



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



chaque
canette
compte®

avec



CANETTES D'OR 2023 :

L'EMBALLAGE LE PLUS DYNAMIQUE DU MARCHÉ DES BOISSONS RECOMPENSE 17 INNOVATIONS ET INITIATIVES



Le GIE La Boîte Boisson vient de remettre à l'occasion d'une cérémonie à Paris ses Canettes d'Or 2023 : 12 nouveautés canettes ont été récompensées ainsi 5 initiatives en faveur du recyclage des canettes. Des lauréats sélectionnés parmi plus de 200 candidatures : un record reflet du dynamisme du secteur. En effet, la canette, ce petit emballage boissons qui multiplie les atouts écologiques, pratiques, économiques, esthétiques... continue de séduire de plus en plus de Français. 84 %¹ déclarent en effet consommer des canettes, contre 79 % en 2020, soit un bond de 5 points en 2 ans. Un enthousiasme qui se confirme par le dynamisme exceptionnel de leurs vente dans un contexte pourtant morose : les canettes progressent de +2,8 % en volume en magasin sur 9 mois 2023 vs 9 mois 2022 ! Il faut dire que les marques historiques comme les nouveaux arrivants sur le marché (kombuchas, yerba maté, boissons au CBD, vins, bières de spécialités...) se tournent de plus en plus vers la canette, entièrement

et continuellement recyclable, en substitution à d'autres solutions moins performantes et moins circulaires. Près de 6 milliards de canettes sont désormais produites chaque année dans l'Hexagone en moyenne, dont l'immense majorité à destination du marché français !

Au plus près des attentes des consommateurs, les entreprises du secteur ne cessent d'innover, que ce soit dans les domaines de la créativité graphique, des actions de communication, de la mise en avant dans les circuits de distribution, d'innovations mais aussi en matière d'engagement durable et de 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. Pour cette 4^e édition, reflet de l'effervescence du secteur, **ce sont plus de 200 candidatures qui ont été examinés : un record !**

Après des délibérations animées, le jury d'experts a décidé d'attribuer **17 Prix** : 12 sont remis par le GIE Boîte Boisson pour récompenser les innovations et nouveautés des Marques et 5 par le programme de collecte et de recyclage hors domicile « Chaque Canette Compte », pour valoriser les initiatives en matière de développement durable.

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

Cet enthousiasme autour de la canette se traduit depuis plusieurs années par un dynamisme inédit dans ses chiffres de vente en France. En **magasins**, la canette continue de gagner des parts de marché sur les autres emballages, avec une croissance à +2,8%² en volume vs 2022 en tirant tous ses marchés : boissons rafraîchissantes, bières, energy drinks... La canette fait en effet exception sur un marché des boissons globalement en recul. Aujourd'hui, près d'1 boisson sur 4 vendue en magasin est une canette (23,8 %). Une tendance qui se confirme aussi en circuits **hors domicile**³, où la canette bat ses records et est devenue l'emballage qui progresse le plus depuis la crise du covid, avec +12% de croissance en volume, sur un marché global en recul de -2,6%⁴ sur la même période.

¹ Baromètre GIE La Boîte Boisson / CSA – octobre 2022

² GIE La Boîte Boisson / Circana (Hypers, supermarchés, hard discount, magasins de proximité et e-commerce) à p09

³ Restauration collective (travail, enseignement, santé, 3+ âge...) restauration commerciale (CHR, restauration moderne, transports et sites), circuits de vente alternatifs (boulangerie

pâtisseries, bureaux de tabac, kiosques...) stands VAE (ambulants/saisonniers...), Distribution Automatique

⁴ Enquête GIRA 2022, Circuits hors domicile

17 lauréats désignés sur plus de 200 dossiers examinés

Les quatrièmes Trophées des Canettes d'Or ont enregistré la participation record de plus de 200 nouveaux produits et initiatives dans 11 catégories. Ils ont été examinés par un jury composé d'experts du design, du marketing, de journalistes professionnels, de représentants de Métal Packaging Europe et de spécialistes de La Boîte Boisson et de son programme de collecte « Chaque Canette Compte », avec CITEO.

12 canettes ont remporté un Prix remis par la Boîte Boisson : 11 ont été attribués par le Jury et 1 par le grand public, qui a voté pour sa canette préférée sur les réseaux sociaux de Chaque Canette Compte (Facebook et Instagram).

Chaque Canette Compte, le programme de collecte hors domicile leader en France à quant à lui attribué **5 Prix à des associations ou marques pour leurs initiatives en faveur du recyclage.**

Un jury d'experts et de spécialistes de la canette

Sous la présidence de Lucien Debever, Délégué Général de La Boîte Boisson, le jury était composé de :

Jean-Philippe GALLET (Édition Dauvers),
 Catilo CANDIDO (ABRALATAS),
 Jean GOLDBERG (COMETIS),
 Géraldine GUIOT (CITEO),
 Sarah Cuvellier (Metal Packaging Europe),
 Dominique HURET (Cape Decision),
 Arnaud JADOUL (Emballages Magazine), JIVAY (Youtuber – Une bière et Jivay), Sylvie LÉBOULENGER (LSA),
 Sébastien LERIDON (BETC Design),
 Olivier MALCURAT (Bière Actu),
 Alice MAZEL (Illustratrice et influenceuse design)
 et David VAN HEUVERSWYN (Every Can Counts Europe).



LE PALMARES DES CANETTES D'OR 2023

Pour les nouveautés, innovations et initiatives durables des marques :

Les Canettes d'Or du Design Soft-Drinks grande marque et challenger :
MONSTER AUSSIE LEMONADE (50 cl) ET LA GAMME SPUNKY (25 cl)

Les Canettes d'Or du Design Bières grande marque et challenger :
KWAK ROUGE (50 cl) ET LA GAMME ANOSTEKÉ (44 cl)

La Canette d'Or de l'innovation – nouveaux marchés : **NAKA SUNSET ET MOONLIGHT (33 cl)**

La Canette d'Or la plus événementielle : **ORANGINA ÉDITIONS LIMITÉES -
« TOUR DE FRANCE » ET « PAR TOUTATIS » (33 cl)**

La Canette d'Or de la meilleure communication : **V ENERGY ET SON SPOT PUBLICITAIRE 2023**

La Canette d'Or Ambassadeur du recyclage des canettes : **HEINEKEN ET SA CAMPAGNE
DE RECYCLAGE POUR SES 150 ANS**

La Canette d'Or du Public : **ORANGINA ÉDITIONS LIMITÉES –
« TOUR DE FRANCE » ET « PAR TOUTATIS » (33 cl)**

Le Coup de Cœur du Jury : **OGEU PYRÉNÉES (33 cl)**

La Canette d'Or du Design International - Soft-Drinks et eaux : **EVIAN SPARKLING (33 cl)**

La Canette d'Or du Design International – boissons alcoolisées : **TRACK BREWING CO (44 cl)**



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

La Canette d'Or Prix Spécial CITEO : **K NET PARTAGE**

La Canette d'Or Initiative site durable Chaque Canette Compte ex-aequo :
O CONNECTION ET GROUP M

La Canette d'Or Évènement durable Chaque Canette Compte :
VILLE DE MARSEILLE

Prix Spécial Marque Engagée : **TOURTEL TWIST**



Nouveautés, innovations et initiatives durables des marques : les 12 Lauréats

4 La plus belle canette "grandes marques" SOFT-DRINKS & EAUX



MONSTER, célèbre marque du groupe Coca Cola Europacific Partners, Monster propose des boissons énergétiques.

Monster Aussie Lemonade a troqué son traditionnel « M » vert pour se revêtir d'un beau bleu océan ! Monster a opté pour un design de canette inspirée de la grande barrière de corail australienne. Un décor du plus bel effet s'inscrivant sur tout le pourtour de la boîte.



#2 Crazy Tiger Feel Good - 50 cl
Ets. Geyer / Royal Unibrew



#3 Perrier relifting - 33 cl
Nestlé Waters

6

La plus belle canette SOFT-DRINKS & EAUX



Spunky est né de l'envie de proposer des boissons naturelles simples et décontractées. Engagés dans la culture Craft depuis 2013 avec la création de la brasserie La Débauche, les créateurs de Spunky sont convaincus que les recettes miracles existent. Spunky c'est une boisson naturelle et pétillante aux fruits, sans colorants, sans conservateurs et sans arômes artificiels ! En 2023, la brasserie lance une nouvelle saveur : Framboise et Pêche de vigne. Cette nouveauté vient compléter une gamme proposant des saveurs originales : Fruit de la passion et Bergamote ainsi que Citron Vert et Bergamote.



#2 L'Ordinaire (boisson guadeloupéenne à l'anis)
33 cl - Gpe Antilles-Glaces (97)



#3 Candy Can - 33 cl
distribué par Starwell

5 La plus belle canette "grandes marques" BIÈRES



KWAK est une marque belge bière.

Sa recette ambrée originelle est connue pour le verre dans lequel elle est servie en CHR : un "verre à cochers" qui aurait été créé à l'intention de ces derniers, sa forme leur permettant de l'accrocher à la calèche pour la consommer sans en descendre. Pour son lancement en canettes, Kwak a privilégié une recette plus accessible : à la cerise. Côté décor de la boîte, Kwak décline sa charte graphique. Si sur la version classique des épis d'orge remplacent la tête du personnage ornant les packagings, pour la version fruitée, place à une cerise. Le résultat final : une canette qui ne manque pas d'attirer le regard en linéaires.



#1 Kwak Rouge 8° - 50 cl
Pauwel



#2 Pélican - 50 cl
Brasserie Heineken



#3 Gamme Ch'ti - 50 cl
Brasserie Castelain

7

La plus belle canette BIÈRES



Fondée en 2006, la Brasserie du Pays Flamand s'est vu décerner à deux reprises la distinction de Meilleures Bière du Monde, la deuxième fois, en 2021, pour sa blonde

ANOSTEKÉ. Très tôt, cette

brasserie nordiste a fait le choix du conditionnement métallique aux côtés des traditionnelles bouteilles. Récemment, en plus du format classique 33 cl, Anosteké a lancé des canettes au format 44 cl pour ses références blonde et IPA.

Si les décors des différentes canettes sont imprimés sur du papier adhésif, en dessous, le choix de boîtes de couleur noire est du plus bel effet !



#2 Gamme Brique House
44 cl - Brique House (59)



#3 Gamme IPA LBF
33 cl - La Brasserie Fondamentale (Paris)

8

L'innovation NOUVEAUX MARCHÉS



#1 Naka Sunset & Moonlight - 33 cl
boisson au CBD - Naka



#2 Ginger beer 5°
La Débauche - 44 cl



#3 Dr Feel Good (CBD)
25 cl - Ogeu

C'est en 2020 au sein d'une start-up lyonnaise que **NAKA** voit le jour.

Naka est une boisson pétillante à base de CBD, aux extraits et arômes naturels. Son goût unique est le fruit d'une alliance parfaitement équilibrée entre notes aromatiques fruitées et florales. Naka Sunset délivre un délicieux nectar, enivrant et relaxant.

Tout cela conditionné dans une canette haute en couleurs en métal 100% recyclable.

Rebaptisée Sunset, la version initiale de la boisson au CBD Naka s'accompagne désormais d'une nouvelle recette : Moonlight. Ce parfum inédit comprend des notes fruitées de poire et herbacées. Le décor toujours aussi fantastique met toujours en scène la méduse emblématique de la marque.

9

La canette la plus ÉVÉNEMENTIELLE



Cette année **ORANGINA**

s'est associé à deux symboles français : le Tour de France et aux trois héros des Éditions Albert René : Astérix, Obélix et Idéfix. En 2023 la marque est devenue le fournisseur officiel du Tour de France.

À cette occasion, Orangina a ajouté à sa gamme classique 3 canettes collector en « édition secouée ». Elles illustrent "Les routes les plus secouées du Tour de France", représentant deux étapes majeures du Tour de France 2023 et une étape majeure du Tour de France Femmes avec Zwift 2023.

Quant à l'irréductible édition limitée Orangina « Par Toutatis », composée de trois canettes collector un jeu concours permettant de gagner un séjour ou des places pour le Parc Astérix, en scannant le QR code au dos des canettes.



#2 Séries limitées 75 ans
Kronenbourg
Kronenbourg SAS



Édition limitée 3000
Coca-Cola Créations
Coca-Cola Europacific Partners France

14

La Canette d'Or de la COMMUNICATION



V Energy, la boisson énergisante néo-zélandaise récemment installée sur le marché français par Suntory Beverage & Food France lance sa première campagne TV en France, adaptée par TBWA. Se démarquant des communications du secteur des boissons énergisantes associées à l'univers du sport, de la performance et de la masculinité, la marque revendique son ADN « Good vibes » à travers un film d'animation réalisé par Psyop. Un road trip à l'humour décalé avec des héros aux allures d'insectes, rythmé par l'incontournable « Nuit de folie » de Début de soirée (ou fin de soirée)



Chaque canette contient un QRcode où l'on retrouve les musiques écoutées lors du brassage ainsi qu'un lien vers la playlist en ligne lui correspondant !

#2 Bières
Chill / Wirgen Clutt / Bloody Witch
AM Beers

15

Ambassadeur du RECYCLAGE



LES CANETTES d'Or

150 ANS !
IL N'Y A PAS D'ÂGE
POUR PROMOUVOIR CET EMBALLAGE
EN ALU ENTièrement RECYCLABLE,
ET ON CONTINUERA.

#1 Éditions limitées 150 ans "Recyclable"
Heineken - 33 et 50 cl
Heineken Entreprises

À l'occasion de ses 150 ans, **HEINEKEN** dévoile une édition limitée inédite sur ses canettes 33cl et 50cl : le nom de la marque Heineken® disparaît au profit de la mention « recyclable » pour pousser la pédagogie sur ce format peu plébiscité par les consommateurs bières, et dont les vertus de recyclabilité sont encore peu connues.

Pourquoi Heineken® a fait ce choix ? Pour célébrer son anniversaire, plutôt que de regarder les 150 années passées, Heineken® a voulu se tourner vers les 150 années à venir en capitalisant sur 2 messages principaux : promouvoir des emballages entièrement recyclables comme la canette en aluminium, mais aussi inciter au réemploi.

La marque avait à cœur de maximiser la visibilité de ce message fort et souligner son importance. Message soutenu par ailleurs par un discours écrit avec CITEO, et inscrit sur toute la surface de la canette « Choisir une Heineken®, c'est choisir une canette entièrement recyclable. La trier, pour lui donner plus d'une vie. ». Message écrit avec une typologie illustrée pour allier message pédagogique avec un design moderne : capter le regard par l'esthétique, tout en poussant la pédagogie.



#2 Oxygen Water
Informations on-pack
33 cl - Oxygen Water



#3 1664
Informations on-pack
Kronenbourg SAS

16

La Canette d'Or du PUBLIC



Cette année
ORANGINA

reçoit une seconde distinction : La Canette

d'Or du Public ! Du 23 octobre au 9 novembre, les internautes ont pu voter sur les réseaux sociaux de Chaque Canette Compte (Instagram & Facebook) pour élire leur canette préférée et c'est Orangina qui a retenu leur attention ! Ces canettes ont récolté près de 900 votes de la part du public sur les 5000 obtenus. Un record ! Un engouement qui reflète l'amour que portent les internautes à ces deux symboles français.



Coup de cœur du JURY



La marque d'eau pyrénéenne **Ogeu** est disponible en boîtes 33 cl slim ornées d'un paysage montagnard variant d'une référence à l'autre : plate ou intense (intensément pétillante).



10

International SOFT-DRINKS & EAUX



La fraîcheur et le goût pur de l'eau minérale naturelle d'**EVIAN** est désormais disponible pour la première fois sur le marché UK avec de légères et fines bulles ajoutées. Le résultat est quelque chose d'éblouissant, d'effervescent et de légèreté rafraîchissante !

Ces canettes sont commercialisées en Angleterre dans une canette épurée de 33 cl, où le consommateur retrouve les montagnes des Alpes, origine de la source d'Evian.



#2 Kombucha Ferm
25 cl - Belgique



#3 Maté Lamaté
25 cl - Rewe (All.)



#3^{ex} Nuisance
boissons botaniques
25 cl - UK

11

International BIÈRES ET ALCOOLS



Un design simple et épuré, voilà comment cette canette dépourvue de toute écriture et marque a séduit les membres du jury. **TRACK**

BREWING CO est une brasserie anglaise qui voit le jour en 2014. Elle est actuellement basée à Manchester. Cette brasserie est spécialisée dans les bières légères et houblonnées.



#1 Track Brewing Co
44 cl - UK



#2 Vin syrah rosé
Bree
20 cl - Allemagne



#3 Gin & Tonic Water
Portobello Road
25 cl - UK

INITIATIVES EN FAVEUR DU RECYCLAGE DES PARTENAIRES DE « CHAQUE CANETTE COMPTE » : LES 5 LAUREATS

En 2010, 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 entièrement et continuellement recyclable 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 **69 partenaires de collecte** (associations caritatives, entreprises de collectes, collectivités...). **Plus de 10 000 sites** pratiquent le tri par leur entreprise. Grâce à eux, 139 millions de canettes ont été collectées hors domicile et validées par CITEO depuis 9 ans. Une décennie également que nous contribuons activement à l'évolution des comportements via notre présence lors des rassemblements préférés des Français (festivals, Tour de France, Coupe du Monde de Rugby...). 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. En 2023, pour la 3^e année consécutive, les équipes Chaque Canette Compte ont mené des actions de sensibilisation grand public à travers le Recycling Tour avec CITEO. Cet événement itinérant a concentré ses actions dans les plus grandes métropoles. Cette année, le programme bat de nombreux records : plus de 130 journées terrain de sensibilisations et de collectes et plus de 3 tonnes d'aluminium recyclé rien que sur l'événementiel », précise Thomas Lebouvier, coordinateur territorial Ile-de-France et partenariat « Chaque Canette Compte ».

La Canette d'Or

CITEO



Les CANETTES d'Or

KNETPARTAGE
recycleur du cœur

- K NET Partage fonctionne en apport volontaire, les sites participants amènent leurs canettes au site repreneur partenaire le plus proche.
- Mise à disposition des kits de collecte Chaque Canette Compte (100 à 200 par an) auprès d'associations lors d'événements, d'écoles, d'entreprises, de campings, de syndicats, de comité des fêtes, etc. Partout en France !
- Mise en place d'ateliers de création d'objets en canettes.
- 193 tonnes de canettes collectées depuis 2010.



K NET PARTAGE est une

association de loi 1901 à but caritative, humanitaire, social et environnemental qui a pour vocation d'aider les enfants vulnérables en France et à l'étranger.

K NET PARTAGE encourage la collecte de canettes usagées et leur valorisation par la revente auprès de recycleurs. Le produit de la revalorisation est redistribué à des associations, écoles, familles et institutions afin d'aider les enfants vulnérables.

22

La Canette d'Or de L'INITIATIVE DURABLE



Les CANETTES d'Or

CONNECTION
MEDIA / RP / EVENT / CULTURE

EX-ÆQUO

700 000 canettes collectées
lors de **186** activations depuis 2019
(**71 %** de taux de recyclage en moyenne)

Les CANETTES d'Or

group m

EX-ÆQUO

300 000 Français touchés cet été
durant **22** jours de tournée - **600** box
129 650 canettes collectées (**70 %** de taux de recyclage)

23

La Canette d'Or de L'ÉVÈNEMENT DURABLE



À l'occasion des « Canettes d'Or », le Jury a souhaité mettre la ville de Marseille à l'honneur, point de départ du « Recycling Tour » cet été. Les équipes de Chaque Canettes Compte ont en effet sillonné la ville pour collecter les canettes des Marseillais mais aussi pour sensibiliser touristes, vacanciers et marseillais à l'importance du geste de tri !





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). www.laboiteboisson.com

À propos de « Chaque Canette Compte » :

Le programme français « Chaque Canette Compte » a été lancé en 2010 par les fabricants français de boîtes boisson. En 13 ans, il a permis de sensibiliser plus de 36.5 millions de Français à la collecte des canettes hors domicile et de recycler plus de 139 millions de canettes consommées hors foyer, économisant ainsi près de 16 000 tonnes d'émission de CO₂. « Chaque Canette Compte », qui réunit aujourd'hui 69 partenaires de collecte, est présent sur près de 10 000 sites et a déjà participé à plus de 1100 événements ! www.chaquecanettecompte.com



La Boîte
Boisson

Metal Packaging Europe

