



Albalact lanseaza Rarăul – floarea laptelui din Bucovina

Bucuresti, Iulie 2010 - Albalact aduce din inima Bucovinei lactatele Rarăul și, odata cu ele, tot ce e bun și natural dintr-o zona cunoscuta drept una dintre cele mai bogate regiuni producatoare de lapte.

Compania Albalact lanseaza lactatele Rarăul produse dupa retete romanesti care imbina experienta si traditia cu tehnologia moderna si calitatea, certificate european.

La scurt timp dupa ce a cumparat si modernizat fabrica Rarăul din Campulung Moldovenesc, Albalact aseaza pe rafturi lapte UHT Rarăul la 1 litru, semidegresat (1,5% grasime) si integral (3,5% grasime), in ambalaje ecologice Tetra Pak. Tot sub marca Rarăul, Albalact vinde si gama variata de branzeturi aduse pe piata inca de la sfarsitul anului trecut: Cascaval Dalia 250g si 450g, Cascaval Clasic 250g si 450g, Cascaval Afumat 250g si 450g si Branza de burduf 300g, pe care compania a inceput sa o produca de curand.

Prin lansarea lactatelor Rarăul, Albalact transforma un brand local intr-un brand national, cu o noua imagine si un nou concept de pozitionare pe piata. Procesul de rebranding a inceput in 2009, cand Albalact a demarat productia de branzeturi Rarăul, si a fost finalizat anul acesta, dupa ce compania a decis intrarea cu brandul Rarăul intr-o noua categorie de lactate – laptele UHT.

Pentru rebranding, Albalact a colaborat cu agentia BrandTailors si a ales noi elemente vizuale care comunica faptul ca produsele lactate Rarăul sunt naturale si sanatoase tocmai pentru ca provin din inima Bucovinei.

*“Rarăul inglobeaza tot ce e mai frumos si mai special din Bucovina, de-aici asocierea brandului cu floarea de colt. Muntele Rarau este floarea de colt a Bucovinei, iar brandul Rarăul devine <<floarea laptelui>>. Brandul Rarăul vorbeste despre naturalete, sanatate, frumuseti si se adreseaza consumatorilor care iubesc iesirile in natura, muntele, florile si tot ce le da pofta de viata. Solutia de brand dezvoltata de BrandTailors a fost in concordanta cu strategia companiei si astfel am ales sa realizam cu aceeași echipa și campania de comunicare pentru lansarea laptelui Rarăul”, declara **Celina Condorovici, brand manager Albalact.***

“De fiecare data cand lansezi un program de branding poti doar sa speri ca rezultatele lui vor fi pe masura obiectivelor cu care ai pornit la drum. Tocmai pentru a ne asigura ca activarea brand-ului Rarăul va fi in concordanta cu strategia de brand, am acceptat provocarea de a merge un pas mai departe si de a realiza campania de comunicare pentru stabilirea fundatiei brand-ului. Produsul de comunicare rezultat este profund ancorat in valorile brand-ului si are rolul de a stabili in primul rand teritoriul imagistic si limbajul verbal al brand-ului Rarăul, surprinzand in doar cateva secunde un proiect de





*branding creat de consultantii si designerii BrandTailors in mai mult de jumatate de an” spune si **Janos Kurko, Creative Partner BrandTailors.***

Comunicarea brandului a inceput cu difuzarea spotului TV pentru laptele UHT Raraul. Spotul de 30 de secunde **Buburuza** ne “plimba” pe pasunile de la poalele Muntelui Rarau si vorbeste despre bucuria pe care ti-o da gustul bun al laptelui, incurajand valorile pe care le transmite brandul.

Din echipa de creatie au facut parte Cristina Miclea – director de marketing Albalact si Celina Condorovici – brand manager Albalact, iar din partea agentiei BrandTailors: Beatrice Danis – Brand Strategist, Janos Kurko – Creative Director, Andreea Florea – Brand Consultant si Ilinca Apetrei – Account Manager.

Campania de comunicare TV pentru laptele Raraul se va desfasura la nivel national pana la 31 septembrie si va fi completata cu machete de presa, activitati de PR si de trade marketing. Bugetul investit depaseste 300.000 euro.

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 și UHT cu brandurile sale Zuzu si Fulga, cu respectarea traditiei, a standardelor europene de calitate, o politica de preturi competitiva, ambalaj modern si inovatie. Zuzu ocupa primul loc pe piata laptelui pasteurizat cu 29% cota de piata in volum (MEMRB retail audit, Ian-Dec 2009), iar Fulga este numarul 2 pe piata laptelui UHT cu 19.5% cota de piata in volum (MEMRB retail audit, Ian-Dec 2009). Potrivit acelorasi analize MEMRB, Albalact este lider de piata si pe segmentul untului de masa, cu brandul omonim De Albalact. Cu smantana Albalact, compania ocupa locul doi pe acest segment.

In 2008, Albalact a intrat pe segmentul branzeturilor cumparand pachetul majoritar de actiuni al societatii **Raraul Campulung Moldovenesc**. Astazi societatea este specializata in domeniul productiei de branzeturi, sub brandul omonim **Raraul**. Albalact produce peste 60 de sortimente de lactate sub marcele **Fulga, Zuzu, Albalact si Raraul**.

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 și peste 6000 de actionari si este listata la categoria a II-a a Bursei de Valori Bucuresti. Din 2010, Albalact detine 95,67% din pachetul de actiuni al societatii Raraul Campulung Moldovenesc. In prezent, Albalact comercializeaza produse proaspete pasteurizate si UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, De Albalact si Raraul**.

