



## **Albalact raporteaza o cifra de afaceri in crestere cu 9,2% si un profit cu 39% mai mare in primele noua luni ale anului**

**București, 12 Noiembrie 2010** – Rezultatele la noua luni ale companiei Albalact se mentin pozitive, in conditiile in care compania a facut investitii importante anul acesta, iar piata lactatelor este dominata in continuare de recesiune.

Cifra de afaceri a companiei Albalact a crescut cu 9,2% in perioada ianuarie-septembrie 2010 fata de aceeași perioadă a anului trecut, ajungand de la 167.867.394 ron in 2009 la 183.278.274 in 2010, se arata in raportul publicat astazi pe bursa. Tot in primele 9 luni ale acestui an, veniturile totale au crescut cu 11,9% fata de perioada similara a anului trecut, ajungand la 196.174.416 ron, de la 175.254.995 ron in 2009.

Si profitul net inregistrat de companie in perioada ianuarie-septembrie 2010 este cu 39% mai mare decat profitul net raportat in 2009 in aceeași perioadă. In primele noua luni al acestui an, Albalact a obtinut un profit de 2.394.104 ron, in timp ce anul trecut profitul net la 9 luni a fost de 1.720.689 ron.

*„Piata continua sa fie afectata de scaderea puterii de cumparare a consumatorilor. Mai mult decat atat, materia prima a suferit cresteri importante de pret ceea ce pune presiune pe profitabilitate. Cu toate acestea, Albalact a facut investitii importante in marketing, mai ales incepand cu al doilea trimestru al anului si va continua sa investeasca, pentru ca investitiile chiar si in vreme de criza asigura o dezvoltare a companiei in perspectiva. Ca o concluzie, rezultatele de pana acum sunt bune si speram ca pe intreg anul 2010 sa avem cresterea prognozata in conditii de profitabilitate. Dar, abia la sfarsitul anului tragem linie si putem aprecia rezultatele”, declara Raul Ciurtin, președintele și directorul general Albalact Alba Iulia.*

Anul 2010 a fost marcat de doua momente importante pentru compania Albalact: lansarea brand-ului Raraul ca brand national si relansarea brand-ului Zuzu.

Procesul de rebranding pentru Raraul a inceput in 2009, cand Albalact a modernizat fabrica Raraul Campulung Moldovenesc si a demarat producția de branzeturi sub brand-ul omonim Raraul. Procesul a luat sfarsit anul acesta, dupa ce compania a decis intrarea cu brandul Raraul intr-o noua categorie de lactate – laptele UHT. Pentru noul brand, Albalact a ales elemente vizuale care comunica faptul ca produsele lactate Raraul sunt naturale și sanatoase pentru ca provin din inima Bucovinei. Portofoliul Raraul cuprinde in acest moment: lapte UHT, lapte proaspăt pasteurizat, cascaval clasic, runc si afumat, branza telemea de vaca, branza dulce de vaca, branza de burduf.





**ALBALACT**

În toamna acestui an, **Albalact** a relansat brand-ul **Zuzu**, cu o nouă identitate vizuală, care-i aduce mai multă prospețime, culoare și vizibilitate, împreună cu o nouă campanie de comunicare. Locul penelor care defineau ambalajul Zuzu a fost luat de petale și frunze, care subliniază mai puternic originea naturală și prospețimea produsului. De-acum, noul **Zuzu te desteapta de dimineață**, te revigorează, îți dă energia și inspirația necesare pentru toată ziua. Noua imagine aduce acele atribute rationale de care avea nevoie Zuzu, iar noul logo împreună cu design-ul de ambalaj îi asigură o mai bună vizibilitate la raft.

Recent, acționarii Albalact au aprobat și fuziunea S.C. Albalact S.A. cu S.C. Raraul S.A. prin absorbția Raraul de către Albalact. Compania Albalact detine în acest moment 95,67% din capitalul social al societății Raraul. Fuziunea societăților Albalact și Raraul era absolut necesară pentru dezvoltarea unui management integrat eficient.

Cu o tradiție de 38 de ani pe piața românească a lactatelor, **Albalact** a devenit societate pe acțiuni în 1999, iar zece ani mai târziu a ajuns în top 3 producători de lactate din România. Albalact și-a câștigat renumele de lider pe piața laptei pasteurizate și UHT cu brandurile sale Zuzu și Fulga, cu respectarea standardelor europene de calitate, o politică de prețuri competitivă, ambalaj modern și inovație. Zuzu ocupă primul loc pe piața laptei pasteurizate cu 30% cota de piață în volum (MEMRB retail audit, Dec 2010), iar Fulga este numărul 2 pe piața laptei UHT cu 17% cota de piață în volum (MEMRB retail audit, Dec 2010). Potrivit aceluiași analize MEMRB, Albalact este lider de piață și pe segmentul untului de masă, cu brandul omonim De Albalact. Cu smântână Albalact, compania ocupă locul doi pe acest segment. În 2008, Albalact a intrat pe segmentul branzeturilor cumpărând pachetul majoritar de acțiuni al societății **Raraul Campulung Moldovenesc**. Societatea Raraul specializată în domeniul producției de branzeturi, sub brandul cu același nume. Astăzi, Albalact produce peste 60 de sortimente de lactate sub marcele **Fulga, Zuzu, De Albalact și Raraul**.

\*\*\*

Compania **Albalact - Alba Iulia** este unul dintre primii cinci producători de lapte și produse lactate din România. Înființată în anul 1971 și transformată în societate comercială pe acțiuni în 1990, Albalact a fost privatizată în 1999. Compania Albalact are peste 700 de angajați și peste 6000 de acționari și este listată la categoria a II-a a Bursei de Valori București. Din 2009, Albalact detine 95,67% din pachetul de acțiuni al societății Raraul Campulung Moldovenesc. În prezent, Albalact comercializează produse proaspete pasteurizate și UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, De Albalact și Raraul**.



**ALBALACT**