



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



2020 : L'ANNÉE DE TOUS LES RECORDS POUR LA CANETTE EN FRANCE !

En 2020, la canette a fêté ses 85 ans. Une année atypique qui lui a largement permis de démontrer qu'elle était plus que jamais d'actualité ! Incassable, légère, durable, française... ses nombreux atouts séduisent toutes les générations de Français qui l'ont plébiscitée pour leur consommation à domicile. La canette atteint ainsi une part de marché record : avec une croissance des ventes en volume à +5,2 % vs 2019, elle représente désormais 22 % des emballages boissons vendus en magasins, soit +0,2 point par rapport à 2019. Tous ses formats sont en progression : +7,6 % de ventes en volume pour les 25 cl, +6,6 % pour les 33 cl, +3 % pour les maxi-formats de 50 cl et +1,3 % pour les minis de 15 cl.



La boîte boisson réalise ses plus belles performances avec les soft-drinks, qui enregistrent une croissance en volume 4,5 fois supérieure à celle du marché en 2020 : +7,3 % de ventes pour les soft-drinks en canette vs +1,6 % pour l'ensemble des soft-drinks. De leur côté, les ventes de canettes de bière sont également en progression, de +2,1 % en volume.

Par ailleurs, les canettes contribuent à l'essor spectaculaire du e-commerce. Elles enregistrent leurs plus fortes progressions dans ce circuit de distribution en ligne : +39 % de ventes en volume en 2020. Alors qu'il ne représente encore que 4,7 % des ventes de canettes en France, le e-commerce offre donc un très fort potentiel de croissance.

80 % des canettes
vendues en France sont
fabriquées en France



Source : Estimation La Boîte Boisson

Pour répondre à cette forte demande des consommateurs dans la situation inédite de 2020, le secteur français des canettes, qui fabrique 80 % des canettes vendues dans le pays, a su faire preuve d'une grande agilité. Les 4 000 collaborateurs français du secteur, répartis sur 28 sites ancrés au cœur des territoires, ont su rapidement s'adapter et ont sorti près de 6 milliards de canettes en 2020, dont environ 1/3 pour l'exportation. Ce nombre est équivalent à celui des années précédentes, dans un contexte pourtant très particulier.

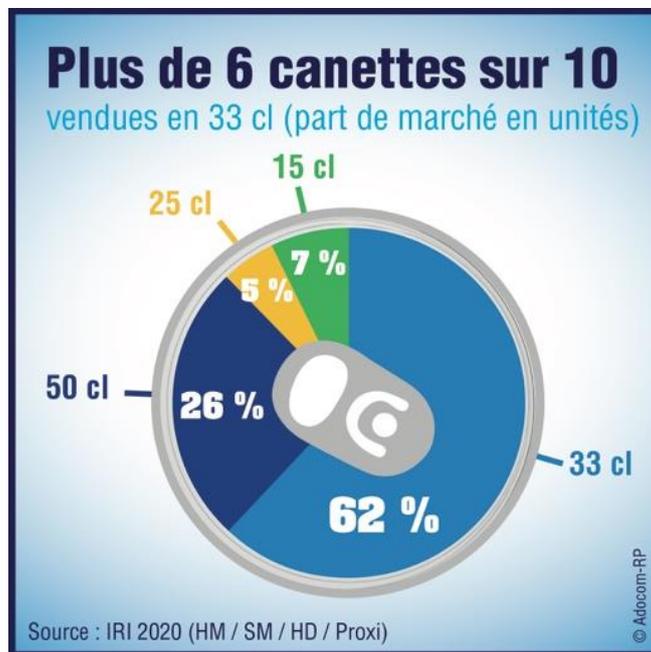
Plus de 6 canettes sur 10 achetées en format 33 cl

(Source : IRI 2020 vs 2019)

En magasins, les canettes sont majoritairement vendues en format 33 cl, qui représente 62 % des boîtes boissons achetées. Il est suivi du format 50 cl (26%), tandis que les plus petits formats représentent, quant à eux, 7% pour le 15 cl et 5% pour le 25 cl. *(en nombre d'unités).*

Le format 25 cl enregistre de belles performances en 2020, avec une hausse des ventes en volume de +7,6 %, juste devant les canettes de 33 cl, qui progressent à +6,6 % sur un an. *(en volume -ml)*

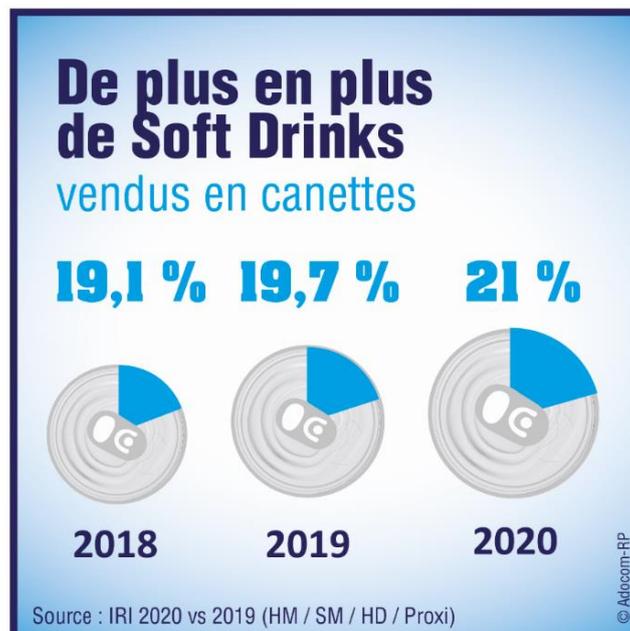
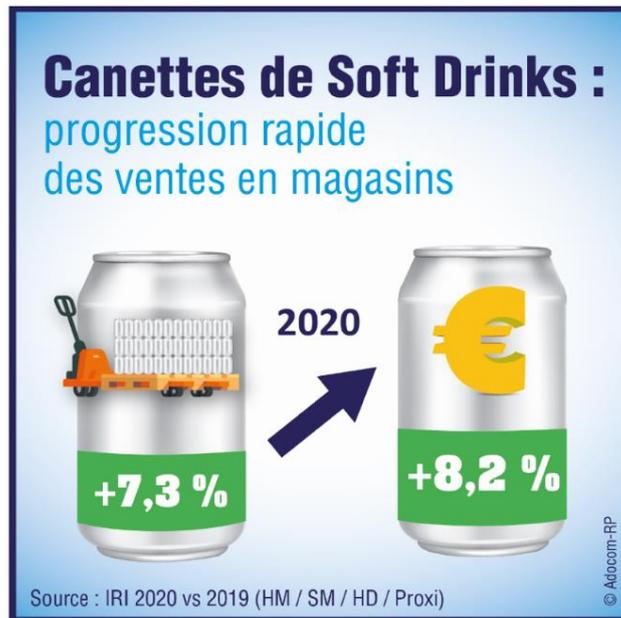
Les canettes de 50 cl et de 33 cl contribuent largement à la valorisation du marché des boissons. Elles se positionnent respectivement sur la 2^e et la 3^e marche du podium des ventes d'emballages boisson en valeur.

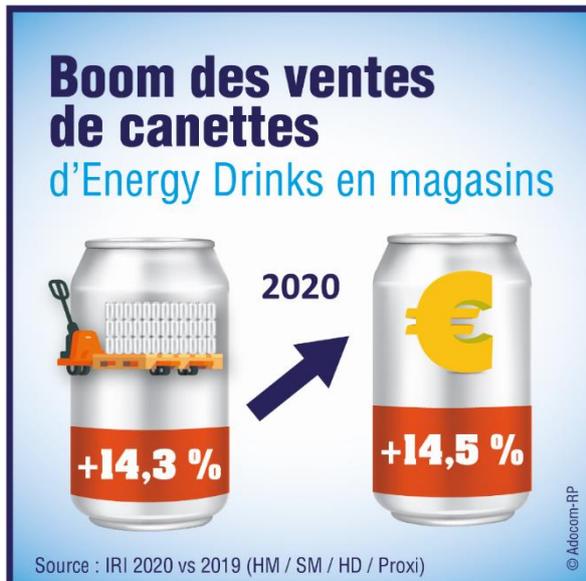


Les softs drinks : moteurs des ventes de canettes en magasins

(Source : IRI 2020 vs 2019)

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 2020, leurs ventes ont augmenté de + 7,3 % en volume et de + 8,2 % en valeur par rapport à 2019. Une progression beaucoup plus rapide que le marché global des soft-drinks, qui enregistre une hausse à +1,6 % en volume et +1,7 % en valeur sur la période. En 3 ans, la part des canettes dans les ventes de soft-drinks en magasins est ainsi passée de 19,1 % en 2018 à 21 % en volume aujourd'hui : une part historique.





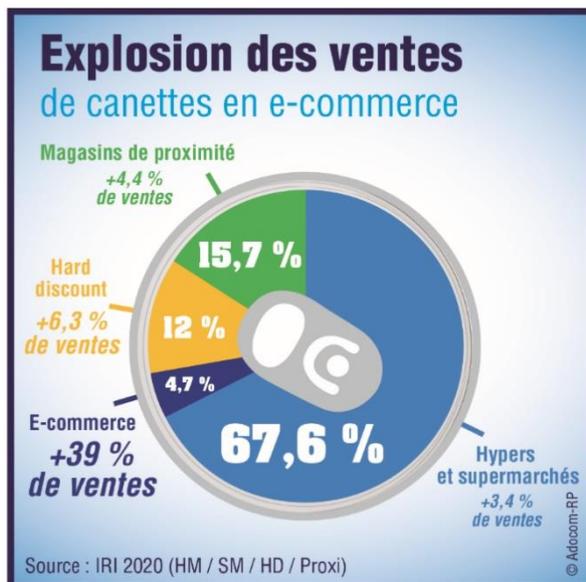
Boom des canettes d'Energy Drinks

(Source : IRI 2020 vs 2019)

Sur le marché des Softs Drinks, les ventes de canettes d'Energy Drinks sont en plein essor. En 2020, elles ont fait un bond de +14,3 % en volume et de 14,5 % en valeur.

Bières : croissance des ventes en canettes

En 2020, les Français ont acheté 23,6 % de leurs bières en canettes pour leur consommation à domicile. Entre 2019 et 2020, leurs ventes ont progressé de +2,1 % en volume et ont gagné +3,6 % en valeur. La croissance est notamment tirée par les bières spéciales. Les canettes de bières sans alcool commencent également à émerger.



Hausse historique des ventes en e-commerce

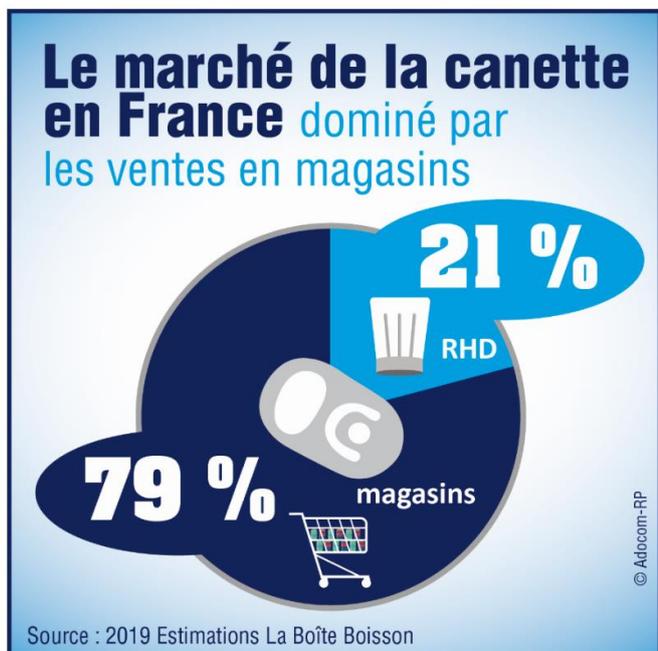
Les canettes contribuent à l'essor du e-commerce en 2020. Elles ont en effet enregistré des ventes des ventes records dans ce circuit : +39 % de ventes en volume vs 2019. Encore peu représenté dans les circuits de vente de la canette (4,7 % de part de marché), le e-commerce représente un fort potentiel de croissance pour le secteur. De leur côté, les hypers et supermarchés restent majoritaires dans les ventes de canettes, avec 67,6 % de part de marché, et une progression des ventes de +3,4 % en 2020. Les magasins de proximité représentent 15,7 % des canettes vendues en 2020 et leurs ventes sont en hausse de +4,4 % vs 2019. Enfin, le hard discount a vendu 12 % des canettes en 2020, avec des ventes en progression de +6,3 %.

Restauration Hors domicile :

la canette relativement épargnée par la crise

En 2020, les restrictions et les fermetures des établissements de restauration ont eu une plus faible incidence sur le marché des canettes par rapport à d'autres emballages. Même si le

marché du hors domicile reste très important pour la boîte boisson, car il représentait, en 2019, 21 % des volumes de canettes, sa consommation « sur place » est beaucoup moins prégnante que pour d'autres emballages. En effet, la canette est sur-représentée en vente à emporter, à 56 % (vs 22 % pour l'ensemble des emballages boissons), ce qui lui a permis d'être moins touchée par la crise que d'autres emballages boisson. De plus, beaucoup de restaurants se sont mis à proposer des offres à emporter incluant des canettes.



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.

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 remercient 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