



## Zuzu, liderul pieței de lapte, lansează iaurturile Bifidus cu culturi lactice vii

Zuzu, liderul\* pieței de lapte, dezvoltă portofoliul de iaurturi pe categoria “sănătate activă” și lansează noile iaurturi Bifidus cu culturi lactice vii, care contribuie la echilibrul sistemului digestiv.

Iaurturile Zuzu Bifidus conțin combinația de culturi lactice BB-12® (Bifidobacterium) și LA-5® (Lactobacillus acidophilus). Consumate cu regularitate, BB-12® și LA-5® protejează flora intestinală. Sunt bacteriile vii, prietenoase, de care avem nevoie în fiecare zi.

*“Oamenii sunt din ce în ce mai informați cu privire la alimentație, știu că, în general, culturile vii din iaurturi ajută la o digestie mai bună. Alimentația sănătoasă nu mai este un subiect izolat, așa cum problemele digestive nu mai sunt un subiect tabu. Nevoia unor alimente care să compună o dietă cât mai sănătoasă este cu atât mai acută cu cât stilul de viață modern duce către tot felul de blocaje și dezechilibre în organismul nostru. Noi toți avem nevoie de echilibru. Așa am hotărât să extindem gama iaurturilor Zuzu Bifidus, care până acum le-a oferit consumatorilor doar sortimente cu mixuri de cereale și fructe uscate. De acum, Zuzu are pentru consumatorii săi o gamă completă de iaurturi bifidus simple, de băut, cu fructe și cu cereale”, declară **Celina Condorovici, Senior Brand Manager pentru Zuzu la Albalact.***

Iaurturile Zuzu Bifidus au nu doar culturi vii, dar și o rețetă fără lapte praf.

Gama Zuzu Bifidus include: iaurt alb cu 3% grăsime și degresat, iaurt alb de băut cu 2% grăsime, iaurt de băut cu combinații răcoritoare de fructe (căpșuni și coacăze negre, mango și pară, caise și piersici). Zuzu Bifidus oferă și varianta snack, cu trei sortimente cu cereale, între care regăsim un produs nou, unic în piață - iaurtul degresat cu cereale și goji.

Sortimentele de băut din gama Zuzu Bifidus vin în ambalaje de plastic practice, ușor de mânuit, ușor de deschis și de resigilat.

Despre noile iaurturi Zuzu Bifidus le vorbesc consumatorilor două personaje simpatice, care personifică cele două culturi lactice vii combinate atent în iaurt. BeBe (Bifidobacterium BB-12®) și ELA (Lactobacillus acidophilus LA-5®) formează Familia Bifidus, sunt întruchiparea bacteriilor prietenoase din iaurtul Zuzu Bifidus și ne ajută în fiecare zi să ne “cultivăm” flora intestinală.

“Grădinarii” BeBe și ELA apar în toate platformele de comunicare pentru Zuzu Bifidus – TV, print, online ([www.zuzubifidus.ro](http://www.zuzubifidus.ro)) și social media ([www.facebook.com/zuzubifidus](https://www.facebook.com/zuzubifidus)). Ei sădesc, cresc și îngrijesc flora care este esențială nu doar pentru echilibrul digestiv, dar pentru echilibrul întregului organism al fiecăruia.

Strategia de comunicare a iaurturilor Zuzu Bifidus poartă semnătura Next Advertising, agenția de publicitate a brand-ului Zuzu.

*“Idea ne-a venit la briefing. Când am văzut denumirile tehnice ale celor doi componenți din iaurtul Zuzu Bifidus, Bifidobacteria BB-12 și Lactobacilul LA-5, am zis “Bebe și Ela, grădinarii florei tale intestinale!”.*



*Restul s-a construit de la sine și iată o altfel de campanie despre Bifidus, în care comunicăm mai prietenos cu oamenii”, spune **Liviu David, Creative Director la Next Advertising.***

Pentru campania de comunicare au colaborat: Cristina Miclea - Director Marketing și Celina Condorovici – Senior Brand Manager, din partea Albalact; iar din partea Next Advertising: Sorin Popescu - Managing Partner, Ileana Sebe – Strategic Director, Liviu David – Creative Director, Anca Baciú – Senior Copywriter, Gabriela Datcu – Art Director, Ioana Cabuz – Senior Account Manager, Adina Marinica – Junior Account Executive. Spoturile TV – care vor fi difuzate în etape diferite ale comunicării – au fost filmate la casa de producție Multimedia Est, cu regizorul Hypno, producătorul Adrian Smeu și DOP-ul Ate.

Agenția Kubis Interactive a dezvoltat website-ul Zuzu Bifidus, iar Outbox se ocupă de strategia de social media a brand-ului.

Segmentul iaurt este pentru Albalact un obiectiv strategic încă din anul 2012, când compania a adus schimbări importante în portofoliul de iaurt Zuzu. De-atunci, an de an, Albalact a investit în iaurturile Zuzu, atât la nivel de produs, cât și la nivel de ambalaj. Anul trecut, cu investiții de câteva milioane de euro, compania a modernizat linia de ambalare pentru iaurt și a introdus și un nou ambalaj în portofoliu - paharul de plastic pătrat cu gramaj mic. Ambalajul se regăsește acum în gama iaurturilor Zuzu de 125 și 140 de grame. Extinderea în categoria iaurt a adus compania Albalact între primii trei producători de iaurt din țară.

Zuzu este cel mai vândut lapte din România\*. Albalact își păstrează poziția de lider pe piața laptelui cu brand-ul Zuzu încă din anul 2008.

Albalact mai este lider de piață pe segmentul untului de masă și pe segmentul smântână, cu brand-ul omonim De Albalact. Cu brand-ul Rarăul și portofoliul său de brânză proaspătă de vaci, lansat acum doi ani, compania a urcat pe locul 2 în această categorie.

*\*Potrivit A.C. Nielsen, Zuzu este cel mai vândut lapte ca volum, în România, în perioada ianuarie-aprilie 2015.*

\*\*\*

**Albalact - Alba Iulia** este 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. Grupul Albalact, cu peste 900 de angajați, are acționariat majoritar românesc și este listată pe piața principală a Bursei de Valori București. Albalact deține 99,01% din pachetul de acțiuni al societății Rarăul Câmpulung Moldovenesc și mai deține în proporție de 100% societatea de logistică Albalact Logistic SRL. Albalact comercializează produse proaspete pasteurizate și UHT sub brand-urile sale **Fulga, Zuzu, Fruzu, Rarăul, De Albalact și Poiana Florilor.**