurt intra in viata lor. Iar viata lor nu e perfecta, ci imperfect de reala, dar Zuzu te desteapta dimineata pentru ca o noua zi sa inceapa cu bine"*, spune **Liviu David, director de cratie la Next Advertising.**



ZUZU

Echipa care a creat campania de comunicare este formata din: Cristina Miclea – director de marketing si Celina Condorovici – brand manager, din partea companiei Albalact, iar din partea Next Advertising - Liviu David, director de creatie si copywriter, Mihaela Stefanica, copywriter, Catalin Baciuc - art director, Ioana Cabuz si Sorin Popescu - client service. Productia spotului a fost asigurata de Reload Film, iar regia ii apartine lui Johan Gulbranson.

Campania de promovare a brand-ului Zuzu cuprinde: campanie de comunicare TV nationala, cu noul spot difuzat pe cele mai importante canale TV, dialogul direct cu publicul prin evenimente publice si retele de socializare, comunicari catre presa. Tot pentru public, Albalact va lansa o promotie nationala cu premii care va fi derulata atat in retailul modern, cat si in cel traditional. In paralel, vor exista si activitati de trade marketing. Campania de comunicare se va desfasura pana la 30 noiembrie, dar va continua pe tot parcursul anului viitor, cu un nou spot.

Zuzu este unul dintre cele mai puternice marci romanesti de lactate. Zuzu si-a cucerit repede consumatorii, astfel incat in mai 2007, la un an de la lansare, a devenit lider in categoria lapte pasteurizat. In prezent, Zuzu este lider in total piata de lapte (lapte UHT si lapte pasteurizat), cu un market share de 20% (conform MEMRB retail audit, iulie 2010). In urma rebranding-ului, compania Albalact urmareste o consolidare a pozitiei de lider a brand-ului si majorarea cotei de piata in categoria iaurt. Portofoliul Zuzu cuprinde: lapte proaspat pasteurizat cu diverse concentratii de grasime, iaurt natural alb si cu fructe, iaurt de baut alb si cu fructe, sana, lapte batut. Zuzu a intrat recent si in noi categorii cu smantana dulce pentru gatit si pentru frisca si kefir.

Cu o traditie de 38 de ani pe piata romaneasca a lactatelor, **Albalact** a devenit societate pe actiuni in 1999, iar zece ani mai tarziu a ajuns in top 4 producatori de lactate din Romania. Albalact si-a castigat renumele de lider pe piata laptelui pasteurizat si UHT cu brandurile sale Zuzu si Fulga, cu respectarea standardelor europene de calitate, o politica de preturi competitiva, ambalaj modern si inovatie. In timp ce Zuzu ocupa primul loc pe piata laptelui pasteurizat si UHT, Fulga este numarul 2 pe piata laptelui UHT cu 17% cota de piata in volum (MEMRB retail audit, iulie 2010). Potrivit acelorasi analize



ZUZU

MEMRB, Albalact este lider de piata si pe segmentul untului de masa, cu brandul omonim De Albalact. In 2009, Albalact a intrat pe segmentul branzeturilor cumparand pachetul majoritar de actiuni al societatii **Rraul Campulung Moldovenesc**. Anul acesta, Albalact a relansat si brand-ul Rraul, transformandu-l din brand local in brand national.

Compania **Albalact - Alba Iulia** este unul dintre primii cinci producatori de lapte si produse lactate din Romania. Infiintata in anul 1971 si transformata in societate comerciala pe actiuni in 1990, Albalact a fost privatizata in 1999. Compania Albalact are peste 500 de angajati si peste 6000 de actionari si este listata la categoria a II-a a Bursei de Valori Bucuresti. Din 2009, Albalact detine 95,67% din pachetul de actiuni al societatii Rraul Campulung Moldovenesc. In prezent, Albalact comercializeaza produse proaspete pasteurizate si UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, De Albalact** si **Rraul**.

