



COMMUNIQUE DE PRESSE

Avec Zyla, Spadel se lance sur le marché des boissons énergisantes naturelles et faibles en calories

Bruxelles, le 29 février 2024 – Spadel élargit sa gamme de produits et fait son entrée sur le marché des boissons énergisantes. Celui-ci est en plein essor depuis quelques années et a un gros potentiel de croissance, particulièrement dans le segment des boissons énergisantes naturelles et moins sucrées. C’est sur ce segment que Spadel veut se faire une place avec Zyla, une toute nouvelle marque à l’univers fun et décalé (« Zyla » est le verlan de « Lazy »), dont l’objectif est de viser les 25-35 ans qui démarrent dans la vie active, ainsi que certains jeunes parents. Les boissons Zyla seront disponibles en trois types d’énergie : Boost, Vitality et Focus. Zyla est parfaitement en ligne avec les valeurs et l’ADN du Groupe Spadel, car il s’agit de boissons énergisantes naturelles et faibles en calories, qui répondent aux nouvelles attentes des consommateurs.

Les boissons énergisantes séduisent de plus en plus de consommateurs belges. Entre le troisième trimestre 2022 et le troisième trimestre 2023, ce segment a connu une croissance de 10 % en volume (à 78 millions de litres) et de 21 % en valeur (à 221 millions d’euros) dans la vente au détail, selon des chiffres fournis par Nielsen. C’est surtout le segment des boissons énergisantes plus fruitées, moins sucrées et naturelles qui est en plein essor. C’est ce qui a convaincu le Groupe Spadel de se lancer à son tour sur ce marché au gros potentiel de croissance et de commercialiser les toutes nouvelles boissons énergisantes Zyla. Celles-ci seront disponibles en canettes de 25 cl (prix conseillé dans la vente au détail : 1,49 €). Dès le début du mois de mars, on pourra les trouver dans un grand nombre de points de vente en Belgique, notamment dans les magasins Carrefour, Delhaize et Colruyt, mais aussi dans les stations-service TotalEnergies par exemple.

Zyla vient donc s’ajouter au portfolio des marques du Groupe Spadel, aux côtés de marques bien établies telles que SPA ou Bru. La marque Zyla, qui est le verlan de « Lazy » et qui met en avant la « natural unlazy energy », se base sur un univers fun et décalé puisqu’elle a pour emblème un paresseux. Grâce à ce concept unique, qui sera décliné dans tous les supports de communication de la marque, l’ambition est de viser un autre public-cible que la plupart des boissons énergisantes. Zyla s’adresse en effet aux 25-35 ans, urbains et actifs, parfois jeunes parents, à qui il faut une solide dose d’énergie pour parvenir à tout combiner : premier boulot, première maison, premier enfant. Les boissons Zyla sont disponibles en trois types d’énergie (Vitality, Focus et Boost) pour couvrir chaque moment de la journée.

« En lançant Zyla, qui est une toute nouvelle marque au positionnement unique, Spadel démontre une fois de plus sa capacité d’innovation », souligne Valérie Siegler, Brands, Innovation and Sustainability Director du Groupe Spadel. « Les boissons Zyla répondent à un



réel besoin de la part des consommateurs, tout en restant parfaitement fidèles à notre ADN. Cela fait des années que Spadel mise sur des boissons locales, saines et naturelles, sans produits conservateurs et sans ingrédients artificiels. C'est également le cas des boissons Zyla, qui sont basées sur des recettes naturelles, fruitées et savoureuses. »

« Les boissons énergisantes Zyla sont produites et développées en Belgique, et contiennent plus de 90% d'ingrédients venant d'Europe », renchérit Barbara du Bois, la responsable du développement de la marque Zyla. « Il est également important de préciser qu'elles sont composées de 100% d'ingrédients d'origine naturelle et qu'elles sont certifiées Vegan. »

Des boissons énergisantes moins sucrées

Avec cette nouvelle marque, Spadel veut séduire les consommateurs avec une alternative naturelle, mais aussi moins calorique. Les boissons Zyla contiennent en effet moins de sucre que la plupart des autres boissons énergisantes disponibles sur le marché belge. La variante Boost contient ainsi 35 % de sucre en moins par rapport aux produits les plus vendus en Belgique (28kcal/100ml), tandis que les variantes Vitality et Focus se révèlent faibles en calories (19kcal/100ml).

A noter enfin que la marque Zyla partage entièrement la volonté du Groupe Spadel d'être une entreprise à impact positif. Zyla s'engage à reverser au moins 5 % de ses bénéfices au profit d'actions concrètes pour protéger ou restaurer la biodiversité, comme c'est le cas pour l'ensemble des marques du Groupe Spadel.

--- FIN ---

A propos de Spadel

Spadel est un groupe familial européen qui a pour mission de proposer aux consommateurs, tout au long de leur vie, des réponses naturelles à leurs besoins d'hydratation et de rafraîchissement. Il commercialise des marques d'eaux minérales naturelles, d'eaux de source et de boissons rafraîchissantes à base d'eau minérale naturelle : Spa et Bru au Benelux, Devin en Bulgarie, Wattwiller et Carola en France. Le développement durable est naturellement inscrit dans l'ADN du groupe Spadel. Le groupe Spadel a réalisé, en 2022, un chiffre d'affaires de 320,8 millions d'euros. Fin 2022, le groupe employait 1.329 personnes.

Contact presse

press@spadel.com