



Piata romaneasca a lactatelor va continua sa creasca, dar cu jucatori mai putini si strategii noi de promovare

Presiunile din piata vor accelera procesul de consolidare

Bucuresti, 25 Iunie 2009 – Piata romaneasca a lactatelor va continua sa creasca in urmatorul an, chiar si in contextul financiar al unei crize economice, dar intr-un peisaj nou, marcat de o consolidare accelerata, de jucatori putini, cereri noi si, mai ales, de strategii cat mai competitive. Evolutia pietei din Romania reflecta, de altfel, evolutia intregii pietei europene a lactatelor, influentata puternic de preturile mici, consumul de baza scazut ca valoare, promotii care atrag consumatorul si lupta pentru spatiul de pe raft, apreciaza **Raul Ciurtin, presedintele Albalact Alba Iulia**.

*„Criza economica grabeste consolidarea pietei lactatelor. Peste doi ani, piata va fi disputata de <<plutonul>> de frunte desprins prin consolidare – cativa jucatori mari care vor ramane pentru ca vor avea forta financiara sa-si promoveze brandurile. Mentinerea si evolutia ascendenta in vreme de criza inseamna bugete importante pentru a promova si a vinde mai ieftin si strategii bune. Cei care vor reusi sa joace adaptat si profesionist vor juca mai departe. Acesti cativa jucatori mari vor putea beneficia in continuare de potentialul de crestere al pietei care se mentine. In schimb, toti procesatorii mici si medii vor disparea din piata pentru ca nu vor face fata presiunii generate in primul rand de preturile mici si de valoarea scazuta a consumului. Vor mai ramane jucatori de nisa, dar foarte putini. Teoria este valabila si pentru producatorii de lapte – fermierii – care sunt supusi acelorasi presiuni. Laptele materie prima ieftin care intra in tara prin import ataca politica slaba in agricultura si accentueaza lipsa de eficienta deja existenta a majoritatii fermierilor romani, conducandu-i spre faliment. Putini dintre producatorii si procesatorii de lapte sunt pregatiti sa faca fata contextului economic actual”, declara **Raul Ciurtin, presedintele Albalact Alba Iulia**.*

In industria FMCG, consumul continua sa creasca din puncte de vedere cantitativ, ca si pana acum, numai ca valoarea lui este mai mica. Oamenii cumpara la fel de multe lactate, dar s-au orientat spre produse de baza, ieftine – lapte, smantana, unt. Promotiile de pret au devenit strategia de baza in industrie in aceasta perioada. Iar daca marii producatori mizeaza acum pe lactatele mai putin importante ca valoare comparativ cu alti ani, retailerii joaca si ei pe promovarea puternica a marilor lor private, marind presiunea in piata, alaturi de importurile de produse ieftine.

„Produsele de baza ieftine sunt si vor fi segmentele cele mai dinamice in piata. Ele au un rol important acum in strategia marilor jucatori, care s-au desprins deja de restul producatorilor cu sanse mici de supravietuire. Laptele, smantana, untul au fost si sunt produse esentiale in portofoliul companiei Albalact, astfel ca am reusit foarte repede si



*eficient sa ne adaptam strategia la realitatea pietei. Obiectivele Albalact pentru perioada urmatoare includ dezvoltarea acestui portofoliu de produse, alaturi de actiuni mai intense in retail, mai ales ca am pus la punct foarte bine partea de distributie a companiei (depozite, flota). Ne vom concentra pe marirea portofoliului de clienti in retail si pe promotii. In plus, in curand finalizam toate investitiile in companie, inclusiv pentru modernizarea fabricii Raraul, si vom lansa productia de branzeturi la nivel national cu produse traditionale cautate de consumatori – telemea, cascaval, branza de burduf. Dar nu numai asta inseamna dezvoltarea Albalact, compania va mai intra si pe alte categorii pe care nu a existat pana acum”, sustine **Raul Ciurtin, presedintele Albalact Alba Iulia.***

Compania Albalact Alba Iulia are in continuare asteptari mai mari fata de ritmul de crestere general al pietei, dupa ce rezultatele din primul trimestru al acestui an arata o crestere semnificativa comparativ cu aceeași perioada a anului trecut.

*“In a doua jumatate a anului, Albalact va functiona integrat, cu capacitatile de productie extinse, in fabrica noua Albalact Oiejdea si fabrica de branzeturi Raraul Campulung Moldovenesc. Pentru vara acestui an am planificat finalizarea investitiilor in valoare de aproximativ 2 milioane de euro in fabrica Raraul Campulung Moldovenesc. Tocmai am deschis si noul centru logistic din Bucuresti, in care am investit aproximativ 3 milioane de euro, iar prima etapa de modernizare a fermei proprii de la Vaidei, cu investitii de 2 milioane de euro, este aproape incheiata. Atingerea acestor obiective conform planului propus se reflecta in rezultatele foarte bune inregistrate in primul trimestru al anului 2009, cand cifra de afaceri a companiei a crescut cu 33% fata de aceeași perioada a anului trecut”, a declarat **Traian Simion, directorul general al Albalact Alba Iulia.***

Raportul financiar al companiei Albalact pe primul trimestru al acestui an arata o crestere cu 33,6% a cifrei de afaceri fata de aceeași perioada a anului trecut, de la 46.179.551 ron in primul trimestru 2008, la 61.699.558 ron in primul trimestru 2009. Profitul inregistrat de Albalact in primele trei luni ale acestui an a crescut de asemenea cu 249,2% comparativ cu aceeași perioada a anului trecut, de la 836.711 ron in primul trimestru 2008, la 2.085.122 ron in primul trimestru 2009.

*“Preconizam o crestere in continuare a companiei pentru a doua jumatate a anului, ca urmare a dezvoltarii productiei pe categoria branzeturilor in fabrica Raraul. Vom lansa produse noi sub brandurile noastre si vom extinde distributia. In 2009, piata lactatelor va creste mai putin fata de 2008 – cu aproximativ 10%, conform estimarilor APRIL – dar asta nu ne impiedica sa avem obiective mult mai mari comparativ cu ritmul de crestere a pietei si sa le si atingem, mai ales ca suntem o companie consolidata. De altfel, in fiecare an s-a intamplat ca Albalact sa creasca mai mult decat a crescut piata lactatelor in ansamblu. Chiar si in 2008, Albalact a crescut cu 23%, in timp ce piata a inregistrat o crestere de 17%”, a precizat **Traian Simion, director general Albalact Alba Iulia.***

In toamna anului trecut, Albalact a relocat intreaga productie de lactate in noua fabrica de la **Oiejdea**, care a presupus o investitie de peste **17 milioane de euro**. La scurt timp, Albalact a achizitionat **77% din actiunile societatii Raraul SA**



Campulung Moldovenesc pentru intrarea pe categoria branzeturilor, dupa reconfigurarea strategiei de extindere.

SC ALBALACT SA a fost privatizata in anul 1999 si este listata la categoria a II-a Bursei de Valori Bucuresti. Albalact se afla in acest moment pe locul 4 in topul producatorilor de lactate din Romania si produce peste 60 de sortimente de lapte, iaurt, smantana, unt si branza sub marcile - **Fulga, Zuzu si De Albalact**. Potrivit analizelor MEMRB, **Albalact** este lider de piata pe segmentul laptelui proaspat pasteurizat cu laptele Zuzu si mai este lider de piata cu untul de masa Albalact. Cu smantana Albalact, compania ocupa locul doi pe acest segment. Laptele UHT Fulga a adus compania Albalact tot pe locul doi pe segmentul UHT.

SC Raraul SA a fost privatizata in anul 1994 intr-una din primele achizitii de tip MEBO (preluare de catre angajati si conducere) din industria romaneasca de lactate. S.C. Raraul S.A. este specializata in domeniul productiei de branzeturi, inclusiv produse traditionale tip cascaval, cas si urda, precum si in productia de lapte praf, unt si produse proaspete tip smantana, iaurt, lapte batut tip sana si lapte pentru consum, sub brandul omonim **Raraul**.