



Albalact a finalizat proiectul greenfield de la Oiejdea si isi continua planurile de dezvoltare

Bucuresti, 15 august 2008 – Compania Albalact Alba Iulia a finalizat cu succes proiectul greenfield de peste 11 milioane euro de la Oiejdea si isi continua expansiunea pe noi segmente ale pietei, conform strategiei pe termen lung construite in ultimii ani. In fabrica Albalact de la Oiejdea, una dintre cele mai importante si mai moderne investitii pe piata locala a lactatelor, toate liniile de productie au fost puse in functiune. Activitatea companiei s-a stabilizat inregistrand o majorare a veniturilor cu 21%, de la 82,4 milioane ron in primul semestru al anului 2007, la 100 milioane ron in primul semestru al acestui an.

Lansarea pe piata branzeturilor si dezvoltarea fermei proprii din Hunedoara raman in continuare obiectivele prioritare ale Albalact, dar compania cauta mai departe si alte oportunitati de dezvoltare pe piata locala aflata in crestere.

“Contextul global nu este unul tocmai fericit pentru multe companii. Criza actuala afecteaza consumul si productia. Chiar si in acest context si avand in spate cheltuieli care au atarnat greu in companie (costurile de anul acesta au crescut cu 32% fata de anul trecut), am reusit sa ducem la bun sfarsit proiectul greenfield de la Oiejdea. Ne bucuram ca am realizat acest lucru fara pierderi si chiar inregistrand cresteri ale veniturilor. Dar rezultatele parțiale nu sunt atat de importante in acest moment, mai avem pana cand tragem linie si facem bilantul. Ce este important este faptul ca am atins un echilibru, am ajuns pe locul 4 in topul producatorilor locali de lactate, iar acum ne concentram pe obiectivele pe care ni le-am propus pentru a ne extinde. Avem o una dintre cele mai mari fabrici din Europa de Est si avem o strategie pe termen lung pe care o respectam”, a declarat Traian Simion, directorul general al Albalact Alba Iulia.

Albalact urmeaza sa demareze cat de curand productia de branzeturi traditionale, care vor fi lansate pe piata sub unul dintre cele trei branduri ale companiei – **Zuzu**, **Fulga** sau **Albalact**. Imbunatatirea si extinderea distributiei se afla, de asemenea, printre obiectivele care au prioritate anul acesta.

La fel de importanta este asigurarea unei materii prime de calitate pentru produsele Albalact, in conditiile in care la nivelul intregii Uniuni Europene exista in acest moment dificultati in ceea ce priveste procurarea laptelui materie prima conform normelor UE. Anul acesta, actionarii Albalact au aprobat investitii noi in ferma pe care compania o are in Vaidei (judetul Hunedoara), in asa fel incat productia de lapte la aceasta ferma sa ajunga la 30.000 litri pe zi, de la 12.000 de litri pe zi cat este in prezent.

„Acestea sunt proiectele despre care putem vorbi in prezent si pe care noi speram sa le finalizam cat mai repede. Dar declaratiile managementului referitoare la planurile companiei nu au si nu trebuie sa aiba nici o legatura cu deciziile jucatorilor de pe bursa.



*Fiecare dintre acesti jucatori cumpara sau vinde actiunile Albalact in urma unor analize proprii ale rapoartelor financiare si evolutiei tranzactiilor si isi asuma deciziile pe care le ia", a precizat **Traian Simion, directorul general al Albalact.***

Albalact, care se afla printre primii cinci producatori de lactate din Romania, produce peste 60 de sortimente de lactate sub marcile **Fulga, Zuzu** si **Albalact**. Fiecare dintre aceste marci detine cate o treime din valoarea vanzarilor. 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.