



Albalact lanseaza campania de comunicare pentru noua gama de branza proaspata de vaci Raraul

Bucuresti, mai 2012 - Albalact lanseaza campania de comunicare pentru noua gama de branza proaspata de vaci Raraul, la scurt timp dupa ce noile produse au aparut pe raft.

De curand, Albalact a extins portofoliul de branzeturi sub brand-ul Raraul si a adus pe piata cinci sortimente noi de branza proaspata de vaci, diversificate, atat la nivel de ingrediente si reteta, cat si la nivel de inovatie in ambalaje. Odata cu noua gama, compania a introdus o reteta proprie originala - branza de vaci Moldovita, un amestec de branza de vaci cu smantana si putina sare, atat cat s-o faca mai gustoasa. Pornind de la reteta de branza de vaci Moldovita, compania a dezvoltat inca doua sortimente – branza de vaci cu ceapa si branza de vaci cu ardei gras. Nu putea lipsi din portofoliu un produs clasic cunoscut de toata lumea, branza de vaci cu smantana Fagaras. In gama mai exista si branza de vaci pentru placinte si prajituri. Albalact mai pregateste lansarea altor sortimente de branza proaspata de vaci, unele dintre ele in premiera pe acest segment.

Albalact a ales sa dea startul campaniei cu branza de vaci Moldovita, pentru ca este o reteta originala menita sa devina “vedeta” portofoliului de branza proaspata de vaci Raraul. Campanie continua conceptul de comunicare care a propulsat brand-ul Raraul la nivel national in 2010 si evidentiaza aceleasi valori de baza ale brand-ului: naturalete, prospetime, frumuseti, gust unic din Bucovina, iesiri in natura.

Spotul TV este semnat de agentia Graffiti BBDO, regizat de Hypno si realizat de Casa de Productie Carlo Production.

In Bucovina, pofta de viata vine natural. Nu ai nevoie de niciun ritual special, ca sa te bucuri de o branzica buna și sanatoasa. Dar, daca pe branzica sta scris Raraul, povestea se schimba: chiar vrei sa-ti inventezi o maniera de consum dupa chipul si asemanarea locului și oamenilor din acest “colț de Rai” verde, autentic și plin de viața, in care fiecare se bucura de tot ce e mai frumos in natura.

“In spotul “Gargarita-rita”, comunicarea este creionata in jurul personajului deja cunoscut - buburuza. Scenariul se concentreaza pe relatia dintre buburuza si o familie din Bucovina, tanara, frumoasa si plina de viata, care isi petrece timpul liber in mijlocul naturii, la poalele Muntelui Rarau. Mai precis, este vorba despre un “dialog” jucaus, naiv, dar plin de savoare intre membrul cel mai tanar al familiei - o fetita dragalasa - si buburuza, dialog menit sa introduca noile produse Raraul cat se poate de natural. Fetita da tonul iar parintii intra in joc: “Gargarita-rita, zboara-n poienita / si-oriunde te-ai aseza, de-acolo oi manca!” Branza de





vaci Moldovita este perfect integrata in viata de familie, fiind o alegere naturala si un motiv de bucurie.

Semnatura campaniei - "Toate cele bune, din Bucovina!" – incununeaza aceasta poveste de familie, ca un salut respectuos din Bucovina si o certitudine a calitatii si provenientei produselor Raraul", declara **Dragos Radulescu, Creative Director la Graffiti BBDO**.

"Anul acesta, ne propunem sa avem o comunicare continua pentru cele mai importante produse din noua gama, printr-o platforma integrata, care sa scoata in evidenta atat valorile si personalitatea brand-ului, dar si beneficiile emotionale si rationale. Obiectivul nostru este sa crestem notorietatea brand-ului Raraul si sa devenim un jucator important in topul brand-urilor pe piata de branza de vaci. Largirea portofoliului de branza de vaci este o oportunitate de crestere pentru compania noastra, odata pentru ca acest segment este inca neconsolidat, si apoi pentru ca branza de vaci este un produs sanatos si gustos si ne permite sa atingem mai multe categorii de consumatori – mame responsabile si atente la alimentatia copiilor, familii moderne active care vor sa-si pastreze un stil de viata sanatos, femei educate care au grija de aspectul fizic si pentru care e important continutul nutritional al produselor, femeile care gatesc dar prefera retetele simple si ingrediente la indemana", spune **Celina Condorovici, Senior Brand Manager Zuzu&Raraul la Albalact**.

Echipa de creatie este formata din: Cristina Miclea, director de marketing si Celina Condorovici, senior brand manager Zuzu & Raraul – din partea Albalact; Dragos Radulescu – creative director, Andreea Golban - copywriter, Cristina Panaitescu – art director, Dan Sendroiu – strategic planner, Roxana Hrimiuc – account director, Alexandru Dumitrascu – senior account executive, Liviu Isop - AV producer – din partea agentiei Graffiti BBDO si Casa de Productie Carlo Production, cu regizorul Hypno.

Campania de comunicare TV pentru noul portofoliu se va desfasura la nivel national si este completata cu machete de presa, activitati de PR si activitati de trade marketing si online.

Albalact este astazi pe locul 3 in topul producatorilor de lactate din Romania, avand o traditie de peste 40 de ani pe piata romaneasca. Albalact s-a impus pe piata cu brandurile sale Zuzu și Fulga, cu respectarea standardelor de calitate a produselor, o politica de prețuri 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 si 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)*.





In 2008, Albalact a intrat pe segmentul branzeturilor cumparand pachetul majoritar de acțiuni al societății **Rarăul Campulung Moldovenesc**. Astazi societatea este specializata in domeniul producției de branzeturi, sub brandul omonim **Rarăul**.

Compania **Albalact - Alba Iulia** este unul dintre primii trei 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 600 de angajati si peste 6000 de actionari si este listata la categoria a II-a a Bursii de Valori Bucuresti. Din 2009, Albalact detine 96,46% din pachetul de actiuni al societatii Rarăul Campulung Moldovenesc. In prezent, Albalact comercializeaza produse proaspete pasteurizate si UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, De Albalact** si **Rarăul**.

** 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)*

Pentru informatii suplimentare contactati:

Raluca Balota – Manager PR Albalact

raluca.balota@albalact.ro

