



*laurtul se intoarce... la farfurie!*

## **Albalact lanseaza FRUZU – un produs special sub un brand nou, care aduce spectacolul in farfurie**

**Bucuresti, 17 septembrie 2012** - laurtul se intoarce... la farfurie! Compania Albalact a lansat pe piata romaneasca un produs nou sub un brand nou. Fruzu este cel mai tanar brand al companiei Albalact si creeaza o noua categorie in piata iaurturilor cu fructe din Romania: iaurtul care se intoarce, la propriu, in farfurie.

**Fruzu** este un iaurt cu topping de fructe, cremos si dulce, intr-un ambalaj unic in Romania, pentru care Albalact detine exclusivitate. Cu doar un click, ai un adevarat spectacol pe farfurie. Fruzu se desigileaza, se intoarce pe farfurie, se apasa butonul de pe fundul paharului si se ridica usor paharul. Astfel, toppingul delicios de fructe invaluieste iaurtul si in numai trei secunde ai obtinut o "prajitura" de iaurt. Ca sa o savurezi intru totul, mai ai nevoie doar de o lingurita.

Fruzu se gaseste pe rafturi in trei sortimente, ambalate in duo-pack (pachet cu doua pahare): Fruzu iaurt cu topping de capsuni, Fruzu iaurt cu topping de fructe de padure si Fruzu iaurt cu topping de zmeura. Fruzu este pentru toti cei care iubesc iaurtul si vor sa se rasfete cu un desert...spectaculos, prezentat intr-o maniera neconventionala.

*"Momentul consumului de iaurt este in general unul obisnuit, cel mai adesea direct din pahar. Cu lansarea iaurtului Fruzu noi am facut un pas in fata provocand consumatorii cu o "inovatie": un iaurt cu topping de fructe care, intors pe farfurie, se transforma intr-o prajitura. Astfel, consumatorii isi satisfac dorinta unei gustari dulci cu un gramaj ideal pentru silueta, dar servita intr-o maniera foarte eleganta. Lansarea brand-ului Fruzu reprezinta o oportunitate de crestere a companiei Albalact in segmentul de iaurturi cu fructe, in primul rand deoarece construiesc o categorie noua si apoi pentru ca iaurturile Fruzu sunt nu doar speciale, ci si foarte gustoase", declara Elena Solianic, brand manager Fruzu in cadrul companiei Albalact.*

Lansarea brandului Fruzu este sustinuta de o ampla campanie de comunicare, cu TV, presa, cinema si online ca principali vectori. Concomitent, Albalact va derula o campanie de





degustare in marile retele de magazine, originala ca si produsul: prin intermediul QR codului de pe carton, consumatorii vor putea vizualiza pe tableta promoterului ritualul de consum al iaurtului si mai apoi, la standul de degustare, vor savura produsul.

Design-ul de ambalaj pentru Fruzu a fost realizat de agentia de branding BrandTailors. Campania TV, semnata Next Advertising, ruleaza deja pe cele mai importante canale TV. *“Intoarcerea lui Fruzu a fost dramatizata in spotul TV si asa a luat nastere povestea iaurtului care se intoarce la farfurie, o poveste dulce, inspirata din realitate, cum ne place noua sa ii spunem. Comunicarea de lansare capitalizeaza unicitatea paharului si releva ritualul de consum, atat artistic in spotul TV, cat si foarte descriptiv pe ambalaje”*, adauga **Elena Solianic, brand manager Fruzu**.

*“De cand l-am cunoscut, ne-am dat seama ca Fruzu e genul care vrea sa fi in centrul atentiei. De aceea i-am facut o prezentare out of the box. La propriu. Apoi, Fruzu a acceptat sa pozeze doar intors pe farfurie. Asa ca povestea spotului a aparut natural. Fruzu este visul oricarei farfurioare, iar intre ei doi s-a infiripat o frumoasa idila. La filmare s-a comportat bine, ajutat de un regizor care a stiut sa insuflneasca niste obiecte cam necooperante. Am petrecut ore in sir ca sa stoarcem o lacrima convingatoare de la farfurie. Sau dresand painea sa sara din toaster. In tot acest timp, Fruzu si farfurioara au descoperit ca se potrivesc perfect. Speram ca pe viitor sa apara cat mai multe perechi fericite”*, spune si **Paula Ionescu, copywriter Next Advertising**.

Din echipa de creatie care a conceput campania de comunicare fac parte: Cristina Miclea, Director Marketing si Elena Solianic, Brand Manager – din partea Albalact, iar din partea agentiei Next Advertising - Paula Ionescu – Copywriter, Catalin Baciuc - Art Director, Radu Olteanu – Group Creative Director, Liviu David – Creative Director, Sorin Popescu – Managing Partner, Ioana Cabuz – Account Manager, Oana Branzaru – Account Executive. Spotul “Fruzu se intoarce” a fost filmat de Casa de productie Multi Media Est, cu regizorul Julien Eudes.

Asa cum ii sta bine oricarui brand in zilele noastre, Fruzu va avea un site (cu joc integrat), cont pe Facebook si campanie online. Campania online este realizata in colaborare cu Outbox – Adrian Pavelescu, Laura Nica si Marian Ionescu.

Fruzu este al cincilea brand din portofoliul companiei Albalact, care are o traditie de peste 40 de ani pe piata romaneasca si se afla pe locul 3 in topul producatorilor de lactate din Romania. Albalact s-a impus pe piata cu brandurile sale Zuzu si Fulga, cu respectarea standardelor de calitate a produselor, o politica de preturi competitiva, ambalaj modern si inovatie.





In prezent, Zuzu este lider pe segmentul laptelui pasteurizat, cu un market share de 27,76% in valoare (conform datelor de piata AC Nielsen, Ianuarie 2012)\*, dar este lider si in total piata de lapte (lapte UHT si lapte pasteurizat), cu un market share de 18,51% in valoare (conform datelor AC Nielsen, Ianuarie 2012)\*. Albalact este lider de piata și pe segmentul untului de masa cu brandul omonim De Albalact, cu un market share de 27.63% in valoare (conform datelor de piata AC Nielsen, Decembrie 2011-Ianuarie 2012)\*. Cu smantana Albalact, compania ocupa de asemenea primul loc pe acest segment.

Astazi, Albalact produce peste 80 de sortimente de lactate sub marcile **Fulga, Zuzu, Fruzu, De Albalact si Rraul**.

\*\*\*

Compania **Albalact - Alba Iulia** este unul dintre primii trei producatori de lapte și produse lactate din Romania. Inființata in anul 1971 și transformata in societate comerciala pe acțiuni in 1990, Albalact a fost privatizata in 1999. Compania Albalact are peste 600 de angajați și peste 6000 de acționari și este listata la categoria a II-a a Bursei de Valori București. In prezent, Albalact deține 99% din pachetul de acțiuni al societății Rraul Campulung Moldovenesc. Compania comercializeaza produse proaspete pasteurizate și UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, Fruzu, De Albalact și Rraul**.

*\* calcule bazate pe datele AC Nielsen din Retail Index Service, pentru perioada de audit Decembrie 2011 - Ianuarie 2012, pe Total Romania cu discounteri. (Copyright © 2012, The Nielsen Company)*

