



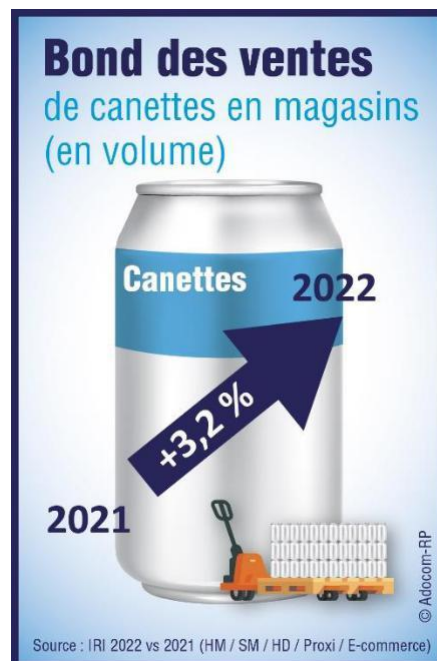
La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



2022 : LA CANETTE GAGNE DU TERRAIN SUR LES AUTRES EMBALLAGES BOISSON

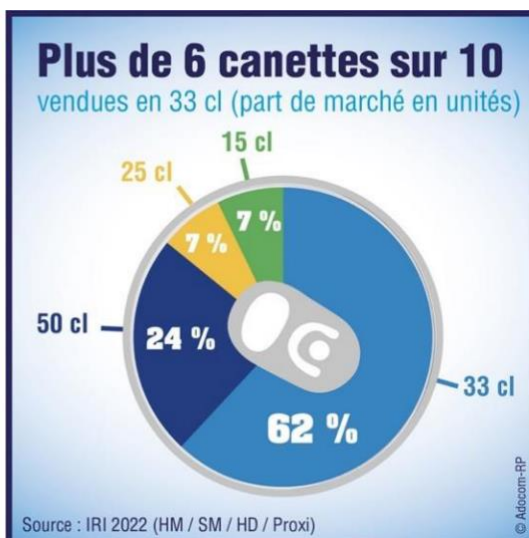
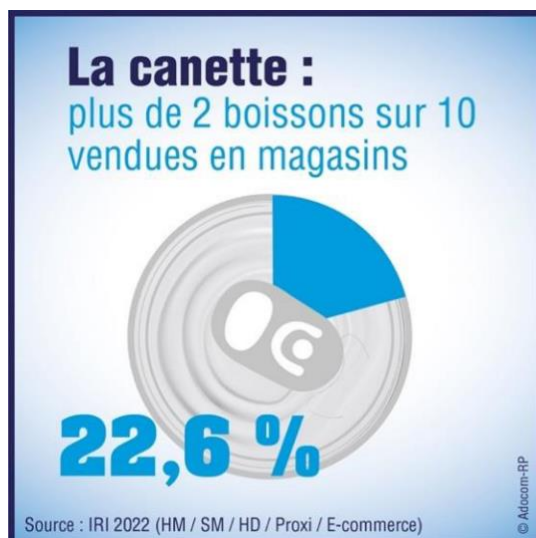
Près de 6 milliards de canettes ont été produites en France en 2022 pour répondre à la demande d'un marché en plein essor, dans l'Hexagone comme en Europe ! Avec une croissance des ventes en volume à +3,2 % vs 2021, la canette représente désormais 22,6 % des emballages boissons vendus en magasins, soit +0,3 point par rapport à 2021. La canette continue ainsi à gagner du terrain sur les autres emballages boisson. Ses ventes progressent plus vite que le plastique (+2,2% en volume) et le verre (-1,9% en volume). Une croissance également au-delà de la moyenne du marché, à +1,2 % sur 1 an.

Si le format 33 cl reste le favori des Français (62% des canettes vendues en magasins), tous les formats sont en progression, avec des formats émergents très dynamiques : +9,7% en volumes pour la mini canette de 15 cl et +14% pour les 25 cl. La canette 25 cl enregistre même la plus forte croissance du marché des boissons, tous formats confondus (plastique, verre...).



La canette doit ce succès à ses nombreux atouts en phase avec les attentes des consommateurs et des marques : fabriquée à partir d'un matériau permanent, l'aluminium, elle est ultra légère, incassable et facilement recyclable. Made in France dans 8 cas sur 10, la canette, également imprimable à 360°, est une vraie source de créativité pour les marques !

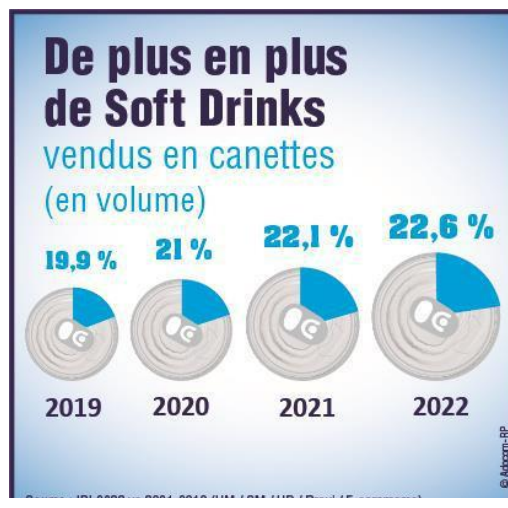
Des avantages qui séduisent de plus en plus de marques, qui bousculent les codes des marchés traditionnels : les offres de vins en canettes et de bières de spécialités ne cessent de se multiplier en rayons. Récemment, les eaux ont également rejoint la tendance !



Les softs drinks : moteurs des ventes de canettes en magasins

La hausse des ventes de canettes est tirée par le succès des canettes de soft-drinks, qui continuent de remporter des parts de marché sur les autres emballages boisson.

En 2022, **leurs ventes ont augmenté de 5,7%** en volume ! En valeur, la canette représente désormais 1/3 du chiffre d'affaires de ce segment. En 2022, la part des canettes dans les ventes de soft-drinks en magasins a gagné 0,5 point pour atteindre la **part historique de 22,6%**.



Eau gazeuse : bond des ventes en canette (en volume)



Source : IRI 2022 vs 2021 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)

Les eaux en canette : ça coule de source !

La croissance des canettes de soft drinks est portée notamment par **les energy drinks**, qui enregistrent une croissance fulgurante de **+23,4%** en volumes sur un marché à **+18,4 %** !

Les **eaux en canette**, dernière tendance du moment, enregistrent, elles aussi, une belle performance à **+14%**. Leurs ventes se sont en effet accélérées en 2022 grâce aux nombreuses innovations des marques et aux lancements de produits qui ont inondé les rayons ! **Les eaux gazeuses en canette font notamment un bond de +17% en volume**, sur un marché global à 1,6% ! Et les ventes d'eaux aromatisées en canette enregistrent une hausse de **+8,8%** en volume, sur un marché global à **+7,3%**.

Plus de 2 bières sur 10 vendues en canettes

En 2022, 22,4% des bières achetées en magasins étaient en canettes ! Malgré le repli général des ventes de bière (-1,8%), la canette gagne des parts de marché dans tous les circuits (sauf en hard discount) lui permettant de maintenir sa part de marché par rapport à 2021 (+0,1%).

Preuve de l'évolution des habitudes de consommation, mais aussi de l'adaptation des professionnels de la canette aux pénuries qui ont touché d'autres emballages : c'est désormais la boîte boisson qui tire le marché des bières dites de « spécialités » (bière d'abbaye, aromatisées...). La canette enregistre ainsi une hausse de ses ventes en volumes à **+1,3%**, tandis que ce marché recule au global de **-1,4%**.

Quant aux ventes de canettes de bière sans alcool, elles continuent leur progression à **+4,5%** sur 1 an.



La canette tire le marché en grande distribution et magasins de proximité

En 2022, la canette surperforme dans tous les circuits (sauf en hard discount, où le marché général est très en retrait) et tire le marché des boissons. Dans le détail, c'est dans les hypermarchés que la canette enregistre la plus forte progression avec +7,2% de ventes en volumes vs 4,1% pour l'ensemble du marché. Dans les magasins de proximité, ses ventes en volumes ont progressé de +6,5% vs 4,1% pour l'ensemble du marché. Pour le e-commerce, la canette enregistre également une importante performance avec +6,4% de ventes en volumes vs 2,7% pour l'ensemble du marché. Enfin, les ventes de boîtes boisson ont également augmenté plus vite que le marché des boissons dans les supermarchés : +2,8 % vs +0,7%.



À propos de la Boîte Boisson

L'industrie de la canette est représentée en France par le GIE La Boîte Boisson qui fait partie de Metal Packaging Europe (MPE). Au service de l'ensemble de la filière allant du fabricant d'emballages au consommateur en passant par les remplisseurs et les distributeurs, le GIE La Boîte Boisson joue un rôle d'information et de contact privilégié auprès des partenaires institutionnels et des Pouvoirs publics.

Ses membres sont les trois principaux producteurs d'emballages boisson en Europe présents sur le territoire français : Ardagh Metal Packaging, Ball Packaging Europe et Crown Bevcn EMEA (Europe Middle East Africa).

En savoir plus :

La Boîte Boisson : www.laboiteboisson.com

Chaque Canette Compte : www.chaquecanettecompte.com



La Boîte
Boisson

Metal Packaging Europe

