



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



chaque
canette
compte®

avec



3^E ÉDITION DES « CANETTES D'OR » : L'EFFERVESCENCE DU SECTEUR DE LA BOÎTE BOISSON À L'HONNEUR !

Alors qu'elle vient de fêter ses 85 ans, la canette est plus que jamais d'actualité ! Incassable, légère, française, moderne, nomade, recyclable à l'infini... ses nombreux atouts séduisent toutes les générations de Français, mais aussi les marques historiques et nouveaux arrivants sur le marché (vins, hard-seltzers, bières de spécialités...) qui sont toujours plus nombreuses à l'adopter ! Ce sont ainsi près de 5 milliards de canettes qui sont en moyenne remplies chaque année en France ! Au plus près des attentes des consommateurs, les entreprises du secteur ne cessent d'innover, que ce soit en matière de création graphique, d'actions de communication, de mise en avant dans les circuits de distribution, ou encore d'initiatives en faveur du recyclage ! Une vitalité que les industriels français de la Boîte Boisson ont décidé de récompenser en remettant leur désormais attendues « Canettes d'Or », organisées tous les deux ans.



LA CANETTE : UN EMBALLAGE DURABLE QUI A LE VENT EN POUPE !

Le succès de cette 3^e édition a une nouvelle fois été au rendez-vous : **plus de 150 dossiers** ont été examinés par le Jury, un record ! Une tendance qui reflète parfaitement le dynamisme du secteur :

« La canette enregistre en effet **+ 8 % de ventes en volumes en GMS**, lorsque l'ensemble des produits de grande consommation demeurent en deçà de + 1 % !¹ Ce dynamisme s'illustre également par le nombre d'innovations qui ont choisi la canette : qu'il s'agisse de produits complètement inédits comme les hard-seltzers pour lesquels la canette est incontournable – à l'instar des energy-drinks – ou de boissons existantes qui se déclinent en canette pour toucher de nouveaux publics et/ou conquérir de nouveaux modes et moments de consommation, comme le vin. Sur les segments de marché

émergents ou dans des univers plus “classiques” comme l'eau ou la bière, l'apparition de nouveaux opérateurs apporte un vent de fraîcheur et “secoue” quelque peu les marques historiques qui redoublent de créativité. Enfin, la canette s'impose auprès de nombreuses marques en raison de ses qualités environnementales. Il faut dire que les Français sont de plus en plus attentifs aux impacts de leur consommation, pour leur portefeuille certes, mais aussi pour leur santé et pour la planète. Dès lors, ils peuvent se rassurer avec les arguments environnementaux de plus en plus présents sur les décors des canettes notamment avec notre logo « Métal recyclable à l'infini », sans compter les solutions innovantes de suremballage “plastic free”. », précise Sylvain Jungfer Secrétaire Général de la Boîte Boisson.

Autant d'éléments qui n'ont pas échappé au jury d'experts des « Canettes d'Or » qui, après des délibérations animées, ont remis **18 Prix** : 10 au nom de La Boîte Boisson pour récompenser les innovations et nouveautés des Marques et 8 au nom du programme de collecte et de recyclage hors domicile « Chaque Canette Compte », pour valoriser les initiatives en matière de développement durable.

¹Source IRI P8 2021 vs 2020

18 lauréats désignés sur plus de 150 dossiers examinés

Les troisièmes Trophées des Canettes d'Or ont enregistré la participation record de plus de 150 nouveaux produits et initiatives dans 13 catégories. Ils ont été examinés par un jury composé d'experts du design, du marketing, de journalistes professionnels et de spécialistes de La Boîte Boisson et de son programme de collecte « Chaque Canette Compte », avec CITEO.

Au total, 18 grands gagnants ont été désignés : 17 par le Jury et 1 par le grand public, qui a voté pour sa canette préférée sur le site lescanettesdor.com et les réseaux sociaux de Chaque Canette Compte (Facebook et Instagram).



Un jury d'experts et de spécialistes de la canette

Sous la présidence de Sylvain JUNGFER, Délégué Général de La Boîte Boisson, le jury était composé de Lucien DEBEVER (Chaque Canette Compte), Jean-Philippe GALLET (Édition Dauvers), Jean GOLDBERG (COMETIS), Géraldine GUIOT (CITEO), Arnaud JADOUL (Emballages Magazine), JIVAY (Youtuber – Une bière et Jivay), Sylvie LEBOULENGER (LSA), Sébastien LERIDON (BETC Design), Konstantinos MALANDRINOS (Metal Packaging Europe Sustainability), Gaël MARTINEAU (BETC Design) et David VAN HEUVERSWYN (Every Can Counts Europe).

LE PALMARÈS DES CANETTES D'OR 2021

Pour les nouveautés, innovations et initiatives durables des marques :

- La Canette d'Or du Design Soft-Drinks, Eaux, Jus de fruits & Energy Drink : **LA GAMME PULCO CITRONNADE (33 cl)**
- La Canette d'Or du Design Bières : **GUINNESS BLONDE IPA (44 cl)**
- La Canette d'Or de l'innovation Hard Seltzers : **LA GAMME DOORT (33 cl)**
- La Canette d'Or de l'innovation Vins et boissons à base de vin : **LA BOX « C'EST MA TOURNÉE » DE LA ROBE DU VIN (25 cl)**
- La Canette d'Or la plus événementielle : **ORANGINA ÉDITION LIMITÉE « LE JEU À SECOUER » (33 cl)**
- La Canette d'Or du petit poucet Soft-drink, eau aromatisée, Jus de fruits, Thé, Energy Drink : **NO PLASTIC WATERS (33 cl)**
- La Canette d'Or du petit poucet Bières : **LA GAMME LA DÉBAUCHE IPA (33 cl)**
- La Canette d'Or de la meilleure communication : **HEINEKEN POUR SA CAMPAGNE INSTITUTIONNELLE 2020/2021**
- La Canette d'Or Ambassadeur du recyclage des canettes : **COCA-COLA EUROPACIFIC PARTNERS POUR SON INNOVATION « KEELCLIP »**
- La Canette d'Or du Public : **LA GAMME LA DÉBAUCHE IPA (33 cl)**



Pour les initiatives en faveur du recyclage des partenaires de « Chaque Canette Compte » :

- La Canette d'Or Prix Spécial CITEO : **ASSOCIATION FEELING & CO**
- Prix Spécial du Jury : **SIGIDURS**
- La Canette d'Or Initiative site durable Chaque Canette Compte ex-aequo : **LA GROTTE DE LA COCALIÈRE** et **VINCI AUTOROUTES** avec **K NET PARTAGE**
- La Canette d'Or Évènement durable Chaque Canette Compte :
24H DU MANS AVEC LES TRI PORTEURS
- Les Prix Spéciaux Recycling Tour :
 - **Ville de La Baule** pour le « Meilleur tri en place »
 - **Ville de Lacanau** pour « le Meilleur accueil »
 - **Ville de La Grande Motte** « Meilleur relais »



Nouveautés, innovations et initiatives durables des marques : les 10 Lauréats

La plus belle boîte SOFT-DRINKS & EAUX



#1 Gamme Pulco Citronnade - 33 cl
Suntory Beverage & Food France

Pulco, célèbre marque

du groupe Suntory, s'inscrit comme expert de la citronnade en proposant deux références de canettes : une version plate et une version pétillante.

Pulco Citronnade arbore de jolis citrons pour un design original et épuré alors que Pulco Citronnade Pétillante s'est revêtue de petites bulles pour révéler son aspect gazeux.



#2 San Pellegrino
Momenti - 33 cl
Nestlé Waters



#3 Lorina L'Originale - 33 cl
Ets. Geyer / Royal Unibrew

La plus belle boîte BIÈRES



LES
CANETTES
D'OR



#1 Guinness Blonde IPA 5° - 44 cl
Kronenbourg SAS

Cette nouvelle recette

blonde IPA signée
Guinness est

proposée dans une
canette 44 cl au décor sur
fond blanc très élégant
avec une illustration
“vintage” mettant en
scène des toucans en
plein vol transportant des
verres des Guinness posés
sur leur bec.



#2 Météor IPA - 50 cl
Brasserie Météor
(Alsace)



**#3 Gamme Brussels
Beer Project - 33 cl**
(Belgique)

L'innovation HARD SELTZERS



#1 Gamme Doort - 33 cl

BPM Industries - Brasserie Mira (La Teste-de-Buch, 33)

DOORT est une

marque française de hard seltzer produite sur le bassin d'Arcachon. Un univers retranscrit sur leurs 4 premières canettes, une pour chaque gamme :

Cocktails-Classic-Vins-Infusion aux saveurs thé vert cardamome, ananas, gin cassis et raisin blanc pastèque (5°). Chacune des canettes est un appel au voyage et représente une planète que leur personnage a découverte.



#2 Dilu Rosé Seltzer - 25 cl



#3 Gamme Fefe - 33 cl

L'innovation VINS & boissons ABV



#1 La Robe du Vin
box "C'est ma tournée" de 3 canettes 25 cl

En 2021, **La Robe du Vin** propose « **C'est ma tournée** » une box

contenant 3 canettes de vins AOC. Un Vouvray BIO (blanc), un Malepère BIO (rouge) et un Bergerac HVE (rosé) conditionnés en canettes de 25 cl. Une expérience de dégustation inédite. Pour chaque vin 12 minutes de vidéo sont à découvrir avec 3 passionnés. Aux côtés de Brigitte, sommelière et fondatrice de La Robe du Vin, le vigneron vous emmène à la découverte de son domaine & le chef propose une recette en accord. Émotions garanties ! Un livret accompagne la box.



#2 Midinette - 25 cl
Maison Jeanjean (34)



#3 Le Star - 25 cl
Maison Le Star
Vignobles & Châteaux (33)



#3^{ex} Martini
Sans Alcool & Tonic
25 cl

La boîte la plus ÉVÉNEMENTIELLE



LES CANETTES D'OR

#1 Orangina édition limitée "Le Jeu à secouer" - 33 cl
Suntory Beverage & Food France

Les éditions limitées sont au cœur de l'ADN d'**Orangina** avec la canette en fer de lance de ses activations. En 2021, Orangina réinvente l'expérience shopper avec **le jeu à secouer**.

Cette édition limitée, portée notamment par les canettes, offre la possibilité de gagner 1000 € via une expérience inédite en réalité augmentée. Fini de gratter, avec Orangina pour gagner il faut évidemment... secouer !



#2 Série Limitée
Perrier x Murakami
33 cl - Nestlé Waters



#3 Monster
x Halo Infinite
50 cl - CCEPF



#3^{ex} Série Limitée
Faxe - 100 cl
Centre Nordique

Le Petit Poucet SOFT-DRINKS & EAUX



#2 O'Cool (boisson au CBD)
25 cl - Sources du Pestrin (07)



#3 Oxygen Water - 33 cl
Oxygen Water

Des eaux en canette signées très explicitement « **No**

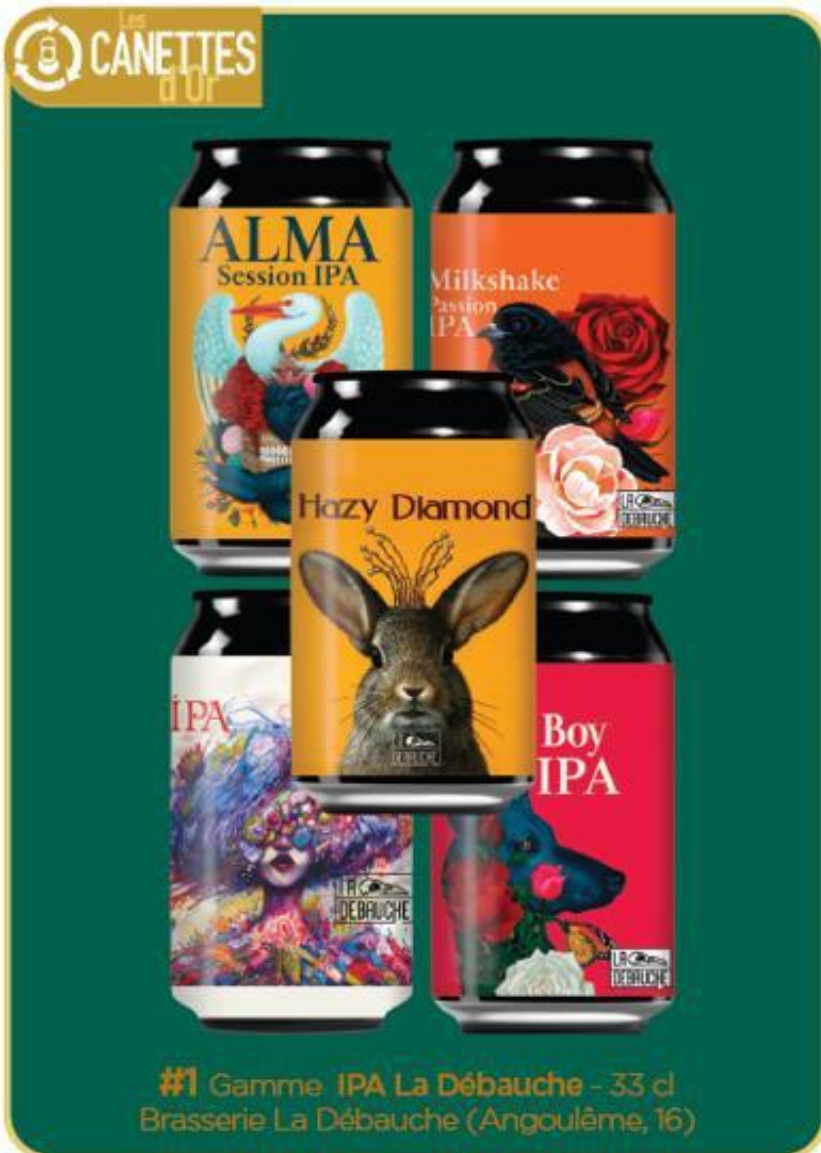
Plastic Water » font

leur entrée sur le marché français ! Leur recette est unique au monde puisqu'elles sont enrichies en minéraux et oligoéléments puisés au plus profond de l'océan. L'entreprise

Ocean52 à la manœuvre

est tout aussi originale puisqu'elle s'engage à reverser 52% de ses bénéfices à la protection des océans. Le fléau des déchets plastiques a convaincu l'entreprise de se tourner vers les canettes, recyclables à l'infini.

Le Petit Poucet BIÈRES



#1 Gamme IPA La Débauche - 33 cl
Brasserie La Débauche (Angoulême, 16)



#2 Gamme IPA Mira - 50 cl
Brasserie Mira
(La Teste-de-Buch, 33)



#3 Sylvanus Blonde 6,9°
50 cl - Brasserie du Mont Blanc
(Les Houches, 74)

Pour sa gamme **IPA**, la
Brasserie **la**

Débauche mise sur un
packaging élaboré, où
chaque étiquette est un
bijou graphique. Des artistes
du monde entier illustrent
les étiquettes des bouteilles
et des canettes de la
brasserie. Les décors sont
tous imprimés sur des
étiquettes autocollantes
apposées sur des canettes
de couleur noire.

La Canette d'Or de la COMMUNICATION



Les CANETTES d'Or

Recyclable

Dans les canettes Heineken,
tout ce qui ne se boit pas
se recycle dans le bac de tri.

En savoir plus sur heineken.com/fr/pos-engagements/preservons-la-planete

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

**#3 Campagne Institutionnelle 2020/2021
Heineken**

Depuis 2020, dans sa campagne de marque, **Heineken** fait la part belle à la canette ! Conçue par Publicis, cette nouvelle plateforme publicitaire entend mettre en avant ce qui la définit vraiment. Sur chacun des visuels, ses valeurs prennent une place centrale et positionnent le nom de la marque au second plan. Une façon de faire (re)découvrir au consommateur l'essence même du produit et ses origines. Sa ville de naissance, sa recette, l'origine française de son malt et enfin ses préoccupations environnementales avec pour illustrer ce dernier : la canette et sa recyclabilité. « **Dans les canettes Heineken, tout ce qui ne se boit pas se recycle dans le bac de tri** », est-il précisé sur un ton humoristique. Ce faisant, Heineken poursuit sa politique d'incitation au tri. Une démarche déjà saluée avec l'ajout du logo « **métal recyclable à l'infini** » sur ses canettes.



**#2 Spot post-1^{er} confinement
Coca-Cola
CCEPF**



**#3 Campagne Pepsi
Pepsico**

Ambassadeur du RECYCLAGE



LES CANETTES D'OR

NOUVEL EMBALLAGE PLUS PRATIQUE ET ZERO PLASTIQUE

Coca-Cola *Sprite* *FANTA*

Emballage carton

Transport facile !

#1 Keel Clip carton Coca-Cola
packs 6 x 33 cl ou 4 x 25 cl
Coca-Cola EuroPacific Partners France

En 2021, le groupe **Coca-Cola Europacific Partners France** fait

évoluer les lots de canettes de ses marques Coca-Cola, Fanta et Sprite : en plus de passer au format de canettes "sleek" 33 cl, un format plus léger, le suremballage plastique est remplacé par un système d'attache innovant en carton, baptisé Keel Clip. Un nouveau packaging en carton 100% recyclable, qui permettra d'économiser près de 900 tonnes de plastique par an en France !



#2 Snap Pack Carlsberg
pack 6 x 33 cl
Kronenbourg SAS



#3 Campagne Institutionnelle 2020/2021
Heineken

INITIATIVES EN FAVEUR DU RECYCLAGE DES PARTENAIRES DE « CHAQUE CANETTE COMPTE » : LES LAURÉATS

Il y a 10 ans, les industriels de la Boîte Boisson lançaient en France leur propre programme de tri et de sensibilisation au recyclage des canettes : « Chaque Canette Compte ». L'objectif : développer le recyclage de la boîte boisson dans le circuit hors foyer, auprès d'acteurs locaux partout en France, lors de grands événements nationaux, aux côtés des marques, des institutions... en faisant savoir que la canette est un emballage recyclable à l'infini et que



son nomadisme et sa modernité ne doivent pas entraver cette caractéristique unique faisant de la boîte l'un des emballages les plus vertueux sur le marché !

L'idée est la même partout en Europe avec les programmes Every Can Counts : la canette doit pouvoir être recyclée et rester dans la boucle aussi bien quand elle est consommée au travail, dans la rue ou lors d'événements.

« Les Trophées des Canettes d'Or "Chaque Canette Compte avec CITEO" mettent en valeur les nombreuses actions qui ont lieu chaque jour sur le terrain via nos **43 partenaires de collecte** (associations caritatives, entreprises de collectes, collectivités...). **Plus de 7 000 sites** pratiquent le tri par leur entremise. Grâce à eux, plus de **5 500 tonnes d'emballages** ont été collectées hors domicile et validées par CITEO depuis 7 ans. Une décennie également que nous contribuons activement à l'évolution des comportements via notre présence lors des rassemblements préférés des Français (fêtes locales ou grands événements comme le Tour de France, les 24h du Mans...). Malgré le Covid, la barre des **1 000 manifestations couvertes** sera bientôt franchie ! Qu'il s'agisse de collectes impactantes "en live", d'animations d'envergure comme les PixelCans ou encore des accompagnements recyclage opérés auprès des plus grandes marques lors de leurs activations. L'année 2021 a marqué le lancement du **"Recycling Tour"** qui a vu nos équipes sillonner les plages de France pour promouvoir les pratiques de tri et de recyclage. Trois de ces sites sensibles sont justement récompensés par trois Trophées spéciaux des Canettes d'Or. Nous espérons à présent que le "Recycling Tour" devienne une action phare de notre programme et s'inscrive dans la durée », ajoute Lucien Debever, Directeur du programme « Chaque Canette Compte ».

Prix Spécial CITEO



- Feeling & Co collecte, puis revend les canettes à un recycleur afin de **financer la formation de Chiens Guides** remis gratuitement à des personnes déficientes visuelles (déjà 2 chiens).
- L'association sensibilise également les jeunes au **recyclage** dans les écoles et les collèges.
- **208 t de canettes ont été collectées depuis 2014** et validées CITEO, dont 48 t en 2020.

Bien traiter tous les déchets, on a tous à y gagner

PRIX SPÉCIAL DU JURY

Nouveau partenaire du programme « Chaque Canette Compte », le Jury a souhaité mettre à l'honneur le **Sigidurs**, (Syndicat Mixte pour la Gestion et l'Incinération des Déchets Urbains de la Région de Sarcelles (95)) pour sa décision de mettre en place un programme de sensibilisation au tri et au recyclage des canettes sur ces communes, notamment grâce à l'installation d'un PixelCan : œuvre monumentale et participative constituée de canettes.

La Canette d'Or de L'INITIATIVE DURABLE



La Canette d'Or de L'ÉVÉNEMENT DURABLE



Les CANETTES d'Or

**24h
LE MANS**

- 11^e opération de collecte de canettes et de sensibilisation du public sur les 24 heures du Mans (250 000 spectateurs).
- Depuis le début, des centaines de jeunes ont donné de leur temps.
- Événement phare de CCC jusqu'en 2016, géré désormais en autonomie par les Tri-Porteurs.
- 8,5 t de canettes collectées depuis 11 éditions dont 500 kg sur 2021, malgré le Covid.

Les TRI-PORTEURS

La Canette d'Or de L'ÉVÉNEMENT DURABLE



« Chaque Canette Compte » s'est lancé un défi inédit cet été en collaboration avec son partenaire Citeo : sillonner les plus grandes plages de France pour y collecter un maximum de canettes tout en allant à la rencontre des vacanciers afin de les sensibiliser à l'infinie recyclabilité de cet emballage dans l'air du temps ! Chaque année, ce sont en effet 4,8 milliards de canettes qui sont consommées en France !

De la Baule à Nice, en passant par l'Île-de-Ré, Biarritz ou encore Marseille, pendant près d'un mois du 22 juillet au 15 août, les équipes de bénévoles « Chaque Canette Compte », avec le soutien de la société agréée Citeo, ont ainsi réalisé un véritable tour de France en se rendant sur les 24 plages les plus populaires de France ! Équipées de Backpacks et panières de collecte nouvelle génération aux couleurs du programme, les équipes ne sont pas passées inaperçues au milieu des vacanciers !

Cette initiative, particulièrement bien accueillie par les vacanciers, a permis de sensibiliser plus de **45 000 plagistes**. Face à ce succès, le « Recycling Tour » devrait à nouveau sillonner les plages en 2022 et devenir un événement phare du programme.

À l'occasion des « Canettes d'Or », le Jury a souhaité mettre **3 villes à l'honneur** dans lesquelles s'est arrêté le « Recycling Tour » cet été, et qui se sont démarquées pour différentes raisons, en leur remettant un Prix spécial : **La Baule pour le « meilleur tri en place »**, les équipes Chaque Canettes Compte ont en effet pu constater la parfaite mise en avant de poubelles de tri sur la plage, permettant aux vacanciers de trier leurs emballages. **La Grande Motte pour « le meilleur relai »**, la ville s'étant associée au passage du « Recycling Tour » en faisant elle aussi de la sensibilisation au tri des déchets sur la plage. Et enfin, la ville de **Lacanau, pour le « meilleur accueil »**, où commerçants et vacanciers ont en effet été particulièrement actifs et réceptifs à l'opération !



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, Ardagh Metal Beverage Group, Ball Packaging Europe et Crown Bevcan Europe.

« Chaque Canette Compte » : zoom sur 10 ans d'actions et de résultats

Le programme français « Chaque Canette Compte » a été lancé en 2010 par les fabricants français de boîtes boisson. En 10 ans, il a permis de sensibiliser plus de 22 millions de Français à la collecte des canettes hors domicile et de recycler plus de 96 millions de canettes consommées hors foyer, économisant ainsi près de 10 000 tonnes d'émission de CO₂. « Chaque Canette Compte », qui réunit aujourd'hui 43 partenaires de collecte, est présent sur près de 7 000 sites et a déjà participé à près de 1000 événements !

Toutes les actions événementielles de « Chaque Canette Compte » sont relayées sur les réseaux sociaux du programme très actifs tout au long de l'année pour permettre à de nombreux Français non présents sur les événements de suivre les résultats et les performances des actions. De nombreux concours sont également organisés pour interagir avec cette audience.

En savoir plus :

La Boîte Boisson : www.laboiteboisson.com

Chaque Canette Compte : www.chaquecanettecompte.com

Les Canettes d'Or : lescanettesdor.com/



La Boîte
Boisson

Metal Packaging Europe

