



Grupul Albalact păstrează o creștere profitabilă în primul semestru al anului 2015

Bucuresti – 14 August 2015

Grupul Albalact a încheiat prima jumătate a acestui an cu o creștere profitabilă a afacerilor, arată situațiile financiare semestriale consolidate neauditare.

Situațiile financiare semestriale au fost întocmite pentru prima dată conform standardelor internaționale de raportare financiară adoptate de Uniunea Europeană (IFRS). Situațiile financiare cuprind rezultatele Albalact SA, dar și rezultatele societăților Rarăul SA Câmpulung Moldovenesc și Albalact Logistic SRL, pe care Albalact SA le deține. Listarea companiei la Bursa de Valori București în prima parte a acestui an a determinat retratarea situațiilor financiare întocmite de cele trei companii din grupul Albalact, înlocuindu-se raportarea individuală conform Ordinului Ministerului Finanțelor Publice 3055/2009 (OMFP) cu cea conform IFRS.

Grupul Albalact a înregistrat, în primul semestru 2015, o cifră de afaceri **conform situațiilor financiare OMFP** de 237.879.607 lei, cu 9,27% mai mare decât cifra de afaceri a grupului înregistrată în aceeași perioadă a anului 2014. Prin retratarea situațiilor financiare, **din punct de vedere al raportărilor financiare IFRS**, grupul Albalact a înregistrat la 30 iunie 2015 un venit net consolidat de 207.261.262 lei, cu 5,84% mai mare decât venitul net consolidat al grupului din aceeași perioadă a anului trecut.

Profitul net obținut de grupul de companii Albalact în primul semestru este de 4.954.007 lei, mai mare cu 86% față de profitul din aceeași perioadă a anului trecut, se arată în aceleași **raportari financiare IFRS consolidate**.

Acțiunile Albalact sunt tranzacționate, din 3 iunie, pe piața reglementată administrată de Bursa de Valori București, în urma transferului de pe piața Rasdaq.

„La începutul anului spuneam că strategia companiei pentru anul acesta este orientată către o creștere sănătoasă a afacerilor care să susțină în primul rând profitul. Ne bucurăm că ne-am încadrat pe o direcție potrivită și că rezultatele bune au apărut deja, iar acest lucru se datorează în special planurilor de reșezare a portofoliilor și de dezvoltare în categorii pe care noi le vedem cu un potențial important de creștere. A contribuit la aceste rezultate proiectul Zuzu Bifidus iaurturi cu culturi lactice vii, pe care l-am implementat în această vară, într-o categorie esențială pentru consumator, anume „sănătatea activă”. Vom continua această strategie și vom veni în toamnă chiar cu proiecte de re poziționare a unor brand-uri și de intrare pe segmente noi pe care nu eram prezenți până acum. Ne așteptăm ca piața laptelui să se stabilizeze, după evenimentele de anul acesta.





ALBALACT

Credem că premisele sunt bune și ne vor ajuta să încheiem anul cu obiectivele îndeplinite", declară **Stephane BATOUX, Director General ALBALACT.**

Un proiect important pe care Albalact l-a lansat anul acesta este extinderea portofoliului de iaurturi în categoria sănătate activă – o strategie menită să consolideze poziția companiei pe piața iaurturilor și să contribuie la creșterea cifrei de afaceri bugetată. Albalact a dezvoltat, astfel, noua gamă de iaurturi Zuzu Bifidus, cu o combinație unică de culturi lactice vii (Bifidobacterium BB-12 și Lactobacillus acidophilus LA-5), care contribuie la protecția și echilibrul sistemului digestiv.

Segmentul iaurt este pentru Albalact un obiectiv important încă din anul 2012, când compania a adus schimbări mari în portofoliu. De-atunci, an de an, Albalact a investit în iaurturi, atât la nivel de produs, cât și la nivel de ambalaj. Anul trecut, compania a modernizat linia de ambalare pentru iaurt și a introdus și ambalaje noi în portofoliu. Extinderea continuă în categorie a adus compania Albalact între primii trei producători de iaurt din țară. Compania a înregistrat o cotă de piață volumică de 17.0% pe segmentul iaurturi, în 2014 (conform A.C Nielsen Retail Audit în perioade cumulate Ian 2014 – Dec 2014, în Total Romania).

Cea mai mare inovație recentă a companiei rămâne, însă, bidonul de plastic cu mâner, lansat în 2014 pentru laptele Zuzu, în premieră pentru România. Ambalajul modern și foarte practic a venit și cu gramaje noi, care nu au existat până acum în piața laptelui – 1,8 litri pentru familii și consumatorii de volum și 0,5 litri pentru consumul de impuls.

În 2014, Albalact a finalizat investiții de aproximativ 8 milioane de euro pentru modernizarea și extinderea capacității de producție a fabricii de la Oiejdea, din județul Alba. Investițiile au fost gândite să susțină creșterea companiei în următorii ani și să-i consolideze poziția pe mai multe segmente de piață.

Albalact este lider cu brand-ul Zuzu în piața de lapte (lapte UHT și lapte pasteurizat) încă din anul 2008. Albalact mai este lider de piață pe segmentul untului de masă și pe segmentul smântână, cu brand-ul omonim De Albalact. Extinderea în categoria iaurt cu portofoliul Zuzu a adus compania între primii trei producători de iaurt din țară, iar cu brand-ul Rarăul și gama de brânză proaspătă de vaci compania a urcat pe locul 2 în această categorie.

Albalact are un portofoliu de peste 150 de produse, comercializate sub cele cinci brand-uri ale sale: Zuzu, Fulga, De Albalact, Rarăul și Poiana Florilor. Compania deține 99,01% din acțiunile societății Rarăul din Câmpulung Moldovenesc

Albalact - Alba Iulia este cea mai mare companie cu capital majoritar românesc din industrie. Înființată în anul 1971 și transformată în societate comercială pe acțiuni în 1990, Albalact a fost privatizată în 1999. Compania Albalact, cu peste 900 de angajați, are acționariat majoritar românesc și este listată pe piața principală a Bursei de Valori București. Albalact deține 99,01% din pachetul de acțiuni al societății Rarăul Câmpulung Moldovenesc



ALBALACT



ALBALACT

și mai deține în proporție de 100% societatea de logistică Albalact Logistic SRL. Albalact comercializează produse proaspete pasteurizate și UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, Rarăul, De Albalact** și **Poiana Florilor**.



ALBALACT