



PERSBERICHT

Met Zyla betreedt Spadel de markt van de natuurlijke en caloriearme energiedranken

Brussel, 29 februari 2024 – Spadel breidt zijn productgamma uit en betreedt de markt van de energiedranken. Deze sector is al enkele jaren aan het boomen en heeft een enorm groeipotentieel, vooral in het segment van de natuurlijke energiedranken met een lager suikergehalte. Dat is dan ook het segment waar Spadel zijn stempel op wil drukken met Zyla, een gloednieuw merk met een leuke, eigenzinnige uitstraling ('Zyla' is slang voor 'Lazy'), gericht op 25-35-jarigen die net beginnen te werken, alsook op bepaalde jonge ouders. De Zyla-drinkjes worden verkrijgbaar in drie energietypes: Boost, Vitality en Focus. Zyla sluit perfect aan bij de waarden en het DNA van Spadel Group, want het merk biedt natuurlijke en caloriearme energiedrankjes die beantwoorden aan de nieuwe verwachtingen van consumenten.

Energiedrankjes verleiden steeds meer Belgische consumenten. Tussen het derde kwartaal van 2022 en het derde kwartaal van 2023 groeide dit segment in de detailhandel met 10 procent in volume (tot 78 miljoen liter) en met 21 procent in waarde (tot 221 miljoen euro) (bron: cijfers van Nielsen). Vooral het segment van de fruitige, minder suikerrijke en natuurlijke energiedranken kent een sterke groei. Dat overtuigde Spadel Group om deze markt met groot groeipotentieel aan te boren en de gloednieuwe Zyla-energiedrankjes te lanceren. Deze worden leverbaar in blikjes van 25 centiliter (adviesprijs: 1,49 euro). Begin maart zullen ze in de rekken van talloze Belgische verkooppunten liggen, waaronder Carrefour-, Delhaize- en Colruyt-winkels, evenals TotalEnergies-stations.

Zyla is dus de jongste nieuwkomer in de merkenportfolio van Spadel Group, en vervoegt er gevestigde namen zoals SPA en Bru. De merknaam 'Zyla' is slang voor 'Lazy' (lui) en promoot 'natural unlazy energy'. Hij verwijst naar een leuk en onconventioneel universum, met een luiaard als embleem. Met dit unieke concept, dat in al het communicatiemateriaal van het merk zal terugkomen, richt Zyla zijn pijlen op een ander doelpubliek dan de meeste andere energiedrankjes. Zyla richt zich op actieve, 25-35-jarige stadsbewoners, soms jonge ouders, die een stevige dosis energie nodig hebben om alles te combineren: eerste baan, eerste huis, eerste kind. Zyla-drinkjes zijn verkrijgbaar in drie energietypes (Vitality, Focus en Boost) om elk moment van de dag te bestrijken.

“Met de lancering van Zyla, een gloednieuw en uniek gepositioneerd merk, bewijst Spadel eens te meer zijn innovatievermogen,” vertelt Valérie Siegler, Brands, Innovation and Sustainability Director bij Spadel Group. *“Zyla-dranken voorzien in een echte consumentenbehoefte, terwijl ze perfect trouw blijven aan ons DNA. Spadel richt zich al jaren op lokaal geproduceerde, gezonde en natuurlijke dranken, zonder bewaarmiddelen of kunstmatige ingrediënten. Dat*



geldt ook voor de drankjes van Zyla, die zijn gebaseerd op natuurlijke, fruitige en smakelijke recepten.”

“De energiedrankjes van Zyla worden geproduceerd en ontwikkeld in België en bevatten meer dan 90 procent ingrediënten uit Europa,” voegt Barbara du Bois, Brand Development Manager van Zyla, toe. *“Ook belangrijk om te weten is dat ze uitsluitend gemaakt zijn van natuurlijke ingrediënten en gecertificeerd Veganistisch zijn.”*

Energiedrankjes met minder suiker

Via dit nieuwe merk wil Spadel consumenten overtuigen met een natuurlijk alternatief dat ook minder calorieën bevat. In de drankjes van Zyla zit namelijk minder suiker dan in de meeste andere energiedrankjes op de Belgische markt. Zo bevat de Boost-variant 35 procent minder suiker dan de best verkopende producten in België (28 kcal/100 ml), terwijl de Vitality- en Focus-varianten helemaal caloriearm zijn (19 kcal/100 ml).

Tot slot sluit het merk Zyla zich volledig aan bij het engagement van Spadel Group om een bedrijf met een positieve impact te zijn. Net als alle andere merken van Spadel Group verbindt Zyla zich ertoe om minstens 5 procent van zijn winst te doneren aan concrete acties om de biodiversiteit te beschermen of te herstellen.

--- EINDE ---

Over Spadel

Spadel is een Europese familiegroep die streeft naar natuurlijke oplossingen om de dorst van consumenten te lessen en ze te verfrissen, hun hele leven lang. De groep verkoopt diverse merken van natuurlijk mineraalwater, bronwater en verfrissende dranken op basis van natuurlijk mineraalwater: Spa en Bru in de Benelux, Devin in Bulgarije en Wattwiller en Carola in Frankrijk. Duurzame ontwikkeling zit van nature in het DNA van de groep Spadel. De groep Spadel realiseerde in 2022 een omzet van € 320,8 miljoen. Eind 2022 stelde de groep 1.329 mensen te werk.

[Perscontact](#)

press@spadel.com