



Zuzu iaurt - mai cu viata!

De astazi, Zuzu ne trezeste de dimineata si ne ajuta sa trecem ziua mai cu viata!

Zuzu – brand-ul companiei Albalact - a lansat iaurturile la pahar, foarte gustoase, hranitoare, care ne dau vitalitate si multa energie pentru toata ziua. Zuzu iaurt la pahar este tocmai bun de pus pe masa la micul dejun, de luat la serviciu, in parc, in cosul de picnic la iarba verde si oriunde mai vrem sa avem cu noi o gustare sanatoasa. Zuzu iaurt este proaspat, ne inveseleste, ne trezeste simturile si potoleste foamea.

Gama Zuzu iaurt la pahar include: Zuzu iaurt de baut 2% grasime, la 350 de gr, Zuzu iaurt natural 3% grasime, la 140 de gr si 400 de gr, Zuzu iaurt cu piersici si caise, Zuzu iaurt cu capsuni si Zuzu iaurt cu visine – fiecare cu 2,6% grasime, la 125 gr. Gama Zuzu iaurt la pahar are si “portia de dieta” - Zuzu iaurt degresat 0,1% grasime, la 140 gr.

*“Iaurtul la pahar completeaza portofoliul de iaurturi Zuzu, prezente pana acum la raft doar in cutii Tetra Top, cu capac si gramaj mai mare. Am decis sa le lansam pentru ca iaurtul face parte dintr-o categorie importanta de lactate, a doua ca volum de vanzari dupa lapte si cu ponderea cea mai mare in valoare. In plus, desi in 2010 piata de FMCG a suferit o scadere, iaurtul a inregistrat o crestere semnificativa, de 6% in volum (conform datelor de piata MEMRB), iar asta ne-a oferit o oportunitate de completare a portofoliului. Iaurturile se afla in top 5 alimente de baza din cosul zilnic al romanilor, iar paharele cu gramaj mic reprezinta portia ideala pentru consumul de moment, e ca o gustare”, declara **Celina Condorovici, brand manager Albalact pentru Zuzu.***

Iaurturile Zuzu la pahar se adreseaza consumatorilor tineri, intre 25-40 ani, din mediul urban, casatoriti si necasatoriti, femei si barbati in egala masura, moderni, ocupati, dinamici, cu viata activa, cu venit mediu si mediu – ridicat.





Extinderea de portofoliu vine la scurt timp dupa ce brand-ul **Zuzu** a fost relansat de Albalact, cu o noua identitate vizuala, care-i aduce mai multa prospetime, culoare si vizibilitate, dar si acele atribute rationale necesare brand-ului. Locul penelor care defineau ambalajul a fost luat de petale si frunze, care subliniaza mai puternic originea naturala si prospetimea produsului. Zuzu este o "exuberanta a naturii", plin de culoare, vesel, revigorant.

Zuzu este una dintre cele mai puternice marci romanesti de lactate. In prezent, Zuzu este lider in total piata de lapte (lapte UHT si lapte pasteurizat), cu un market share de 21% (conform MEMRB retail audit, decembrie 2010). In urma rebranding-ului si a extinderii portofoliului, compania Albalact urmareste o consolidare a pozitiei de lider a brand-ului si majorarea cotei de piata in categoria iaurt. Portofoliul Zuzu cuprinde: lapte proaspat pasteurizat, iaurt alb si cu fructe de mancat cu lingurita, iaurt de baut alb si cu fructe, sana, lapte batut. Zuzu a intrat recent si in alte doua categorii noi de lactate - smantana dulce pentru gatit si pentru frisca si kefir.

Compania **Albalact - Alba Iulia** este unul dintre primii patru producatori de lapte si produse lactate din Romania. Infiintata in anul 1971 si transformata in societate comerciala pe actiuni in 1990, Albalact a fost privatizata in 1999. Compania Albalact are peste 700 de angajati si peste 6000 de actionari si este listata la categoria a II-a a Bursei de Valori Bucuresti. Din 2010, Albalact detine 95,67% din pachetul de actiuni al societatii Raraul Campulung Moldovenesc. In prezent, Albalact comercializeaza produse proaspete pasteurizate si UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, De Albalact** si **Raraul**.

**Pentru informatii suplimentare contactati:
Raluca Balota – Manager Comunicare Albalact
raluca.balota@albalact.ro;
0745.050.172**

