



## La 9 luni, Albalact raportează creșteri conform bugetului planificat

**București, 14 Noiembrie 2013** – La sfârșitul celui de-al treilea trimestru financiar din 2013, Albalact raportează creșteri ale cifrei de afaceri și profitului, conform bugetului planificat.

Compania a înregistrat o cifră de afaceri de 307.918.975 lei, cu 25% mai mare decât cifra de afaceri raportată în aceeași perioadă a anului trecut (247.002.943 lei). Profitul obținut de Albalact în ultimele nouă luni este de 5.429.675 lei, aproape dublu față de profitul înregistrat în aceeași perioadă din 2012 (2.719.842 lei).

Un proiect important pentru Albalact în ultimul an a fost dezvoltarea portofoliu de brânză de vaci sub brand-ul Rarăul, pentru care compania a făcut investiții noi în fabrica Rarăul din Câmpulung Moldovenesc. Extinderea de portofoliu a adus compania Albalact pe locul 2 în topul producătorilor de brânză proaspătă de vaci (conform datelor A.C. Nielsen, Septembrie 2013).<sup>\*</sup> În toamna acestui an, tot cu brand-ul Rarăul, Albalact a intrat și pe segmentul "ready meal" și a lansat Rarăul MBS - mamaliguță cu brânză de vaci și smântână, mâncarea tradițională a românilor. Rarăul MBS este o împachetare specială, cu o porție separată de mamaliguță și o porție de brânză de vaci cu smântână.

Extinderea continuă și în categoria iaurt a propulsat Albalact în topul primilor 3 producători de iaurt din România (conform datelor A.C. Nielsen, Septembrie 2013).<sup>\*</sup> Zuzu Bifidus Snack este ultimul produs lansat de Albalact anul acesta și completează portofoliul de iaurt al brand-ului Zuzu. Zuzu Bifidus Snack este o combinație echilibrată de iaurt probiotic cu mixuri de cereale, fructe și seminte și este o sursă naturală de vitamine și omega 3, cu beneficii pentru sănătate. Zuzu Bifidus Snack este și o inovație în această categorie, mai ales pentru că are combinații de cereale și fructe unice pe piață, cum este mixul de goji cu stafide și merișoare, lansată în premieră. Portofoliul Zuzu Bifidus Snack are 5 sortimente.

Albalact a adus pe piață în ultimul an și un brand nou. Fruzu este cel mai tânăr brand al companiei și creează o nouă categorie în piața iaurturilor cu fructe din România: iaurtul cu topping de fructe într-un ambalaj unic.

Albalact este unul dintre primii trei producători de lapte și produse lactate din România și cea mai mare companie cu capital majoritar românesc din industrie. Albalact produce peste 80 de sortimente de lactate sub mărcile **Fulga, Zuzu, Fruzu, De Albalact și Rarăul**. Albalact deține și pachetul majoritar de acțiuni (99,01%) al societății **Rarăul Câmpulung Moldovenesc**, specializată în domeniul producției de brânzeturi, sub brandul omonim **Rarăul**.

În prezent, Zuzu este lider pe segmentul laptelui pasteurizat, cu o cotă de piață de 29.5% în valoare, dar este lider și în total piață de lapte (lapte UHT și lapte pasteurizat), cu o cotă de piață de 21.1% în valoare, în Septembrie 2013.

Albalact este de asemenea lider de piață pe segmentul untului de masă, cu brandul omonim De Albalact și pe segmentul smântână, cu tot brand-ul De Albalact.





\*\*\*

**Albalact - Alba Iulia** este unul dintre primii trei producători de lapte și produse lactate din România și cea mai mare companie cu capital majoritar românesc din industrie. Înființată în anul 1971 și transformată în societate comercială pe acțiuni în 1990, Albalact a fost privatizată în 1999. Compania Albalact are peste 800 de angajați și peste 5000 de acționari și este listată la categoria a III-a a Bursei de Valori București. Albalact deține și 99,01% din pachetul de acțiuni al societății Rarăul Câmpulung Moldovenesc. Albalact comercializează produse proaspete pasteurizate și UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, Fruzu, De Albalact și Rarăul**.

*\* calcule bazate pe datele AC Nielsen din Retail Index Service, pentru Total Romania cu discounteri.  
(Copyright © 2012, The Nielsen Company)*

**Pentru informații suplimentare contactați:  
Raluca Balotă – Director Comunicare Albalact  
raluca.balota@albalact.ro;**

