



LA CANETTE EN FRANCE : UNE CROISSANCE ENERGIQUE !

La crise covid n'a pas entamé le dynamisme des canettes en France¹. De 2019 à 2021, elles ont même continué à gagner du terrain sur les autres emballages boisson en magasins. En 2 ans, leurs ventes ont bondi de +9,5 % en volume, au-delà de la croissance du marché des bières et des soft drinks (+6,5 %). L'an passé, 22,3 % des boissons ont ainsi été vendues en canettes, soit une progression de part de marché de +0,5 point depuis 2019.

Sur 1 an, entre 2020 et 2021, les boîtes boisson ont même progressé plus vite (+4,1 %) que les bouteilles en plastique (+0,5 %) et en verre (+3,3 %) malgré la réouverture des bars, cafés, restaurants... et la reprise de la consommation sur place. De la mini-canette de 15 cl à la maxi 50 cl, tous les formats sont en progression, avec un boom des ventes de +20,5 % pour les 25 cl.

Incassables, légères, fabriquées en France dans 8 cas sur 10 ... il faut dire que les canettes répondent aux attentes des Français de toutes générations. Elles ont même l'avantage d'être recyclables à l'infini, s'inscrivant dans la volonté des consommateurs d'agir pour l'environnement. Au cœur des nouvelles tendances, elles répondent également à leurs envies de nouveautés et inspirent les entreprises innovantes.

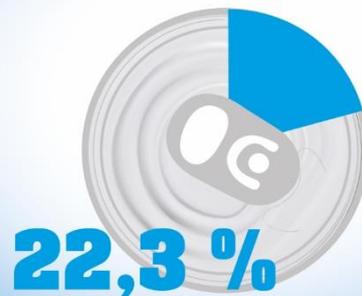
En 2021, 9 Hard Seltzers sur 10 - ces boissons pétillantes qui font fureur du côté des jeunes adultes - ont ainsi été lancés en canettes ! Les boîtes boisson bousculent également les codes des marchés traditionnels : l'année a notamment été marquée par l'arrivée de multiples offres de vins en canettes, de bières de spécialités ou encore d'eaux.

Bond des ventes de canettes en magasins



Source : IRI 2021 vs 2019 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)

La canette : plus de 2 boissons sur 10 vendues en magasins



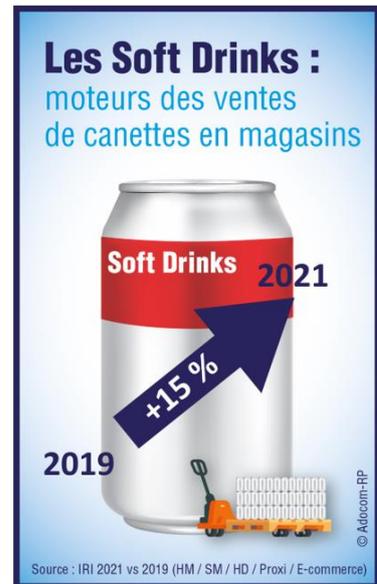
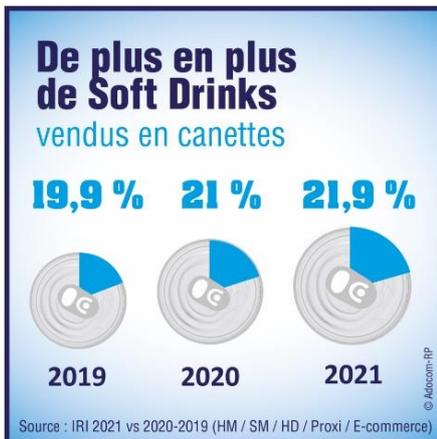
Source : IRI 2021 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)

¹ Source : IRI 2021 – Ventes volume en Hypers, Supermarkets Hard Discount, magasins de proximité et e-commerce

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 2 ans, entre 2019 et 2021, **leurs ventes ont augmenté de +15%** en volume ! Si l'on fait un focus sur 2021, les ventes de canettes ont augmenté de + 7,3 % en volume par rapport à 2020 : près de 3 fois plus que le marché (+2,6 %) ! Tous les segments sont concernés par la hausse.



En 2 ans, la part des canettes dans les ventes de soft-drinks en magasins a gagné 2 points, de 19,9 % en 2019 à 21,9 % en volume aujourd'hui : **une part historique.**

Energy Drinks et boissons aux fruits : le boom des canettes

Sur le marché des softs-drinks, si les ventes de canettes sont en plein essor sur tous les segments, elles ont enregistré l'an passé des hausses particulièrement marquées sur les Energy Dinks et les Boissons aux fruits plates (BAFP), avec des croissances à deux chiffres.

En 2021, les ventes d'Energy drinks en canettes ont notamment fait un bond de +25 % en volume par rapport à 2020 (tous emballages : +24,8 %).

Les boissons aux fruits vendues en canettes connaissent également une croissance spectaculaire à +16,7 % (tous emballages : +6,1 %).

Les eaux en canette : une tendance qui se confirme

Les ventes d'eau en canette s'accroissent en 2021 grâce aux nombreuses innovations des marques et lancements de produits qui ont inondé les rayons cette année. Les ventes d'eau aromatisées en canette enregistrent ainsi une hausse de +6% en volume, sur un marché global à +2%. Les eaux gazeuses en canette font quant à elle un bond de +9% en volume, sur un marché global à -6% !



Plus de 2 bières sur 10 vendues en canettes

En 2021, les Français ont acheté 23 % de leurs bières en canettes pour leur consommation à domicile. Une part de marché en léger recul de 0,3 point par rapport à 2020 en raison de la chute de la consommation des bières dites de « luxe », dans laquelle la canette est fortement présente et dont les ventes tous emballages ont diminué de -11,9% en volume sur 1 an.



En revanche, les ventes de canettes de bière explosent sur les bières sans alcool, avec +55 % de ventes en volume entre 2020 et 2021 et poursuivent leur progression sur les bières de spécialités (bières d'abbaye, de toutes les bières aromatisées...) : +5,4 % en volume entre 2020 et 2021 et +7% entre 2019 et 2021.

Succès des canettes en grande distribution et magasins de proximité

Si les ventes de canettes enregistrent leur plus forte progression sur les sites de ventes en ligne (+11 % sur un marché à +11,4 %), c'est sur les circuits traditionnels qu'elles tirent le marché des boissons. Leurs ventes ont ainsi augmenté de +6,6 % dans les magasins de proximité, vs +4,5 % pour le marché. Dans les hypers, elles ont progressé de +5,9 % vs +2,9 % pour l'ensemble du marché. Enfin, les ventes de boîtes boisson ont également augmenté plus vite que le marché dans les supermarchés : +5,5 % vs +2,3 %.

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, Ardagh Metal Packaging, Ball Packaging Europe et Crown Bevcan Europe. Les professionnels de La Boîte Boisson ont lancé, en mars 2010, une grande opération de recyclage baptisée « Chaque Canette Compte ». L'objectif : faire savoir que la boîte boisson est recyclable à l'infini et développer le tri hors domicile.

En savoir plus :

La Boîte Boisson : www.laboiteboisson.com

Chaque Canette Compte : www.chaquecanettecompte.com



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe

Sandra, Anaïs & l'Équipe ADOCOM-RP – Service de Presse de La Boîte Boisson – vous remercier de votre attention.

ADOCOM®-RP

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM