

Energy Drinks

Napoje energetyczne już na stałe zagościły na półkach niemal wszystkich formatów sklepów spożywczych, a także na stacjach benzynowych. Poziom cenowy i gramatura tych produktów ewaluowały w ciągu ostatnich kilku lat, dostosowując się do możliwości i upodobań konsumentów. O tym, że jest to wartościowy rynek, świadczy choćby trwający od jakiegoś czasu spór pomiędzy Food Care a Maspexem Wadowice o prawa do napoju Tiger.

Z danych Nielsen wynika, że rynek napojów energetycznych w roku 2010 osiągnął wartość około 717 mln złotych i ponad 93 mln litrów. Za największą sprzedaż tego produktu odpowiedzialny jest kanał supermarketów, dużych sklepów spożywczych i stacji benzynowych. Z kolei z danych TGI MillwardBrown SMG/KRC za okres 04.2010-03.2011 r. wynika, że spożywanie napojów energetycznych i izotonicznych deklaruje 21,1% Polaków w wieku 15-75 lat. Do marek najchętniej spożywanych przez osoby, które zadeklarowały ich konsumpcję należą: Tiger (40,68%), Red Bull (24,02%), Powerade (9,43%), Burn (7,60%), XL Energy Drink (4,24%).

Podstawową funkcją napojów energetycznych jest dodanie energii i działania pobudzającego umysł. Przeznaczone są one głównie dla kierowców, osób wykonujących ciężką pracę umysłową, studentów – zwłaszcza w okresie sesji – i dla osób wykonujących duży wysiłek fizyczny. Pobudzenie osiągnięte jest dzięki zawartości substancji biologicznie czynnych, takich jak: kofeina, tauryna, guarana, inozytol, glukuronolakton, L-karnityna i witaminy z grupy B. W skład napojów wchodzi też wyciągi z ziół, np. milorzab japoński, który poprawia zdolność zapamiętywania, wzmacniania na-

czyń krwionośnych oraz żeń-szeń poprawiającą cy kondycję i wytrzymałość organizmu. Znajdujące się w tych napojach witaminy z grupy B biorą udział w metabolizmie tłuszczów, białek, węglowodanów, jak również wspomagają funkcje mózgu i całego układu nerwowego. Likwidują uczucie zmęczenia, działają pobudzająco i przeciwdziałają zaburzeniom nerwowym.

Główne składniki napojów energetycznych

Kofeina – pobudza układ nerwowy. Działa głównie na korę mózgową, rozszerza naczynia krwionośne, przyspiesza pracę serca, działa moczopędnie, zmniejsza uczucie senności. Powoduje też uwalnianie się niewielkiej ilości dopaminy, hormonu odpowiedzialnego za uczucie zadowolenia i szczęścia. Zawartość kofeiny w energetykach o pojemności 250 ml w przybliżeniu odpowiada filiżance kawy.

Tauryna – wpływa na produkcję hormonów odpowiedzialnych za spalanie i wydalanie tłuszczów. Uczestniczy w przemianie materii, reguluje pracę serca, pobudza pracę mięśni. Podczas wysiłku fizycznego zmniejsza wydalanie serotoniny, przez co nie jest odczuwany ciężar tego wysiłku i organizm może dłużej pracować.

Guarana – jest to roślina, której ziarna zawierają 6% kofeiny. Dodanie jej do napojów powoduje, że kofeina jest wolniej wchłaniana, dzięki czemu wydłuża się jej działanie.

Glukuronolakton – ma działanie regenerujące, przyspiesza wydalanie z organizmu szkodliwych substancji przemiany materii.

L-karnityna – jest niezbędna do wykorzystania energii z tłuszczów oraz prawidłowej pracy serca i mięśni szkieletowych.

Inozytol – bierze udział w metabolizmie tłuszczów i cholesterolu, działa uspokajająco, poprawia sprawność umysłową.

Napoje energetyzujące nie są jednak zalecane do gaszenia pragnienia. Nie wolno ich łączyć z alkoholem, gdyż wzmacniają jego działanie. Nie mogą ich również pić osoby z nadciśnieniem tętniczym i chorujący na serce. Należy też zwrócić uwagę na ilość wypitanych napojów przez sportowców. Kofeina jako środek dopingujący w bezpiecznej ilości to 300 mg na dzień, odpowiada to około 3,5 puszki. Energizery nie są również zalecane kobietom w ciąży, matkom karmiącym oraz dzieciom do 15. roku życia. Zawarty w napojach inozytol może pogorszyć wchłanianie wapnia, ponieważ substancja ta podwyższa poziom fosforu w organizmie.

Tomasz Pańczyk

MINTEL

Food & Drink

Energetyki w Europie

Dotychczasowy rozwój rynku napojów energetycznych i izotonicznych w Europie następował bardzo dynamicznie. O zmianach, jakie czekają tę kategorię produktów w przyszłości informują eksperci firmy Mintel.

Największym europejskim rynkiem zarówno sportowych, jak i energetycznych napojów jest Wielka Brytania, przy sprzedaży na poziomie odpowiednio około 807 mln GBP i 241 mln GBP w 2010 roku.

W pięciu największych krajach europejskich, napoje energetyczne odnotowują rekordowe wzrosty sprzedaży, natomiast napoje dla sportowców wykazały bardziej zróżnicowane wyniki, częściowo w wyniku recesji gospodarczej. W nadchodzących latach prognozuje się wzrost sprzedaży obydwu kategorii, zarówno pod względem ilości, jak i wartości.

Innowacje

Innowacje w kategorii napojów dla sportowców i napojów energetycznych skupiają się na dodatkach i środkach konserwujących. Produkty te będą dla konsumenta bardziej naturalne i nie będą zawierały sztucznych dodatków. Zwiększy się także dostępność produktów opartych na preparatach ziołowych i mniejszej zawartości kofeiny.

Funkcjonalność

Wiele nowych produktów w kategorii jest wzbogacanych o witaminy i minerały, a także dodatki w formie soku owocowego w celu utożsamienia się ze zdrowszym produktem.

Większość napojów energetycznych jest dedykowana najmłodszym konsumentom, jednak istnieje możliwość skierowania oferty również do starszego pokolenia, poprzez sygnalizowanie zawartości witaminy B₁₂ w napojach. Warto zauważyć, że niektóre osoby z rozpoznaniem demencji lub choroby Alzheimera faktycznie cierpią z powodu niedoboru witaminy B₁₂.

Od izotonicznych do hipotoniczne

Podczas, gdy izotoniczne produkty nadal generują większość sprzedaży w kategorii na-

pojów dla sportowców, to jednak produkty hipotoniczne, które zastępują utracone płyny nie zapewniając dodatkowych węglowodanów, wykazują silny wzrost sprzedaży. Odzwierciedla to tendencję do konsumpcji napojów mniej kalorycznych.



Stephen Lahn

Account Director Mintel Food & Drink

Mintel Group Ltd.
info@mintel.com

reklama

KOSMICZNA ENERGIA

ENERGY 2000

www.energy2000drink.pl energetyk@energy2000.pl
34-141 Przytkowice 532 A, tel.+48 33 876 88 12

Red Bull GmbH



Red Bull

Gramatura: 0,25 l, 0,355 l, 0,473 l

Warianty smakowe: klasyczny, bez cukru

Red Bull to bezalkoholowy napój energetyczny, który ożywia ciało i umysł. Skuteczność Red Bulla została potwierdzona przez szereg badań naukowych, jest ceniona przez wielu czołowych sportowców i kierowców na świecie, liderów opinii oraz ciężko pracujących ludzi prowadzących aktywny tryb życia.

www.redbull.pl



Coca-Cola Hellenic

Burn

Gramatura: 0,25 l, 0,5 l

Warianty smakowe: klasyczny, owocowy

Burn to skondensowana energia, a Burn Tropical to jedyny na rynku napój energetyzujący zawierający 21% soku owocowego, który nie tylko dostarcza energii, ale posiada również naturalny owocowy smak i witaminy z grupy B.

www.cocacola.com.pl

BG



Blizz

Gramatura: 0,25 l, 1 l

Warianty smakowe: klasyczny

Blizz – poczuj „Nowy Błysk Energii”. Sponsor i partner wielu imprez, w tym studenckich Ursynaliów 2011. Blizz wspiera także drużyny AZS UW Handball Team oraz kierowców WPR DRIFT TEAM. Firma Grobsol jest wyłącznym dystrybutorem napoju.

www.zblizz.pl

Maspex



Tiger

Gramatura: 0,25 l, 0,5 l, 1 l

Warianty smakowe: klasyczny,
bez cukru, mango, limetka, cola

Tiger to napój energetyczny, który dzięki połączeniu tauryny i kofeiny jest zalecany podczas wzmożonego wysiłku fizycznego lub umysłowego. Oryginalne niebieskie opakowanie napojów energetycznych Tiger jest sygnowane nazwiskiem Dariusza Michalczewskiego.

www.tigerpower.pl

Eko-Vit



Ronin Energy Drink

Gramatura: 0,25 l

Warianty smakowe: klasyczny

Ronin Energy Drink to nowy napój energetyczny. Najwyższa jakość, międzynarodowa marka oraz bardzo atrakcyjna cena w połączeniu z nowatorskim wsparciem sprzedażowym – to wyznaczniki Ronina.

www.ronin-energy.com

reklama

Błysk Energi



Energy 2000 Polska



Energy 2000 Power Drink

Gramatura: 0,25 l, 0,5 l, 1 l

Warianty smaku: klasyczny (w planach wprowadzenie dwóch kolejnych smaków)

Marka Energy 2000 od dwudziestu lat, utożsamiana z klubową zabawą, doskonale znana na rynku (zwłaszcza wśród młodego pokolenia) od 6 lat zajmuje się również produkcją napojów energetycznych Energy 2000 Power Drink.

www.energy2000drink.pl

Canesco



Hools energy drink

Gramatura: 0,25 l, 0,33 l, 0,35 l, 1 l

Warianty smaku: klasyczny, mojito, tequila, poziomkowy

Hools energy drink to nowość na rynku energetyków. Występuje w sprzedaży od wiosny 2011 roku. To niesamowita moc i energia w płynie. W jego portfolio jest sku – 7. Dostępne są również 4 pack i 2 pack.

www.hools.pl

Naviron Poland



Granat Energy Drink

Gramatura: 0,25 l, 1 l

Warianty smaku: klasyczny, wiśniowy z orzeźwiającą miętą, owoc granatu

Granat Energy Drink – to absolutna nowość na europejskim rynku napojów energetycznych zarówno pod względem składu, jak i opakowania. Butelka stylizowana na popularny we wszystkich armiach świata granat obronny, może tak jak jej pierwowzór być np. zawieszona do szelek plecaka, kamizelki lub po prostu za pasek. W asortymencie znajduje się również napój energetyczny w opakowaniu litrowym przypominającym gaśnicę o smaku Tutti-Frutti.

www.navironpoland.pl

Las Vegas Energy Drink



Las Vegas

Gramatura: 0,25 l, 1 l

Warianty smakowe: klasyczny, kawowy, cytrynowy

Las Vegas Power Energy Drink – napój, który daje energię, gdy czujesz się zmęczony, senny i brak ci sił.

Coffee Vegas – napój energetyzujący o smaku kawy.

Kac Vegas- napój gazowany o smaku cytrynowym, wzbogacony w witaminy.

www.lasvegasdrink.pl

Herbapol-Lublin



Green-Up

Gramatura: 0,25 l, 0,5 l

Warianty smakowe: tropikalny, granat, żurawina, tropikalne jagody Acai

Green-Up – naturalna kofeina z guarany. Nie zawiera konserwantów, sztucznych barwników ani tauryny. Wariant Green-Up Power Plus Acai ma bardzo wysoką zawartość kofeiny (48 mg/100 ml).

www.green-up.com.pl

XL Energy Marketing



XL Energy Drink

Gramatura: 0,25 l

Warianty smakowe: klasyczny, żurawinowy, limonkowo-cytrynowy

XL Energy Drink – doskonały, orzeźwiający, lekko gazowany napój stworzony specjalnie na okazje, gdy potrzebna jest dodatkowa porcja energii. Znacznie poprawia koncentrację i szybkość reakcji.

XL Energy Drink jest odpowiedzią na potrzeby biznesmenów, osób uczących się i wszystkich tych, którzy potrzebują energii w rozmiarze XL.

www.xl-energy.com