



Afacerile Albalact au crescut cu 18% în primul trimestru al acestui an

București, 10 Mai 2013 – Afacerile Albalact au crescut semnificativ la începutul anului 2013, arată bilanțul financiar al companiei.

În primul trimestru al acestui an, Albalact a raportat o cifră de afaceri de 102.442.852 lei, cu 18% mai mare decât cifra de afaceri raportată în aceeași perioadă a anului 2012 (86.360.827 lei). Compania a avut un profit de 2.686.134 lei, aproape la aceeași valoare cu profitul înregistrat în perioada similară a anului trecut.

„Creșterea înregistrată de compania noastră în primul trimestru a depășit creșterea pieței în ansamblu. Asta ne arată că există în continuare segmente în piața lactatelor cu potențial de dezvoltare, iar consumatorii își păstrează încrederea în brand-urile și în produsele românești. Sunt categorii în care Albalact are rezultate foarte bune, cu o dublare a vânzărilor – este vorba despre iaurt și brânza proaspătă de vaci – iar pe aceste categorii compania mizează în continuare. Urmărim să avem, însă, o creștere profitabilă și să ne consolidăm poziția de lider, acesta este un obiectiv strategic pentru Albalact. Estimăm că piața lactatelor nu va avea o evoluție mai bună anul acesta față de anul trecut, mai ales că factorii de presiune încă există – cheltuieli și costuri mari ale materiilor prime, constrângeri economice, putere mică de cumpărare. O revigorare a consumului ar putea veni și din micșorarea cotei TVA”, declară Irina Măndoiu, director comercial Albalact.

Albalact a continuat să investească în ultimul an în tehnologie, în distribuție, în dezvoltarea portofoliului, a extins brand-urile în categorii cu potențial, pe care era sau nu prezent. O mare provocare a fost lansarea în 2012 a noului portofoliu de brânză de vaci sub brand-ul Rarăul, pentru care Albalact a dublat capacitatea de producție a fabricii Rarăul din Câmpulung Moldovenesc. Extinderea de gamă a adus compania Albalact, în doar un an, pe locul 2 în topul producătorilor de brânză proaspătă de vaci, cu brand-ul Rarăul și o cotă de piață de 9% în valoare (în Februarie 2013)*.

Recent, Albalact a lansat și un brand nou pentru un produs special. 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 pe piață. La începutul acestui an, compania a lansat alte câteva produse noi în portofoliile deja existente.

Albalact este astăzi pe locul 3 în topul producătorilor de lactate din România, având o tradiție de peste 40 de ani pe piața românească. Albalact produce peste 80 de sortimente de lactate sub mărcile **Fulga, Zuzu, Fruzu, De Albalact și Rarăul**. În 2008, Albalact a intrat pe segmentul brânzeturilor cumpărând 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 23.1% în valoare, dar este lider și în total piață de lapte (lapte UHT și lapte pasteurizat), cu o cotă de piață de 16.8% în valoare, în Februarie 2013. Albalact este lider de piață și pe segmentul untului de masă cu brandul omonim De Albalact, cu 23.5% cotă de piață în valoare, în perioada Decembrie 2012 - Ianuarie 2013. Pe segmentul smântână, Albalact se menține de asemenea lider cu brand-ul De Albalact, având o cotă de piață de 14.6% în valoare, în Februarie 2013. Pe categoria brânză de vaci, Albalact a urcat pe locul 2 cu brand-ul Rarăul, având 9% cotă de piață în valoare, în Februarie 2013.*

Compania **Albalact - Alba Iulia** este unul dintre primii trei 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 800 de angajați și peste 5000 de acționari și este listată la categoria a III-a a Bursei de Valori București. În prezent, Albalact deține 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 perioada de audit Februarie 2013, respectiv Decembrie 2012-Ianuarie 2013 pentru Unt, pe Total Romania cu discounteri. (Copyright © 2012, The Nielsen Company)*

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

