



Albalact intră pe segmentul “ready meal” cu brand-ul Rarăul și lansează MBS - mămăliguță cu brânză și smântână

Albalact intră pe segmentul “ready meal” și lansează sub brand-ul Rarăul mâncarea tradițională românească: celebra mamaliguță cu brânză de vaci și smântână.

Sută la sută autohtonă, mămăliguța cu brânză și smântână a rămas în pas cu timpul, este consumată cu aceeași plăcere și astăzi și a devenit ușor-ușor - MBS.

Rarăul MBS - Mămăliguță cu brânză de vaci și smântână este o împachetare specială, cu o porție separată de mămăliguță și o porție de brânzică de vaci cu smântână. Rarăul MBS a fost lansată în două variante – cu clasică brânză de vaci Făgăraș și cu brânză de vaci Moldovița – rețeta proprie din portofoliul Rarăul, unică pe piață, adică brânzică de vaci amestecată cu smântână și un praf de sare.

Pachetul MBS Rarăul este masa de prânz perfectă și la îndemână, la birou sau acasă – o mâncare gustoasă, sănătoasă, veche dar și modernă, grație comodității de consum. Se pune paharul de mămăliguță la microunde max 90 secunde, pentru a o încălzi, se răstoarnă mămăliguța pe farfurie alături de brânza cu smântână și...prânzul e gata. Simplu, cât ai zice MBS!

MBS Rarăul este pentru oamenii ocupați care mănâncă pe fugă la birou, dar și pentru iubitorii de mămăligă cu brânză și smântână care nu au timp să-și gătească, pentru cei care țin la siluetă și pentru oricine, tânăr sau vârstnic, care vrea o masă rapidă, gustoasă și accesibilă.

MBS Rarăul se află deja în magazine, în pachet cu un pahar de mămăliguță de 200g și un pahar de brânză de vaci cu smântână Făgăraș sau Moldovița de 200g.

<<Locul firesc al mămăliguței este lângă brânza cu smântână. MBS-ul este specific bucătăriei românești, știut și iubit de fiecare din copilărie, este un clasic în viață. De-aici și până la inventarea pachetului de prânz MBS de la Rarăul a fost un singur pas. Din dorința de a fi cât mai aproape de consumatorii noștri care nu au timp sau nu se pricep să facă o mămăliguță ca la carte, am dezvoltat acest pachet de prânz. Practic, ai la îndemână o masă ușoară, sănătoasă și sățioasă, pe care ți-o poți prepara mai ales la birou, când nu ai multe opțiuni “sănătoase”.

De la lansarea pe piață a brânzei Făgăraș și Moldovița în urmă cu mai bine de un an, Rarăul a avut o evoluție constant-ascendentă, ajungând în topul primilor trei producători de brânză proaspătă de vaci. Vom continua să inovăm și să acoperim cât mai multe ocazii de consum cu produsele Rarăul>>, declară **Elena Solianic, Brand Manager Albalact pentru Rarăul.**





Lansarea Rarăul MBS face parte din strategia bine definită a companiei Albalact de extindere a brand-urilor și portofoliilor acestora pe segmente dinamice, cu oportunități de creștere. Brânza proaspătă de vaci este una din categoriile cu potențial în piața lactatelor, în care Albalact a ajuns numărul 2, după lansarea anul trecut a noului portofoliu diversificat de brânză de vaci sub brandul Rarăul. Pentru dezvoltarea portofoliului Rarăul, Albalact a dublat capacitatea de producție a fabricii Rarăul din Câmpulung Moldovenesc și a făcut investiții noi.

Campania de comunicare pentru MBS Rarăul continuă conceptul de comunicare care a propulsat Rarăul, cu valorile sale de bază (naturalețe, prospețime, mâncare sănătoasă), dar subliniază în același timp caracteristica practică a produsului.

Campania de comunicare este concepută împreună cu agenția Graffiti BBDO, care semnează de asemenea spotul TV "Simplu, cât ai zice MBS!".

"Provocarea a fost de a scoate în evidență inovația funcțională pe care o aduce brandul Rarăul lansând primul MBS de-a gata și de a poziționa noul produs pentru un anumit tip de consumator și un anumit moment de consum: prânzul grăbit la birou. Campania este despre cât de ușor e acum să te bucuri de un MBS oriunde și oricum", spune Dan Șendroi, Strategy Director la Graffiti BBDO.

Din echipa de creație fac parte: Cristina Miclea, Director Marketing și Elena Solianic, Brand Manager Rarăul – din partea Albalact; iar din partea Graffiti BBDO: Alex Strîmbeanu – Creative Director, Cristian Scurtu – Senior Copywriter, Alexandru Mălăescu – Senior Art Director, Viorel Samoilă – Graphic Designer, Dan Șendroi – Strategy Director, Roxana Hrimiuc – Group Account Director, Oana Preda – Account Manager, Liviu Isop - AV Producer. Spotul a fost realizat de Casa de Producție Carlo Production, cu regizorul Dan Munteanu și DOP Vitalie Brega.

Campania de comunicare mai include, pe lângă spotul TV, o campanie națională de degustări în magazine, comunicare on-line și PR.

Albalact este al treilea mare producător de lapte și produse lactate din România și cea mai mare companie cu capital majoritar românesc din industrie. Albalact produce peste 100 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 prima jumătate a acestui an, Albalact a raportat o cifră de afaceri de 204.551.228 lei, cu 23% mai mult față de aceeași perioadă a anului 2012 (165.897.770 lei). Compania a obținut un profit de 4.438.585 lei în primul semestru, în creștere cu 24% față de primul semestru 2012.





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 Bursii 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**.

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

