



## CANETTES : LA FILIÈRE FRANÇAISE AFFICHE UNE ANNÉE RECORD EN 2013

- *Croissance record du nombre de canettes remplies en France en 2013 : +9,7% vs 2012*
- *Croissance des capacités de remplissage en hausse de près de 15% sur les 2 dernières années en France*

Les derniers chiffres de l'année 2013, publiés par le BCME (Beverage Can Makers Europe) confirment la vitalité de la filière des canettes. Ils montrent une augmentation record en France de la production de boîtes boisson. Ils mettent également en évidence les investissements importants engagés par les remplisseurs, qui démontrent ainsi leur confiance dans ce contenant et répondent à la demande croissante du marché en France et en Europe.

La France, avec une croissance remarquable de +9,7% de boîtes remplies en 2013 par rapport à 2012, est l'un des principaux moteurs de la croissance et le plus dynamique des grands marchés d'Europe. En 2013, le remplissage de boîtes boisson a battu tous ses records en France pour atteindre près de 4,7 milliards d'unités, soit 400 millions de canettes de plus qu'en 2012. La France a ainsi contribué à près du quart de la croissance totale du marché européen.

Confiants dans le savoir-faire français, les remplisseurs ont massivement investi en 2012 et 2013 dans de nouvelles lignes pour augmenter les capacités de remplissages et répondre à la progression de la demande de leurs marchés. Ainsi, les capacités de remplissage de canettes françaises sont désormais supérieures à 7 milliards d'unités (estimation BCME France).

Ces investissements traduisent une évidente dynamique à l'export des industries françaises de boissons sur les segments du soft drink, de la bière mais aussi de l'eau minérale gazeuse. Ces nouveaux développements, conjugués aux gains continus de parts de marché de la canette en France, renforcent les perspectives de croissance pour l'industrie française de la canette, qui concerne plus 1 000 emplois directs et 3 000 emplois indirects.

En Europe, selon les derniers chiffres publiés par le BCME, près de 61 milliards de boîtes boisson ont été remplies en 2013. Cela représente une hausse de 3% par rapport à 2012, soit l'équivalent de 1,75 milliard de boîtes boisson produites en plus.

## Zoom sur les canettes en France

### Production :

#### une croissance soutenue et d'importants investissements

**Pour les soft drinks**, le marché français du remplissage a renoué avec la croissance en 2013, atteignant +10,4% vs 2012. Un volume record de canettes de soft drinks a ainsi été rempli en France : 3,28 milliards de boîtes boisson sont sorties des lignes de production en 2013.

Ce développement est notamment dû à deux facteurs : une croissance solide de la demande sur le marché français et une augmentation des capacités de production, qui ont permis aux marques de répondre aux demandes internationales.

**Pour la bière**, après une croissance de +26,9% en 2012, le remplissage des canettes a continué de progresser fortement : +8,1% en 2013 (1,402 milliard de boîtes), confirmant la tendance à la hausse de ces dernières années.

Les brasseurs français ont, en effet, continué à investir dans les lignes de remplissage, augmentant ainsi leurs capacités de production de +15% en 2013. Ces excellentes performances démontrent le dynamisme des brasseries françaises et l'adéquation des qualités de la canette aux attentes des marchés export notamment en marques distributeurs.

**Pour les autres boissons**, le développement de l'utilisation des canettes par les marques à fortes identités d'eaux traditionnellement exportatrices et le retour en grâce auprès des consommateurs des thés glacés, constituent également un élément clé de la croissance des canettes en France.

**Par ailleurs**, les nombreuses innovations de formats proposées par les producteurs de boîtes, alliées à la création de nouveaux designs toujours plus ambitieux conçus par de célèbres créateurs, ont également contribué à la croissance du marché de la canette en 2013.

### Consommation :

#### Bonne résistance de la boîte boisson

Selon le paneliste IRI, et concernant les volumes GMS, SP et HD, en cumul annuel mobile arrêté au 29 décembre 2013 (P13), la consommation des boîtes boisson (20,4 % des volumes) se maintient en volume (-0,1%), alors que, tous conditionnements confondus, l'ensemble des bières et des soft-drinks est à la baisse (-1,3 %). En valeur, la tendance de la canette est en phase avec le marché : le chiffre d'affaires des boîtes boisson est en hausse de +8,2 %.

#### Montée en puissance des formats 25 et 50 cl

Dans le détail des formats de canettes, l'historique 33 cl, qui domine toujours largement le marché des boîtes boisson avec plus des deux tiers des volumes (64,2%), marque le pas (-1,8%), alors que les formats plus récents de 25 cl et de 50 cl continuent leur montée en puissance, affichant des croissances respectives en volume de 2,3 % et de 4 %. A contrario, la petite canette de 15 cl, est en léger repli (- 1,3 %).

## **Bières : la canette gagne des parts de marché**

Pour les bières, la boîte reste bien orientée, affichant des volumes en légère progression : +0,6%, sur un marché en recul de -1%, ce qui constitue une bonne performance compte tenu de l'application des nouveaux droits d'accise qui ont fortement augmenté les prix de vente aux consommateurs.

Par ailleurs, cette évolution des canettes au rayon bières est à mettre en perspective avec la baisse des volumes des autres conditionnements : le verre recule de 1,4 %, le mini-fût de 4,5 % et le PET de 20 %.

**En conséquence, la part de marché des canettes de bière a atteint un niveau record de 26.8%, gagnant près de 2 points de parts de marché en 2 ans.**

Parmi les différentes **contenances de canettes**, la 50 cl est encore et toujours le moteur du marché, en progression de 2,1 %, avec une part de marché volume qui atteint désormais les 69 %.

Parmi les évolutions en volume des différentes **variétés de bières** proposées en canettes, on peut noter que les bières spéciales et les spécialités gardent le cap : elles gagnent respectivement +3,4 % et + 2,2 % en volume. De leur côté, les bières de luxe en canettes perdent du terrain, mais moins que les autres conditionnements : - 2,8 % pour les bières de luxe en canette vs. -7,9 % pour l'ensemble des bières de luxe, tous conditionnements confondus.

## **Soft drinks : la canette tire son épingle du jeu**

Au rayon des soft-drinks, l'année 2013 se clôture sur une tendance négative pour l'ensemble des conditionnements : - 1,5 % en volume, toujours impactée par la taxe soft drink. Dans ce contexte peu favorable, la boîte boisson (-0,5% en volume) fait mieux que les conditionnements en PET (-2,1 % en volume).

**La bonne résistance de la boîte boisson au rayon des soft drinks lui permet, au final, de gagner des parts de marché à 17,8%, soit +0,2 points par rapport à l'année dernière.**

Dans le détail des **formats**, la 33 cl, majoritaire avec 85,1% des volumes vendus, entraîne le segment des boîtes boisson vers un repli, puisqu'elle recule de -1,6 %. En revanche, la canette de 50 cl affiche encore une progression à deux chiffres (+23,7 %) et atteint désormais 5,1 % du volume total des canettes de soft drinks, presque autant que la 15 cl (5,9% de PDM) qui, elle, marque le pas (-1,6 %). Enfin, la 25 cl est en légère progression (+0,5%).

## **L'irrésistible ascension des energy drinks en canettes**

Véritables moteurs de croissance au sein de l'univers des soft-drinks, les energy drinks affichent une progression de 11,3% en volume et de 3,5% en valeur, attestant notamment d'une montée en puissance des MDD et autres produits d'entrée de gamme.

Si le marché voit se développer une offre PET, la canette demeure le conditionnement de prédilection pour l'essentiel des energy drinks (92,7 % des sorties). Le format 25 cl historique continue à perdre du terrain (-1,8% en volume pour atteindre 45,6 % de PDM) au profit de la boîte demi-litre qui est en passe de l'égaliser (38,6 % de PDM) avec une croissance de 20,8% en volume.

## Europe : le marché des canettes poursuit sa progression et confirme la vitalité de la filière

En 2013, près de 61 milliards de boîtes boisson ont été remplies en Europe. Cela représente une hausse de 3% par rapport à 2012, soit l'équivalent de 1,750 milliard de boîtes boissons produites en plus.

### Tous les marchés de la canette en progression

Cette croissance, qui vient après une progression de 3,7% en 2012, est, cette fois, transverse aux deux marchés principaux : bières (+2,3%) et soft drinks (+3,6%), et concerne aussi bien l'Europe de l'Ouest (à +2,5%) que l'Europe de l'Est (+4,8%).

Les livraisons de canettes pour le marché européen de la **bière** ont augmenté de 2,3%, tirées par la Pologne, le Royaume-Uni, la Hollande et la France, qui continue de développer ses volumes à un rythme très important (+8,1%).

Pour les **soft drinks**, les livraisons ont augmenté de 3,6%, tirées par les pays de l'Est (+24,7%), le Danemark, la Turquie et, une fois encore, par la France, qui enregistre la meilleure progression des pays clés avec +10,1%.

### Une filière innovante pour des consommateurs nomades

La croissance continue des canettes depuis plusieurs années à un rythme de 3% par an montre la vitalité d'une industrie au service d'un emballage de plus en plus populaire. Les investissements en capacité de production et en innovations, concernant les formes et les impressions, restent les clés du succès de la canette, qui rencontre un public de plus en plus large et toujours plus nomade dans sa consommation des bières, soft drinks ou boissons énergisantes.

### Une recyclabilité plébiscitée

L'amélioration continue des taux de recyclage en Europe confirme l'adhésion des consommateurs aux programmes développés par l'industrie de la canette, tels que « Chaque Canette Compte » créés par le BCME afin d'encourager le geste de tri. En France, les industriels français de la canette, réunis au sein du GIE La Boîte Boisson, ont lancé en 2010, une initiative destinée à faire connaître au plus grand nombre la recyclabilité de la canette : 100% recyclable à l'infini. Le programme « Chaque Canette Compte », qui se concentre sur le tri hors domicile, a déjà permis de sensibiliser plus de 5 millions de Français et de collecter plus de 10 millions de boîtes boissons, représentant jusqu'à 763 tonnes d'émissions de CO2 économisées. Le dispositif mis en œuvre par « Chaque Canette Compte » est, à ce jour, présent sur plus de 1 000 sites participants permanents (entreprises, établissements scolaires, lieux publics, parcs d'attraction, etc.) et a permis de couvrir plus de 400 événements de tous types dans toute la France (Paris Games Week, 24 Heures du Mans, Grande Braderie de Lille, Enduropale, Garance Reggae Festival,...).

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014, Eco-Emballages a lancé une expérimentation en partenariat avec La Boîte Boisson pour renforcer le tri des canettes en France et mettre en place des collecteurs à disposition des entreprises, associations, administrations et autres acteurs volontaires.

Cette expérimentation a pour objectif de permettre à Eco-Emballages de définir un plan d'actions pour la collecte sélective hors foyer des emballages ménagers, dont la quantité est estimée aujourd'hui entre 100 000 et 200 000 tonnes.

Il permettra également de développer le recyclage pour tous les matériaux d'emballages ménagers collectés par les partenaires du programme, au-delà des seules canettes, et de répondre à une demande forte des acteurs de l'économie sociale et solidaire.

### À propos de La Boîte Boisson

L'industrie de la canette est représentée en France par le GIE 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. Le GIE La Boîte Boisson en lien avec l'Association Européenne BCME (Beverage Can Makers Europe) représentant les trois principaux producteurs d'emballages boisson en Europe que sont Ball Packaging Europe, Crown Bevcan Europe et Rexam ainsi que pour la France les fabricants de métaux ArcelorMittal et Constellium, a choisi depuis trois ans **d'orienter ses priorités vers le développement durable avec pour objectif de faire mieux connaître à ses partenaires et clients les atouts dont bénéficie la fameuse boîte boisson.**

Les professionnels de *La Boîte Boisson*, membres de l'Association Européenne BCME (Beverage Can Makers Europe), ont lancé, en mars 2010, une grande opération de recyclage baptisée « Chaque Canette Compte ». L'objectif : Faire savoir que la boîte boisson est 100% recyclable à l'infini et développer le tri hors domicile.

#### En savoir plus :

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

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

Chaque Canette Compte : [www.chaquecanettecompte.com](http://www.chaquecanettecompte.com)



---

L'équipe Adocom – Sandra, Irène, Bruno - Service de Presse de La Boîte Boisson  
vous remercie de votre attention.

Tél. : 01.48.05.19.00 – Courriel : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr)

**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](mailto:adocom@adocom.fr) - site : [www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)

Qualification : Agence Certifiée OPQCM