



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



LA REUSSITE ÉTINCELANTE DE LA CANETTE : SEUL EMBALLAGE BOISSON A PROGRESSER EN 2023 !

La canette confirme son essor spectaculaire en France¹ ! Il s'agit même du seul emballage boisson à progresser en 2023, que ce soit dans les softs ou les bières. Et ceci dans tous les segments de ventes, alors même que ces marchés sont fortement chahutés. Confirmation d'une vraie tendance de fond entamée depuis plusieurs années, les achats de canettes pour la consommation à domicile ont augmenté de +3,3 % en volume par rapport 2022, quand tous les autres emballages boisson reculaient. Une croissance exceptionnelle sur un marché global pourtant en repli de -2,8 % vs 2022. La canette gagne donc du terrain sur ses concurrents en verre (-6,6 % en vol.) et en plastique (-3,2 %).

Elle représente désormais près d'1/4 des emballages boissons vendus en magasins (24 %), soit +1,4 point par rapport à 2022.

La canette fait exception en progressant sur chacun des principaux segments : energy drinks, soft drinks et bières et dans tous les circuits de distribution : hypers et supermarchés, hard discount, magasins de proximité et e-commerce.

Côté formats, les canettes de 33 cl confirment leur place dominante (+3 % en vol. sur 1 an ; 62 % des canettes achetées) et pourraient même devenir le format préféré des consommateurs de soft drinks en 2024 si le marché continue sur sa tendance, avec un recul des bouteilles plastique de 1,5 litre.

Il faut dire que la canette est un emballage durable qui doit son succès à ses nombreux atouts en phase aussi bien avec les attentes des consommateurs que celles des marques. La canette est fabriquée à partir 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 ».

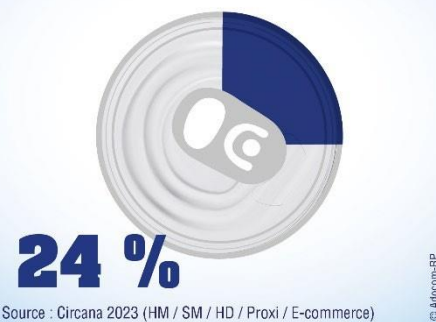
Fabriquée en France dans 8 cas sur 10, la canette, également imprimable à 360°, elle est une vraie source de créativité pour les marques ! Résolument au cœur de l'actualité et moderne, elle séduit toutes les générations de consommateurs. De plus en plus appréciée par les amateurs de bières de spécialités, elle part même à la conquête des eaux et du vin !

Hausse des achats de canettes en magasins



Source : Cricana 2023 vs 2022 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)
Ventes en volume

Près d'1 boisson sur 4 vendue en canettes



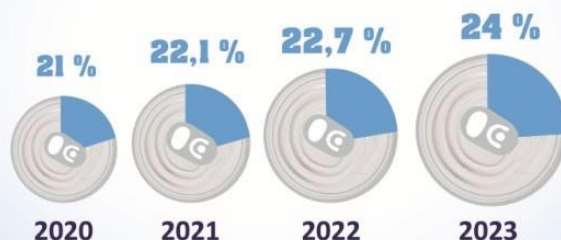
Source : Cricana 2023 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)

¹ Source : Cricana 2023 tous circuits : hypers et supermarchés, magasins de proximité, hard discount et e-commerce.

Softs drinks : les canettes poursuivent leur ascension

Depuis 10 ans, les canettes gagnent progressivement du terrain sur les autres emballages de soft drinks. En 2023, leurs ventes ont progressé de +3,6 % en magasins, sur un marché en baisse de -2 % vs 2022. Désormais, près d'1 soft drink sur 4 (24 %) est vendu en canette, soit +1,4 pt vs 2022 et + 3 pts depuis l'année du covid en 2020. En valeur, les canettes représentent 36,2 % du marché des softs drinks, soit +2,2 pts vs 2022 et + 5,3 pts vs 2020.

De plus en plus de Soft Drinks vendus en canettes



Source : Circana 2023 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce) / Ventes en volume

© Adocom-RP

Energy drinks : les canettes moteurs du marché



Source : Circana 2023 vs 2022 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)
Ventes en volume

© Adocom-RP

Les energy drinks en canettes toujours à fond !

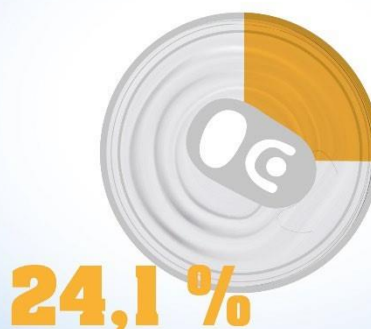
La croissance des canettes de soft drinks est portée notamment par **les energy drinks**. Sur ce segment, les canettes restent hégémoniques tout en conservant leur dynamisme, à +7,9 % vs +7 % pour le marché des Energy drinks au global. **Les colas et les autres boissons gazeuses aux fruits** ont également vu leur marché tiré par les canettes (+4,9% vs +0,1% dans les colas et +5,5% vs -6,7% pour les boissons gazeuses aux fruits). Les canettes sont également remarquées sur le segment des **eaux aromatisées**, où elles progressent de +1,7 % en volume sur 1 an alors que le marché global recule de -17 % sur la période.

Bières : les canettes en progression sur un marché chahuté

En 2023, la part des bières vendues en canettes est montée à 24,1 %, en hausse de +1,7 pt vs 2022, confirmant la reprise des canettes amorcées sur ce marché qui connaît actuellement des difficultés.

La canette enregistre des hausses sur tous les segments de bières, mis à part les **bières dites « luxes »**, les plus touchées par le repli. Elles enregistrent en effet un recul général à -11,6 % en volume sur 1 an mais les canettes résistent à -0,5 %.

Près d'1 bière sur 4 vendue en canettes



Source : Circana 2023

© Adocom-RP

Progression des ventes de bières de spécialités en canette



La canette est surtout le seul emballage boisson en croissance dans les deux principaux marchés **des bières spéciales et de spécialités**. Chez les bières spéciales, la canette enregistre en effet +2% de ces ventes en volume sur un marché global à -2,3%. Mais la plus forte hausse des canettes est enregistrée sur le marché majeur de la bière : celui des spécialités (bière d'abbaye, aromatisées...), avec des ventes en volumes à +5% vs 2023, tandis que ce segment recule au global de -3%. Une tendance inédite 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.

Quant aux ventes de canettes de **bière sans alcool**, elles progressent à +0,6 % quand le segment recule de -10,5 %.

La canette gagne du terrain dans tous les circuits de distribution

En 2023, la canette fait exception dans tous les circuits et freine le recul du marché des boissons. Dans le détail, c'est en hard discount que la canette enregistre la plus forte progression avec +11,5 % de ventes en volumes vs -0,8 % pour l'ensemble du marché. C'est ensuite en ligne, via le e-commerce, que la canette gagne du terrain, avec des ventes en hausse de +6 % en volume, sur un marché à +0,6 %. En hypermarchés, la canette progresse à +2,8 % alors que la moyenne des boissons est en baisse de -3,4 % et en supermarché, elle est à +0,9 % sur un marché à -3,6 %. Dans les magasins de proximité, elle affiche également un dynamisme à +1,2 %, quand les ventes de boissons sont à -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 Europe et Crown Bevcan EMEA (Europe Middle East Africa).

En savoir plus :

La Boîte Boisson : laboiteboisson.com

Chaque Canette Compte : chaquecanettecompte.com



La Boîte
Boisson

Metal Packaging Europe