



Zyla fête son premier anniversaire en lançant une nouvelle campagne

Bruxelles, 19 février 2025 – Disponible sur le marché belge depuis un an, la marque de boissons énergisantes a réussi depuis lors à se faire une place auprès des consommateurs et des détaillants, avec plus d'1,8 million de canettes vendues en 2024. L'occasion pour Zyla de mettre une nouvelle fois son célèbre paresseux en avant dans une campagne qui évoque avec humour comment ses boissons énergisantes peuvent nous donner le coup de pouce nécessaire dans les moments de fatigue de la vie quotidienne moderne.

Il y a un an, les boissons Zyla faisaient leur entrée en Belgique avec un poil (ou même beaucoup de poils) d'autodérision grâce à une mascotte pour le moins insolite : un paresseux ultra-actif. Un concept qui a manifestement séduit les Belges, puisque Zyla a écoulé plus d'1,8 million de canettes en 10 mois en 2024, tandis que 76% des consommateurs ont donné un retour positif sur la marque et que le taux de réachat des boissons Zyla progresse mois après mois. La marque fonctionne notamment très bien dans les stations-service, les clubs sportifs et les snacks et sandwicheries.

Afin de souffler sa première bougie, la marque lance une campagne d'affichage inédite. Avec des visuels inspirés par des écrans de smartphones, Zyla rebondit sur les moments indésirables du quotidien que nos écrans de mobiles s'empressent de nous rappeler : l'appel de son boss à 19 heures, un trajet rallongé de 56 minutes ou encore le redouté « Il faut qu'on parle » de la part de sa moitié. « *Heureusement vous pouvez compter sur Zyla pour vous aider à surmonter tout ça* », précise la marque, avec la volonté de se positionner auprès des consommateurs comme l'allié incontournable dans les moments où l'énergie fait vraiment défaut.

Avec Zyla, une marque à l'univers fun et décalé, le Groupe Spadel veut se faire une place sur le marché en pleine croissance des boissons énergisantes naturelles et faibles en calories. Les boissons Zyla sont disponibles en trois types d'énergie : Focus, Boost ou Vitalité. Chaque option correspond à l'énergie dont chacun d'entre nous a besoin pour affronter toutes les notifications au cours d'une journée.

Développée par l'agence Buzzman, la nouvelle campagne de Zyla est visible en affichage depuis le 17 février, ainsi que sur les médias sociaux.

Pour plus d'infos : press@spadel.com