

## INFORMATION PRESSE

### **BCME dévoile les résultats 2009 de la boîte boisson, un emballage qui résiste même à la crise**

Paris, le 3 mars 2010

#### **51,5 milliards de canettes fabriquées en Europe en 2009**

BCME, l'association européenne de fabricants de canettes, présente les dernières statistiques 2009 sur le marché européen de la boîte boisson, un marché qui reste stable malgré la crise économique.

51,5 milliards de canettes ont été fabriquées, la production enregistrant un recul de 2,4 % par rapport à 2008. Ce léger fléchissement est principalement attribuable à la baisse de revenus dans la Zone CIS (regroupant la Russie, l'Ukraine, le Kazakhstan et les Pays Baltes). Celle-ci a provoqué une baisse de consommation représentant -17,5 % par rapport à 2008.

L'Europe de l'Ouest est restée stable avec -0,3 % par rapport à 2008 tandis que l'Europe de l'Est a baissé de 9,3 % et de 2,2 % hors zone CIS. Le Royaume-Uni demeure le premier fabricant de boîtes boissons devant la Zone Ibérique regroupant l'Espagne et le Portugal, suivie du Benelux et du CIS. Le Royaume-Uni et la Zone Ibérique représentent 30 % des canettes. Ce chiffre s'élève à 50 % en incluant les deux autres zones.

Caroline Archer Reed, directrice du Comité Marketing du BCME, de déclarer : « Alors que la crise économique a conduit à une baisse de la consommation pour l'ensemble des formats, la boîte boisson a été relativement stable. Si l'on se réfère au marché de la bière, les législations anti-tabac et les campagnes contre l'alcool au volant ont dynamisé la consommation au foyer et fait de la canette un emballage idéal grâce à son excellent rapport qualité prix et à sa praticité. La croissance des marques de distributeurs a également eu un impact positif sur le marché de la bière en boîte ».

« En ce qui concerne les boissons non alcoolisées\*, le bon positionnement prix de la canette a été un facteur clé de croissance avec celle des multi packs. Les grandes marques internationales, comme les marques traditionnelles, ont toutes su tirer leur épingle du jeu en 2009 ».

#### **Une bonne résistance de la boîte boisson**

La boîte boisson continue d'être un emballage populaire avec une large gamme, témoignant d'une bonne résistance sur un marché difficile. En 2009, le marché européen des canettes non alcoolisées est resté globalement stable à 24,5 milliards de canettes (-0,3 % de volumes par rapport à 2008), tandis que celui de la bière perdait 4,2% à 26,9 milliards de canettes. Si

l'on retire la Zone CIS, les chiffres sont meilleurs et montrent pour les boissons non alcoolisées une augmentation de 0,9 % à 24 milliards de canettes et pour la bière une baisse de 2 % à 23,2 milliards. La France et le Royaume-Uni représentent les pays qui ont enregistré la plus forte croissance pour les boissons non alcoolisées alors que ce sont les pays scandinaves pour la bière.

### **Un marché français dynamique**

La France, en dépit de la crise, a connu une très bonne année 2010 avec une croissance en volume de boîtes de 8,4 %, atteignant ainsi un total de 3,8 milliards de canettes. Les boissons non alcoolisées qui représentent 80 % des volumes produits (3 milliards de canettes), ont cru de 7,2 % par rapport à 2008, tandis que les bières, proches des 800 millions de canettes ont eu une croissance à deux chiffres à +13,4%. La bonne tenue de la consommation française et les actions menées par les remplisseurs et distributeurs expliquent ces bons résultats, confirmés par les chiffres de la grande distribution (panel Nielsen 2009) où la canette a été l'emballage le plus dynamique avec une croissance en chiffre d'affaires de 10,8 %.

### **Perspectives pour 2010**

« Nous sommes plutôt confiants concernant l'année 2010 », ajoute Caroline Archer Reed, « et cela pour plusieurs raisons qui ne sont pas uniquement liées à l'amélioration de notre environnement économique. En effet, 2010 est l'année de la coupe du monde de football, ce qui a toujours un effet positif sur la consommation de canettes. Cela est particulièrement vrai pour la bière grâce aux retransmissions télévisées, mais aussi parce que la canette est un excellent emballage pour faire des promotions événementielles. Enfin, la demande pour la mise en route de nouvelles lignes de canettes en Europe aura également un impact positif sur le marché ».

La boîte boisson offre des atouts incontestables aux remplisseurs comme aux distributeurs et aux consommateurs car elle est pratique, possède une chaîne logistique efficace et conserve le goût des boissons sur le long terme. Les canettes et leurs matières premières (acier ou aluminium) sont recyclables à l'infini. Il est d'ailleurs important de noter que la canette est l'emballage boisson le plus recyclé au monde. L'étude LCIA (cycle de vie) réalisée dernièrement pour l'industrie des boissons a clairement démontré que recycler les canettes avait un impact substantiel sur la réduction de l'empreinte carbone. À travers ses actions visant à l'amélioration des infrastructures et ses initiatives pour améliorer le geste citoyen de recyclage de la part des consommateurs, le BCME s'engage à augmenter le taux de recyclage partout en Europe ».

\*\*\*

\*Boissons non alcoolisées : colas, limonades, limes, boissons aux fruits gazeuses, boissons aux fruits non gazeuses, energy drinks



#### À propos de BCME

BCME (**B**everage **C**an **M**akers **E**urope) est une association européenne basée à Bruxelles à but non lucratif représentant les trois principaux producteurs d'emballages boisson en Europe : Ball Packaging Europe, Crown Bevcan Europe et Rexam. BCME souhaite encourager la croissance de l'industrie tant du secteur de l'emballage que des remplisseurs concernés en faisant la promotion de la canette, en communiquant ses atouts, et aussi en s'associant à des actions coopératives de développement de nouveaux segments. BCME collabore avec des associations européennes issues de l'industrie de l'aluminium (EAA) et avec les producteurs d'aciers pour emballages regroupés au sein de l'APEAL pour s'assurer que la canette reste un emballage durable de premier choix.

#### À propos de La Boîte Boisson

Le GIE La Boîte Boisson est une structure 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 joue également un rôle d'information et de contact privilégié auprès des partenaires institutionnels et des pouvoirs publics. À ce double titre, le GIE offre une large palette de services, dont l'objectif principal est la promotion de la boîte boisson dans l'intérêt direct de tous les partenaires de la filière.

Pour plus d'informations contacter :

Caroline Archer-Reed - DIRECTRICE du Comité Marketing

Tel : +33 1 49 18 43 30

Email : [caroline.archer-reed@eur.crowncork.com](mailto:caroline.archer-reed@eur.crowncork.com)

[www.bcme.org](http://www.bcme.org)

**Les membres du BCME :**

Ball: [www.ball-europe.com](http://www.ball-europe.com); Crown : [www.crowncork.com](http://www.crowncork.com) ; Rexam : [www.rexam.com/beveragecan](http://www.rexam.com/beveragecan)

**BCME, le réseau européen :**

France / La Boîte Boisson : [www.bcmelaboiteboisson.com](http://www.bcmelaboiteboisson.com)

Royaume–Uni Canmakers : [www.canmakers.co.uk](http://www.canmakers.co.uk)

Benelux : Beverage Can Benelux

Espagne: Asociación Latas de Bebidas: [www.latasdebebidas.org](http://www.latasdebebidas.org)

Allemagne: Forum Getränkedose : [www.forumgetraenkedose.de](http://www.forumgetraenkedose.de)

Europe Centrale : Bevcan East

**Organisations industrielles européennes :**

APEAL : [www.apeal.org](http://www.apeal.org)

EAA : [www.eaa.net](http://www.eaa.net)

[www.bcme.org](http://www.bcme.org)

[www.canblog.net](http://www.canblog.net)

**Contacts presse**

**GBC France**

Joëlle Rousseau

[joeller@gbc-conseil.fr](mailto:joeller@gbc-conseil.fr)

01 41 31 75 07

Elise Lavergne

[elisel@gbc-conseil.fr](mailto:elisel@gbc-conseil.fr)

01 41 31 75 15