



La canette fait sa révolution en France : principal emballage boisson à progresser en 2025

Objectif : 1 boisson (soft et bière) sur 3 vendues en canette en magasins !

La canette poursuit son essor spectaculaire en France¹ ! Il s'agit du principal emballage boisson à progresser en 2025, que ce soit dans les softs, les bières, les eaux gazeuses aromatisées et thés glacés. Et ceci dans tous les segments de ventes. Confirmation d'une vraie tendance de fond entamée depuis plusieurs années, les achats de canettes pour la consommation à domicile ont augmenté de +5,8 % en volume par rapport 2024 (vs +3,4% en 2024). Une croissance qui ne faiblit pas, sur un marché global des boissons qui stagne à +0,3 % vs 2024. La canette conforte ainsi sa place de 2^e emballage le plus acheté en magasins, en continuant de gagner du terrain sur les autres emballages (plastique -3 % en volume et verre +0,2% vs 2024).

« La canette continue sa révolution en GMS ! Une croissance qui s'accélère ses dernières années, peu importe les crises et aléas du marché : covid, inflation... La canette représente désormais plus d'1/4 des emballages boissons vendus en magasins (27,7 %), soit +1,5 point par rapport à 2024. Bientôt une boisson sur 3 vendues en magasins sera en canette ! » ajoute Lucien Debever, Délégué général de la Boîte Boisson.

La canette : championne toutes catégories

La canette fait en effet exception en progressant sur chacun des principaux segments (% volumes) : energy drinks (+17,1), soft drinks (+6,5%), bières (+4,6%), eaux gazeuses aromatisées (+20%) et thés glacés (+23,3%) et dans tous les circuits de distribution : hypermarchés (+4,3 %), supermarchés (+4,1%), hard discount (+7,8%), magasins de proximité (+10,7%) et même en e-commerce (+11,8 %), qui s'est enfin mis à la canette !

Côté formats, les canettes de 33 cl confirment leur place dominante (+4,5 % en vol. sur 1 an ; 63% des canettes achetées) et pourraient même rester le format préféré des consommateurs de soft drinks en 2026 si le marché continue sur sa tendance, au coude à coude avec la bouteille plastique de 1,5 litre.

Hausse des achats de canettes en magasins



Source : Circana 2025 vs 2024 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)
Ventes en volume

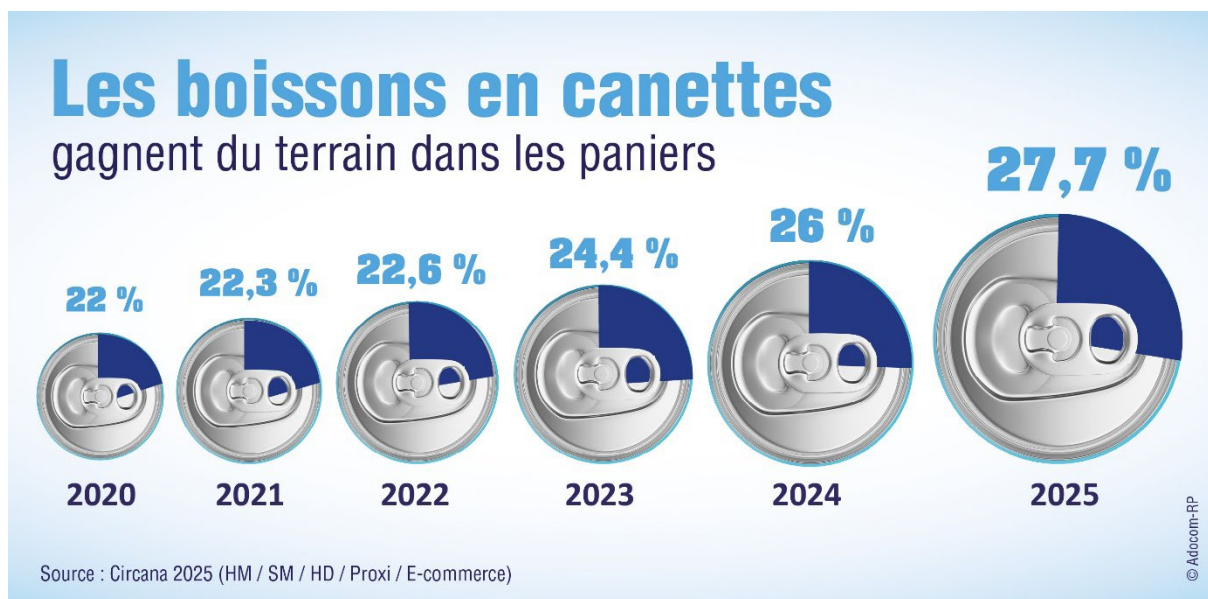
© Adocom-PP

¹ Source : Circana 2025 tous circuits : hypers et supermarchés, magasins de proximité, hard discount et e-commerce.

La canette : l'emballage performant aux multiples atouts

La canette semble bel et bien faire « sa révolution » en France : consommateurs comme professionnels de la boisson ou de la bière sont en effet sensibles aux nombreux atouts du format canette : constituée d'aluminium, matériau permanent : entièrement et continuellement recyclable, elle est ultra légère et incassable. C'est aussi l'emballage de la juste dose permettant d'éviter le gaspillage alimentaire (pertes du gaz et de la pétillance dans les grands contenants) et de mieux contrôler la consommation de ces produits « plaisir ».

La canette, également imprimable à 360°, est une vraie source de créativité pour les marques qui peuvent exprimer leur message, univers ou actualité sur l'ensemble du contenant ! Résolument au cœur de l'actualité et moderne, elle séduit toutes les générations de consommateurs qui l'adoptent désormais pour tous les types de boissons, en consommation à la maison autant qu'en hors domicile.



La canette conforte sa 2^e place des emballages boissons les plus achetés en magasins !

Avec une progression en volume à +5,8 % en 2025, la canette gagne du terrain sur le verre (+0,2% en vol.) et le plastique (-3 %). Elle représente désormais plus de 1 emballage boisson acheté sur 4 (27,7 %), soit +1,5 point vs 2024.

La canette, passée devant le verre l'année dernière, conforte ainsi sa place de 2^e emballage boisson le plus vendu en magasins dans les segments boissons et bières. Le plastique se maintient à la 1^{ère} place, avec 45,3 % de parts de marché en 2025 malgré le recul de ses ventes (-3 % en vol.) et le verre reste au pied du podium avec 25,1 % de parts de marché (+0,2% en vol.)

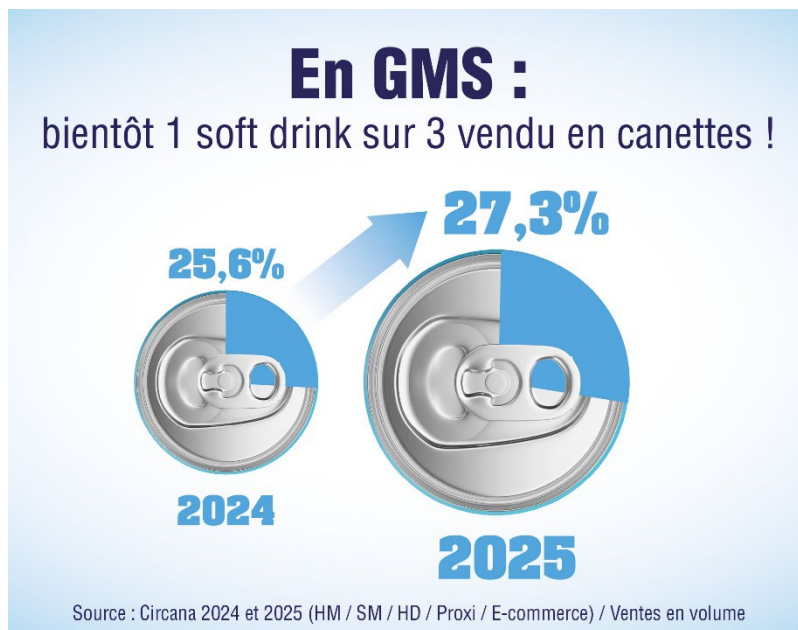


Softs drinks :

les canettes ont le peps !

Depuis 10 ans, les canettes gagnent progressivement du terrain sur les autres emballages de soft drinks. En 2025, leurs ventes ont progressé de +6,5 % en magasins, sur un marché en baisse de -0,3 % vs 2024. Désormais, plus d'1 soft drink sur 4 (27,3 %) est vendu en canette en magasins, soit +1,8 pt vs 2024.

En valeur, les canettes représentent 40,7 % du marché des softs drinks, soit +2,1 pts vs 2024.



Les energy drinks et thé glacés en canettes à plein régime !

Si la canette gagne des parts de marché sur la quasi-totalité des soft-drinks (excepté dans les boissons aux fruits plates et limonades), la croissance des canettes de soft-drinks est largement portée par les **energy drinks**. Sur ce segment, les canettes restent hégémoniques tout en conservant leur dynamisme, à +17,1 % vs +15,5 % pour le marché des Energy drinks au global.

Les **thés glacés** en canettes enregistrent également une forte hausse (+23,3% sur un marché à +1,1% vs 2024).

Les canettes sont également remarquables sur le segment des **eaux aromatisées gazeuses**, où elles progressent de +20 % en volume sur un marché global à +18,7% sur la période. Des lancements notables d'eaux gazeuses aromatisées en canettes ont en effet permis de faire bondir les ventes en 2025.

Energy drinks : les canettes moteurs du marché

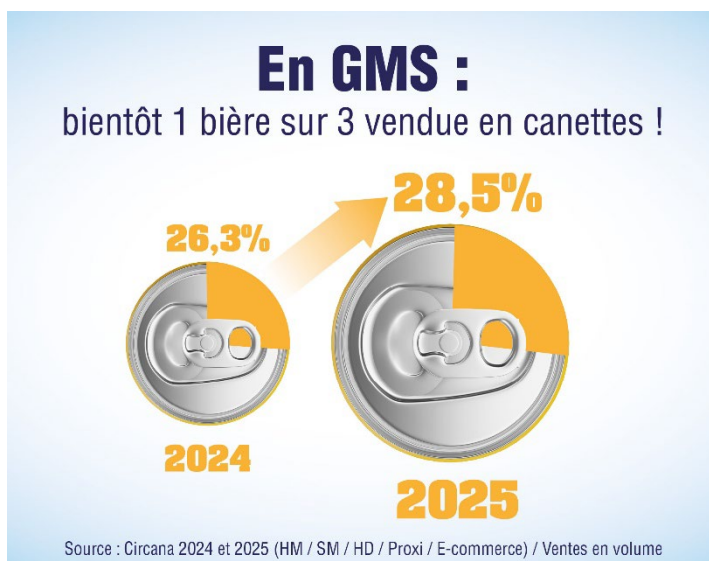


Source : Circana 2025 vs 2024 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)
Ventes en volume

Bières :

les canettes font mousser le marché

Trop longtemps dans l'ombre du verre, les bières en canettes regagnent leur lettre de noblesse depuis plusieurs années. En 2025, la part des bières vendues en canettes est montée à 28,5 %, en hausse de +1,5 pt vs 2024. Leurs ventes ont augmenté de +4,6 % en volume en 2025, tandis que le marché global des bières était à +1,2 %. La canette enregistre des hausses sur tous les segments de bières. Elles ont en effet séduit toutes les marques, des grands brasseurs historiques aux petites marques indépendantes. L'intérêt grandissant des Français pour les bières, notamment au-delà des « sacro saintes » bières d'Abbayes, couplé aux vertus de protection idéales offertes par l'emballage métallique aux brassins (opacité totale), n'y sont pas étrangers.



Progression des ventes de bières de spécialités en canette



Source : Circana 2025 vs 2024 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)
Ventes en volume

Cette tendance est désormais générale, quel que soit le segment bière : les bières dites de luxe (+2,2 % de ventes en vol. vs -1 % au global) et les bières spéciales (+5 % vs -0,6 % au global). Elles affichent également des performances supérieures au marché sur les « très valorisantes » bières de spécialités (+8 % vs 2,2 % au global).

Une tendance qui se confirme dans ces bières très connotées « premium » : l'adoption dans ce marché emblématique à forte valeur témoigne d'un changement d'image de la canette pour les brasseurs, mais aussi pour les consommateurs.

Seul le sans alcool fait encore défaut pour la canette, mais les volumes et lancements sont encore limités.

La canette gagne du terrain dans tous les circuits de distribution

En 2025, la canette fait exception dans tous les circuits et freine le recul du marché des boissons (+5,8% de ventes en volumes pour la canette sur un marché global qui stagne vs 2024). Dans le détail, et c'est une première, c'est en ligne, via le e-commerce que la canette enregistre la plus forte progression avec des ventes en hausse de +11,8 % en volume, sur un marché à +4,1 %. Le e-commerce était jusqu'alors le seul circuit à ne pas bénéficier de l'effet positif de la canette, et pour cause : les canettes y étaient souvent vendues à l'unité alors que les consommateurs qui effectuent leurs courses en ligne attendent des lots pour être livrés en quantité. Un retard rattrapé à date pour les softs, mais il reste du chemin encore pour la bière en e-commerce !

C'est ensuite dans les magasins de proximité que la canette gagne le plus de terrain, avec des ventes de canettes en volumes à +10,7% sur un marché à +4,4%. En hard discount, les ventes de canettes progressent de +7,8% vs +3,5% pour l'ensemble du marché. Enfin, en hypermarchés, la canette progresse à +4,3 % alors que la moyenne des boissons est en baisse de -1,1 % et en supermarché, elle est à +4,1 % sur un marché à -1,3 %.



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 Corporation et Crown Bevcan EMEA (Europe Middle East Africa).



La Boîte
Boisson

Metal Packaging Europe