



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



chaque
canette
compte[®]

avec



DOSSIER DE PRESSE

CANETTE :

LE PETIT EMBALLAGE ÉCO-RESPONSABLE QUI MONTE S'ENGAGE POUR LA CONSIGNE !

Les canettes sont de plus en plus appréciées en France, où la proportion de consommateurs a même dépassé le cap des 8 sur 10. Les Français sont en effet 84 % à déclarer en consommer depuis fin 2022, contre 79 % en 2020, soit un bond de 5 points en 2 ans ¹ ! Un enthousiasme qui se reflète parfaitement dans leurs achats. En 2022, les ventes de canettes en magasins ont ainsi progressé de +3,2 % en volume vs 2021 et ce dynamisme se confirme en 2023 ! Alors que le marché des boissons est globalement en repli de -0,9 % en volume au 1^{er} trimestre, la boîte boisson est l'emballage qui fait exception : elle gagne + 4,3 % par rapport au 1^{er} trimestre 2022 ! Aujourd'hui, 1 boisson sur 4 vendue en magasin est une canette (24,8 % ; +1,2 point par rapport au 1^{er} trimestre 2022).² Il faut dire que ce petit emballage boisson a de nombreux atouts à faire valoir !

Au cœur de l'actualité, la canette multiplie les vertus écologiques. Ultralégère, elle a perdu 30 % de son poids en 30 ans. Également incassable et empilable, elle est ultra efficace dans toute sa chaîne de transport pour une empreinte carbone réduite, d'autant qu'elle est fabriquée en France dans 80 % des cas ! Surtout, il s'agit d'un emballage monomatériau, sans bouchon ni étiquette, elle n'est faite que de métal. L'aluminium lui permet d'être entièrement et continuellement recyclable sans perte de ses qualités intrinsèques puisqu'il s'agit d'un matériau permanent. La filière estime ainsi que les $\frac{3}{4}$ l'aluminium produit depuis son invention (1880) est toujours en circulation aujourd'hui³.



L'économie circulaire est ancrée dans l'ADN du secteur, qui s'est fixé pour objectif de collecter un maximum de canettes pour recyclage. Ainsi, pour sensibiliser le grand public au tri, y compris hors de chez eux, les fabricants de canettes, réunis au sein du GIE La Boîte Boisson, ont notamment lancé, dès 2010, leur propre programme pour développer la collecte hors domicile : « Chaque Canette Compte ». Ce programme aujourd'hui leader en France dans son domaine a permis de sensibiliser plus de 36 millions de Français au sujet et de recycler directement plus de 139 millions de canettes dans les lieux les plus difficiles et exposés. Aujourd'hui, face à l'urgence des enjeux et objectifs environnementaux, un emballage ayant de telles caractéristiques vertueuses et efficaces doit être davantage trié, bien au-delà des 6 canettes sur 10 actuellement collectées pour recyclage en France. C'est pourquoi les professionnels soutiennent les annonces de CITEO en faveur d'un déploiement de la consigne pour les boissons, en support d'un renforcement du bac jaune. Ils estiment

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)

désormais que seule la consigne permettra d'atteindre l'objectif des 90 % de collecte fixé pour 2029 par l'Union européenne. Les schémas de consignes se développent en effet partout en Europe avec une extrême efficacité : Norvège, Finlande et Suède avec 94 à 97 % de canettes collectées, ou dans des pays comme la Lituanie, la Croatie, le Danemark...qui ont atteint des taux à plus de 85/90 % en moins de 2 ans.

La canette : un emballage boisson durable d'exception

Au cœur de l'économie circulaire, la canette multiplie les atouts pour séduire toutes les générations de Français : **incassable, légère, française, moderne, nomade, entièrement recyclable de manière permanente** ... Il n'est donc pas étonnant qu'elle **gagne du terrain sur les autres emballages boisson**. Au 1^{er} trimestre 2023, les ventes de canettes en magasin ont ainsi bondi de +6,3 % en volume sur un marché des soft-drinks table à +0,9 % par rapport au 1^{er} trimestre 2022. Et, alors que le marché des bières était en recul de -4,5 % sur 3 mois 2023, la bière vendue en canette a quant à elle résisté à +0,9 % dans le même temps. Il faut dire que la canette gagne le cœur des Français. Elle figure désormais dans le **Top 3 de leurs emballages boissons préférés** et 29 % d'entre eux lui attribuent même une note supérieure à 8 sur 10 ; une proportion en hausse de +6 pts en 2 ans ! Les Français sont également de plus en plus nombreux à reconnaître ses **vertus écoresponsables**. Ils sont notamment 43 % à être désormais conscients qu'elle est **facilement recyclable** ; une proportion en hausse de + 7 points en seulement 2 ans. Son **infinie recyclabilité** est également mieux connue puisque les Français sont désormais plus de 1/4 à lui reconnaître cette particularité (27 %), +7 points en 2 ans.

Les Français prêts pour la consigne

Les Français sont très majoritairement **favorables à la mise en place d'un système de consigne** (86 %) pour développer la collecte et le recyclage des emballages boisson. En cas d'entrée en vigueur, plus de 9 Français sur 10 (93 %) se disent ainsi prêts à changer leurs habitudes pour adopter ce nouveau schéma de collecte quand il s'agit des canettes. Le montant de la consigne sera déterminant dans sa bonne application, il s'agit en effet du principal frein cité par les réticents, à égalité avec le stockage des emballages en attente d'être rapportés en point de collecte (60 %). Les professionnels de la canette estiment qu'une **consigne à 10 centimes d'euros pour les petits emballages boissons** tels que les leurs pourrait être un montant juste et acceptable. Ce montant appliqué à une canette de 33 cl est le plus optimal pour minimiser la perturbation des habitudes de consommation, tout en maximisant le taux de retour de l'emballage.

La filière des canettes engagée pour une consigne efficace

Le *GIE La Boîte Boisson* soutient le projet de consigne en France, en appui du bac jaune, et propose des mesures ambitieuses pour assurer son efficacité et ainsi permettre à la canette d'exprimer toute sa circularité. Si les fabricants de canettes sont favorables à ce que tous les emballages de boisson soient intégrés dans un schéma de consigne, le but premier est que **chacun des emballages boisson** atteigne individuellement **90 % de taux de collecte**, favorisant ainsi l'équité et l'objectif global à atteindre pour tous. Le *GIE La Boîte Boisson* insiste sur la nécessité d'établir des **montants de consigne justes** pour les consommateurs, en

prenant en compte des critères tels que le pouvoir d'achat et l'incitation au retour des emballages, tout en évitant la fraude. Il est primordial que le montant de la consigne sur un petit contenant soit plus faible que celui d'un grand contenant. De plus, le GIE souligne l'importance d'un **maillage dense des points de retour, facilitant** les démarches des consommateurs. Les professionnels estiment que ces points de retour devront être avant tout manuels et présents dans tous les types points de ventes, y compris les plus petits, et qu'ils devront également comprendre une flotte conséquente d'automates dans les grandes surfaces à forte capacité. Chaque point de retour doit récupérer tous les types d'emballages consignés. Enfin, afin notamment de répondre aux enjeux de décarbonation de l'industrie européenne, la consigne permettrait à la filière de la canette de maintenir l'**aluminium des canettes dans une boucle fermée**, en obligeant l'organisme en charge de la consigne à revendre l'aluminium collecté dans des conditions équitables, transparentes et accessibles à l'ensemble des opérateurs sur le marché et en interdisant le **financement croisé** (entre matériaux, entre dispositifs) afin de valoriser les filières les plus efficaces.

Canettes d'Or 2023 : le dynamisme du secteur à l'honneur

Résolument ancrée dans l'air du temps, la canette constitue également un formidable support créatif, qui séduit aussi bien les marques historiques que les nouveaux arrivants sur le marché (vins, hard-seltzers, bières de spécialités...) ! Un dynamisme que reflètent les Canettes d'Or 2023, concours lancé en 2017 par le *GIE La Boîte Boisson* pour récompenser tous les 2 ans les dernières initiatives et nouveautés, que ce soit en termes de créativité graphique, actions de communication, mise en avant dans les circuits de distribution... et en matière d'engagement durable et de recyclage.



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).

La France produit, chaque année, près de 6 milliards de canettes prêtes pour remplissage. La filière des canettes représente en France 4 000 emplois directs et indirects, répartis dans 28 sites de fabrication et centres de Recherche et Développement partout sur le territoire.

En savoir plus :

La Boîte Boisson : laboiteboisson.com

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

SOMMAIRE

CONSOMMATION : LA CANETTE GAGNE DU TERRAIN SUR LES AUTRES EMBALLAGES BOISSON

- Ventes en magasins : la croissance de la canette fait exception sur le marché des boissons p.6
- Baromètre : les Français de plus en plus conquis par la canette p.10

RECYCLAGE : LA FILIÈRE S'ENGAGE POUR RENFORCER LA COLLECTE DES CANETTES

- Consigne : les Français prêts à adopter le nouveau schéma de collecte p.14
- Les professionnels de La Boîte Boisson mobilisés pour l'adoption d'une consigne efficace p.16
- Collecte hors domicile : « Chaque Canette Compte », un programme leader en la matière p.20

CANETTES D'OR 2023 : LES MEILLEURES INNOVATIONS ET INITIATIVES DU SECTEUR RÉCOMPENSÉES

p.25

CONSOMMATION :
LA CANETTE GAGNE DU TERRAIN
SUR LES AUTRES EMBALLAGES BOISSON



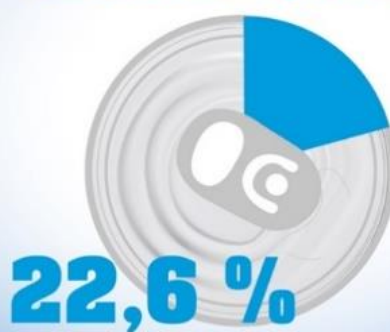
VENTES EN MAGASINS : LA CROISSANCE DE LA CANETTE FAIT EXCEPTION SUR LE MARCHÉ DES BOISSONS !

Source : La Boîte Boisson / Circana (Hypers, supermarchés, hard discount, magasins de proximité et e-commerce)

La canette confirme son envolée

En 2022, les ventes de canettes ont progressé en volume de +3,2 % vs 2021. Elle a gagné du terrain sur les autres emballages boisson, en progressant plus vite que le plastique (+2,2% en volume) et le verre (-1,9 % en volume). Une croissance également au-delà de la moyenne du marché, à +1,2 % sur 1 an.

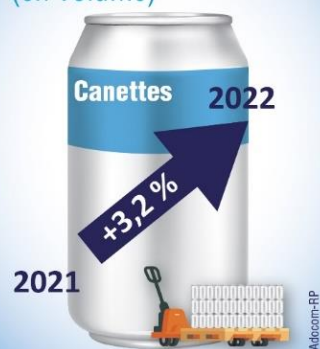
La canette :
plus de 2 boissons sur 10
vendues en magasins



Source : IRI 2022 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)

© Adcom-RP

Bond des ventes de canettes en magasins (en volume)

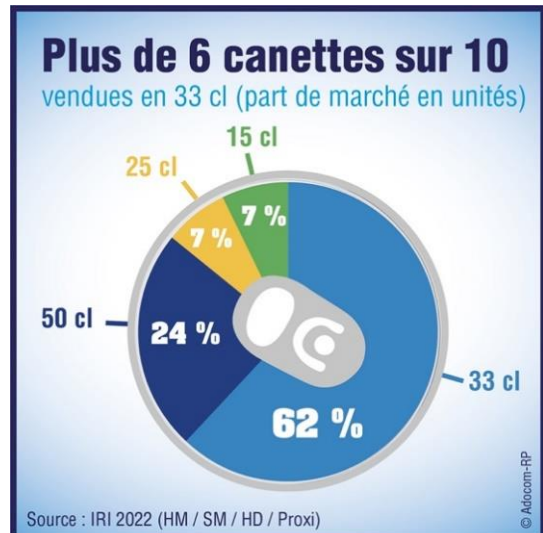


Source : IRI 2022 vs 2021 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)

Tendance 2023 : La canette confirme sa croissance en France sur les premiers mois de l'année 2023 alors que le marché des boissons est globalement en recul. Au 1^{er} trimestre, les ventes de boîtes boisson en magasins gagnent en effet + 4,3 % en volume par rapport au 1^{er} trimestre 2022, sur un marché des boissons en repli de -0,9 %. La canette représente désormais ¼ (24,8 %) des emballages boissons vendus en magasins, soit +1,2 point par rapport au 1^{er} trimestre 2022. La canette continue ainsi à gagner du terrain sur les autres emballages boisson. Le verre est en effet en recul de -6,3 % le plastique de -0,4 %.

La canette de 33 cl : n°1 des formats

En 2022, si le format 33 cl restait le favori des Français (62% des canettes vendues en magasins), tous les volumes étaient en progression, avec des formats émergents très dynamiques : +9,7% en volumes pour la mini canette de 15 cl et +14% pour les 25 cl par rapport à l'année 2021. La canette 25 cl enregistrait même la plus forte croissance du marché des boissons, tous formats confondus (plastique, verre...).

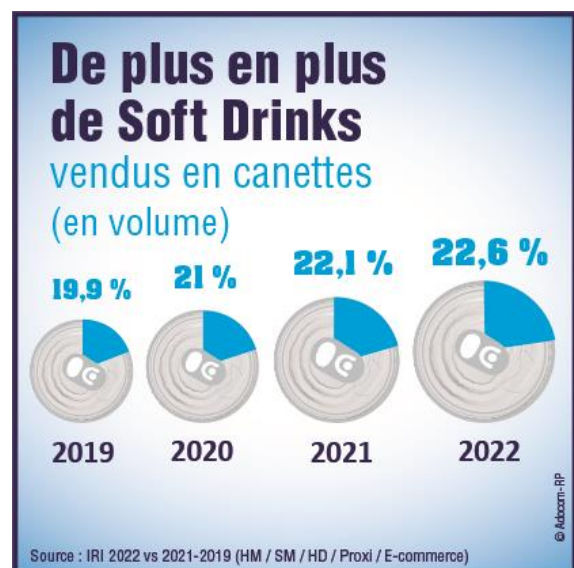


Tendance 2023 : Les premiers chiffres 2023 montrent le maintien du bon dynamisme du format 33 cl : ses ventes progressent de +6,8 % en volume au 1er trimestre 2023 vs 1^{er} trimestre 2022. Sur la 2^e marche du podium, les ventes de canettes de 50 cl restent stables à +0,4 %. Enfin, les ventes en volume du format 25 cl progressent de +6,2 %. Pour finir, les ventes de mini canettes de 15 cl sont en léger repli de -1,5 % au 1er trimestre 2023.

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 2022, **leurs ventes ont augmenté de 5,7% en volume** ! En valeur, la canette représentait 1/3 du chiffre d'affaires de ce segment. En 2022, la part des canettes dans les ventes de soft-drinks en magasins a gagné 0,5 point pour atteindre la **part historique de 22,6%**.

La croissance des canettes de soft drinks est portée notamment par **les energy drinks**, qui ont enregistré en 2022 une croissance fulgurante de **+23,4%** en volumes sur un marché à +18,4 % !



Tendance 2023 : Sur un marché des soft-drinks à +0,9 % sur 3 mois, les canettes bondissent de +6,3 %, quand le verre enregistre un recul à -3,7 %, le plastique à -0,4 % et les poches à -5,7 %. La part des canettes dans les ventes de soft-drinks en magasins a gagné +1,2 point sur pour atteindre la **part historique de 23,8 % à fin mars 2023**.



Les eaux en canette : ça coule de source !

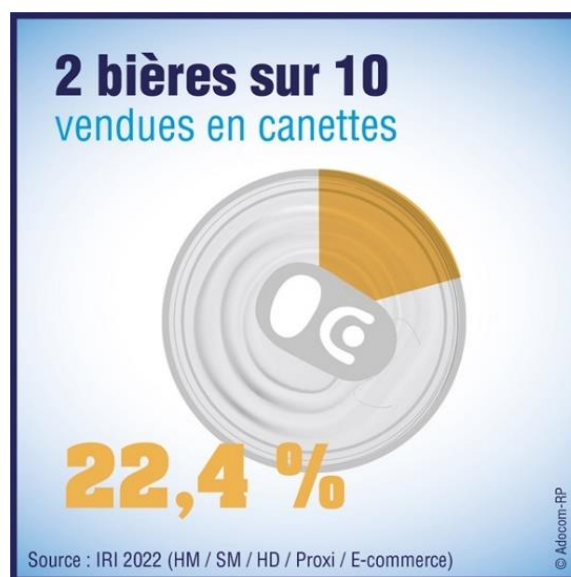
Les **eaux en canette**, dernière tendance du moment, enregistrent, elles aussi, une belle performance à **+14% en 2022**. Leurs ventes se sont en effet accélérées en 2022 grâce aux nombreuses innovations des marques et aux lancements de produits qui ont inondé les rayons ! **Les eaux gazeuses en canette font notamment un bond de +17% en volume**, sur un marché global à 1,6% ! Et les ventes d'eaux aromatisées en canette enregistrent une hausse de +8,8% en volume, sur un marché global à +7,3%.

Plus de 2 bières sur 10 vendues en canettes

En 2022, 22,4% des bières achetées en magasins étaient en canettes ! Malgré le repli général des ventes de bière (-1,8%), la canette gagne des parts de marché dans tous les circuits (sauf en hard discount) lui permettant de maintenir sa part de marché par rapport à 2021 (+0,1%).

Preuve de l'évolution des habitudes de consommation, mais aussi de l'adaptation des professionnels de la canette aux pénuries qui ont touché d'autres emballages : c'est désormais la boîte boisson qui tire le marché des bières dites de « spécialités » (bière d'abbaye, aromatisées...). La canette enregistre ainsi une hausse de ses ventes en volumes à +1,3%, tandis que ce marché recule au global de -1,4%.

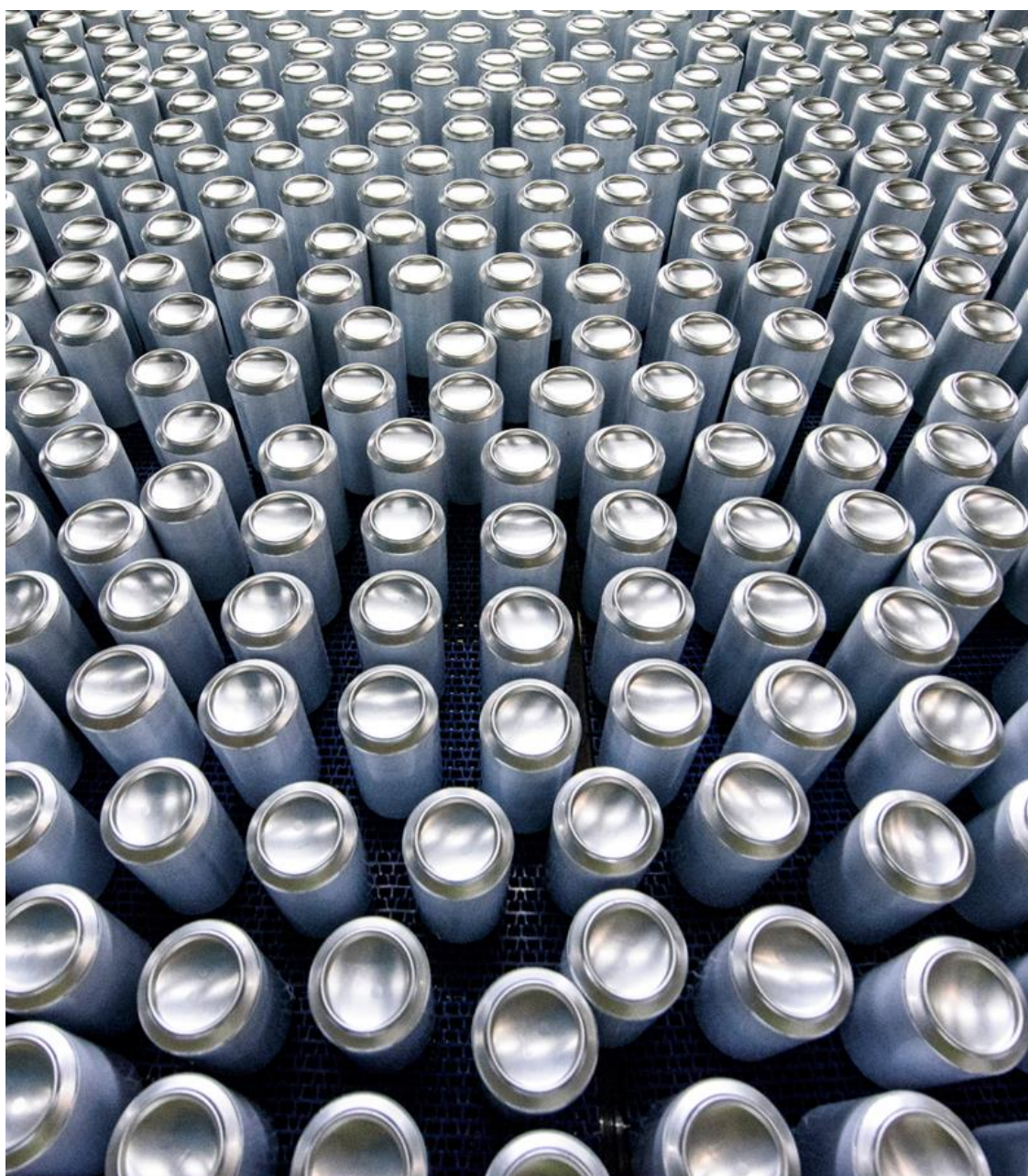
Quant aux ventes de canettes de bière sans alcool, elles continuent leur progression à +4,5% sur 1 an.



Tendance 2023 : Sur un marché des bières en recul à -4,5 % au 1^{er} trimestre 2023, les canettes voient leurs ventes progresser à +0,9 % en volume, tandis que le verre recule de -6,4 %. Elles sont ainsi de mieux en mieux représentées dans le rayon et atteignent désormais une part de marché volume à 27 %, soit +1,4 pt vs le 1^{er} trimestre 2022.

La canette tire le marché en grande distribution et magasins de proximité

En 2022, la canette a surperformé dans tous les circuits (sauf en hard discount, où le marché général est très en retrait avant l'arrivée de l'inflation) et tire le marché des boissons. Dans le détail, c'est dans les hypermarchés que la canette enregistre la plus forte progression avec +7,2% de ventes en volumes vs 4,1% pour l'ensemble du marché. Dans les magasins de proximité, ses ventes en volumes ont progressé de +6,5% vs 4,1% pour l'ensemble du marché. Pour le e-commerce, la canette enregistre également une importante performance avec +6,4% de ventes en volumes vs 2,7% pour l'ensemble du marché. Enfin, les ventes de boîtes boisson ont également augmenté plus vite que le marché des boissons dans les supermarchés : +2,8 % vs +0,7%.



BAROMÈTRE : LES FRANÇAIS DE PLUS EN PLUS CONQUIS PAR LA CANETTE !

Source : Baromètre La Boîte Boisson / CSA. Résultats issus de l'enquête menée du 18 au 29 octobre 2022 auprès d'un échantillon de 1 004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La canette passe le cap des 8 Français sur 10 consommateurs

Les Français sont de plus en plus séduits par les qualités de la canette. Ils sont ainsi désormais **84 % à déclarer en consommer** dans l'année, que ce soit chez eux ou en extérieur. Une proportion en hausse de + 5 points en 2 ans, par rapport à la dernière enquête de 2020. Si elle se maintient en 4^e position parmi les emballages boisson, il s'agit cependant du seul type de conditionnement à progresser de manière significative, se rapprochant ainsi des briques carton qui enregistrent 89 % de Français consommateurs.



FRÉQUENCE DE CONSOMMATION

● **Consommation hebdomadaire**
Au moins une fois par semaine

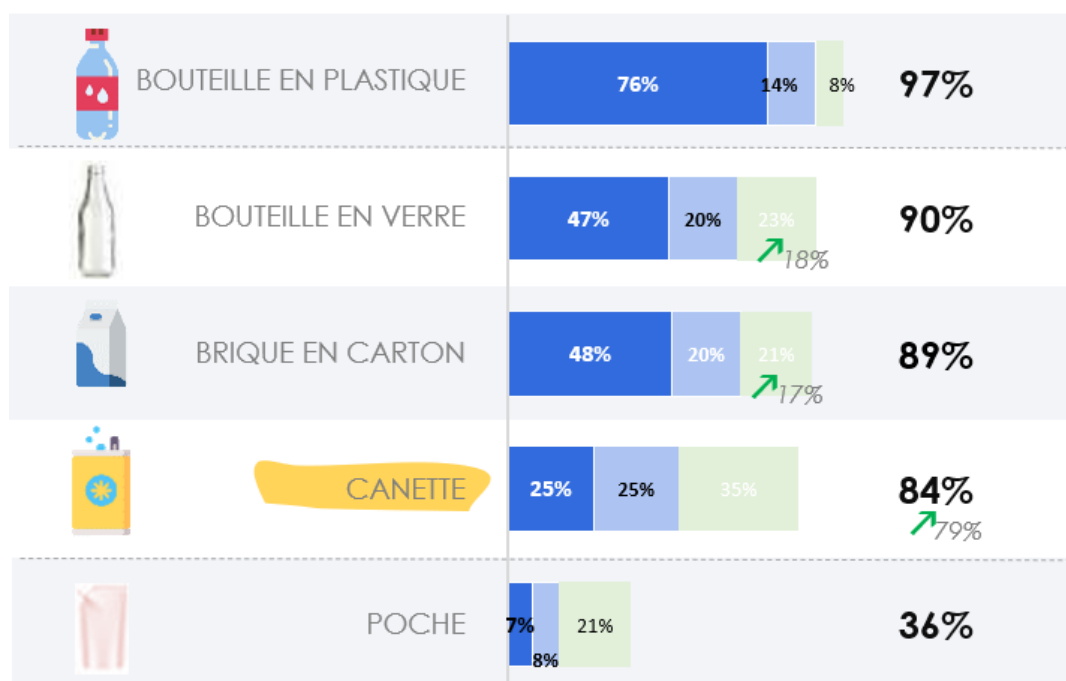
● 1 et 3 fois par mois

● Moins souvent



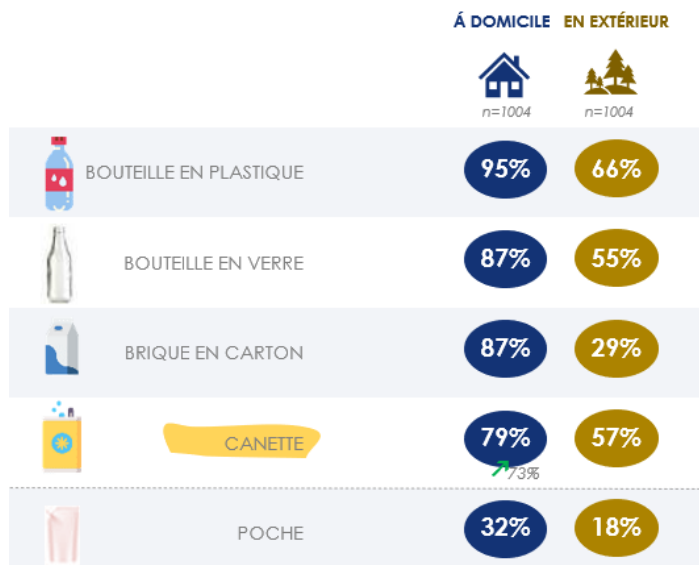
n=1004

CONSOMMATION NETTE



La canette gagne des points à domicile

Si la canette reste le 2^e emballage le plus apprécié en **consommation nomade** (57 % de Français consommateurs en extérieur), juste après la bouteille plastique (66%), elle est le seul emballage boisson ayant gagné des points à **domicile**. En effet, près de 8 Français sur 10 (79 %) déclarent aujourd'hui boire des boissons en canettes chez eux, contre encore 73 % en 2020, soit +6 points en 2 ans.

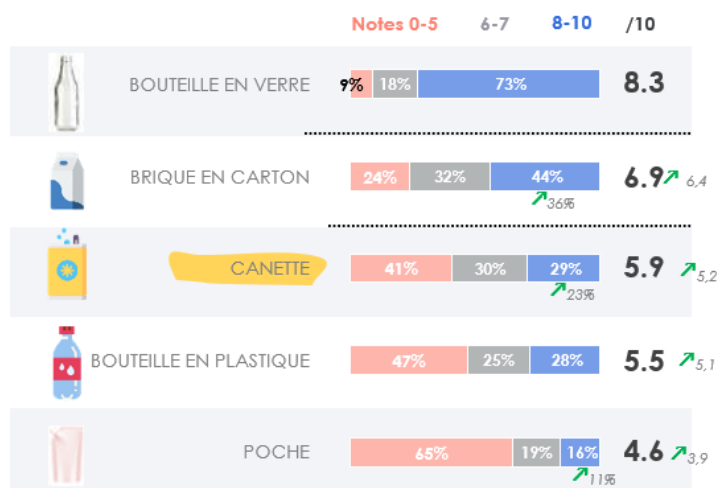


Emballages boissons préférés : la canette se hisse à la 3^e marche du podium

L'**image de la canette progresse** auprès des Français. Sur 2 ans, la note globale qu'ils lui attribuent est ainsi passée de 5,2 à 5,9, soit une progression de +0,7 point.

Les Français sont même désormais 29 % à lui attribuer une note supérieure à 8/10, soit + 6 points vs 2020 (23 %).

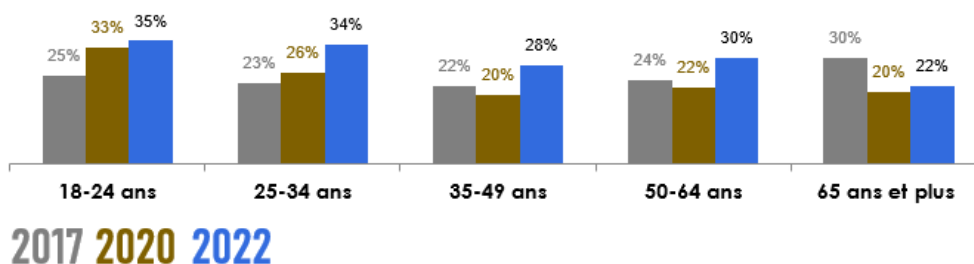
La canette passe ainsi devant la bouteille en plastique au titre des emballages boissons préférés des Français, et se hisse sur la 3^e marche du podium !



Les jeunes de plus en plus fans de canettes !

La bonne image de la canette se renforce auprès de **toutes les classes d'âges** ces deux dernières années. Elle reste cependant plus appréciée par les jeunes générations de **18 à 34 ans**. 35 % des 18-24 ans lui attribuent ainsi désormais une note supérieure à 8 sur 10, contre 33 % en 2020. Il en va de même pour 34 % des 25-34 ans, vs 26 % en 2020.


Scores 8 - 10



Emballages boissons éco-responsables : la canette dans le Top 3

Près de 6 Français sur 10 (58 %) reconnaissent que la canette est un **emballage éco-responsable**. En métal, elle a en effet la particularité d'être entièrement recyclable et ce de manière permanente sans perdre ses propriétés intrinsèques. De plus, sa légèreté et sa possibilité d'empilage, permettent une efficacité extrême dans sa chaîne de transports pour réduire son empreinte carbone. La canette est ainsi en **3^e place** des emballages boisson jugés les plus éco-responsables par les Français.

Classement des emballages éco-responsables



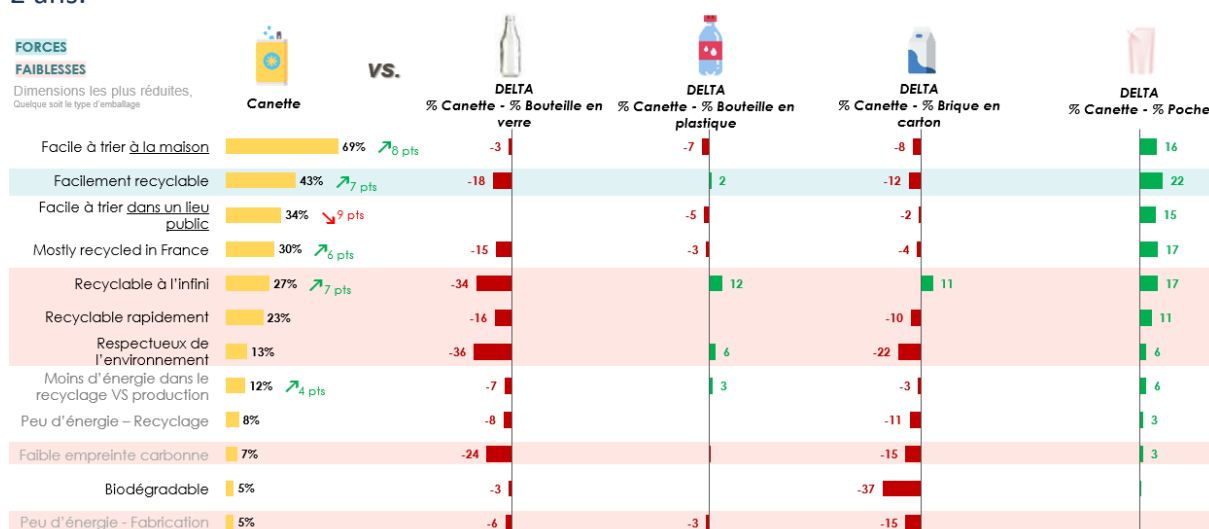
Les vertus écologiques de la canette de mieux en mieux connues

Les Français sont de mieux en mieux informés des vertus écologiques de la canette. Ils sont ainsi désormais près de 7 sur 10 (69 %) à savoir qu'elle est **facile à trier à la maison**, une proportion en hausse de + 8 pts en 2 ans. La boîte boisson se collecte en effet grâce aux bacs jaunes.

La connaissance des Français s'est également nettement améliorée sur l'aspect recyclable des canettes. Ils sont désormais 43 % à savoir qu'elle est **facilement recyclable** ; une proportion en hausse de + 7 points en seulement 2 ans. Par ailleurs, ils sont 34 % à savoir qu'elle est facile à **trier dans les lieux publics** et 30 % (+ 6 pts vs 2020) que la plupart des canettes sont recyclées en France.

La filière estime qu'environ 6 canettes sur 10 sont recyclées en France.

Enfin sa **recyclabilité à l'infini** est également de plus en plus connue des Français. Ils sont désormais plus d'1/4 à lui reconnaître cette particularité (27 %), en hausse de +7 points en 2 ans.



RECYCLAGE :

**LA FILIÈRE S'ENGAGE POUR RENFORCER
LA COLLECTE DES CANETTES**



CONSIGNE : LES FRANÇAIS PRÊTS À ADOPTER LE NOUVEAU SCHÉMA DE COLLECTE

Les Français favorables au concept de consigne

86 % des Français se disent favorables à la consigne pour les emballages boissons : canettes, bouteilles en plastique et en verre. Ils sont même près d'1 sur 2 (48 %) à se prononcer très favorablement au système.



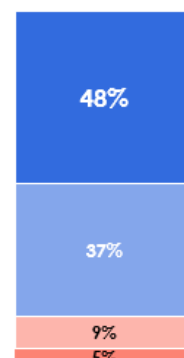
NET Favorable 

86%

La consigne clairement détaillée auprès des sondés :

« Un emballage consigné est un emballage pour lequel l'acheteur paie une somme d'argent supplémentaire au moment de l'achat. La somme est « consignée ». Cette consigne lui est ensuite restituée lorsqu'il retourne son emballage à un point de collecte pour recyclage, vide et dans son état d'origine (non compacté). Cela signifie que l'emballage en attente de restitution doit être stocké à domicile. »

- Très favorable
- Plutôt favorable
- Plutôt défavorable
- Pas du tout favorable



Plus de 9 Français sur 10 prêts à ramener leurs emballages boissons

Même si cela change leurs habitudes, les consommateurs se disent prêts à ramener l'ensemble des emballages de boisson en point de déconsignation, y compris pour les petits formats.

Plus de 9 Français sur 10 se disent ainsi prêts à adhérer à ce nouveau schéma de collecte : 93 % pour la canette, dont 65 % certainement.

INTENTION DE GARDER ET RETOURNER À UN POINT DE COLLECTE

- Oui certain
- Oui, probablement



Le montant de la consigne : principal frein des réticents

Les Français réticents à la consigne se disent principalement freinés par son montant. Il s'agit en effet de la raison la plus citée (60 %), à égalité avec la trop grande diversité des emballages à stoker (60 %).

La filière de la Boîte Boisson estime ainsi que la régulation du montant de la consigne au plus juste et de manière équitable entre emballages doit pouvoir être un levier majeur pour générer l'adhésion des plus réfractaires au système.

OBSTACLES À UTILISER UNE CONSIGNE



	Total	Favorable à la consigne	Pas favorable
Total	1004	860	144
NET AU MOINS UNE BARRIÈRE	74%	71%	93%
NET STOCKAGE	57%	53%	78%
Trop d'emballages différents à stocker	36%	32% ①	60% ①
Manque d'espace pour le stockage	32%	29% ②	48%
Stocker les emballages usés à la maison	31%	28% ③	50% ③
NET RETOUR	36%	31%	68%
À un point de collecte	26%	21%	55% ②
Au point d'achat d'origine	19%	16%	36%
COÛT D'ACHAT SUPPLÉMENTAIRE	29%	23%	60% ①
EFFORT SUPPLÉMENTAIRE PAR RAPPORT AU TRI ACTUEL	18%	16%	30%
Autres raisons	2%	2%	7%
Nombre moyen de barrières	2,6	2,4	3,7

Dix centimes : une consigne juste et équitable

L'enquête montre que plus le montant de la consigne est élevé, plus il entraîne une perturbation des habitudes de consommations pouvant mener à une perte de matière à recycler.

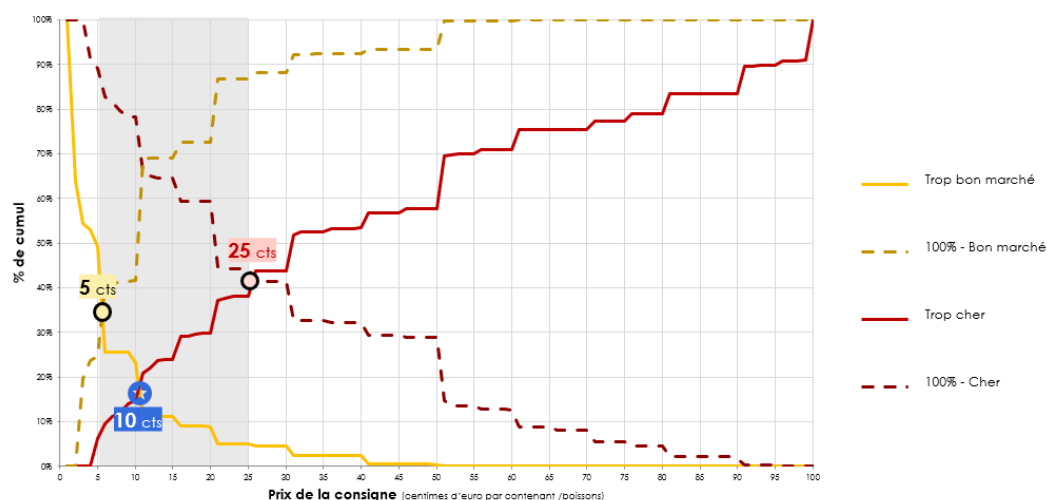
L'étude PSM (Price Sensibility Measurement / Mesure de la sensibilité au prix) menée avec l'Institut CSA pour le GIE La Boîte Boisson met en lumière un montant de consigne optimal pour les petits emballages (canettes – bouteilles 50cl) à 10 centimes d'euros, maximisant à la fois la motivation pour le retour tout en minimisant l'impact ressenti par le consommateur.

Pour la canette le montant optimal de la consigne serait de 10 cents,

= montant le plus adapté entre acceptation du consommateur et maximiser retour en point de collecte

MESURE DE LA SENSIBILITÉ AU PRIX (MSP)

CANETTE
(33 CL)



● Prix plancher ★ Prix optimal ● Prix de vente

LES PROFESSIONNELS DE LA BOÎTE BOISSON MOBILISÉS POUR L'ADOPTION D'UNE CONSIGNE EFFICACE

La canette est un emballage qui répond à la fois aux enjeux climatiques actuels tout en sachant adresser les besoins et demandes des marchés. C'est pourquoi le GIE La Boîte Boisson souhaite participer aux réflexions sur la consigne et partager ses préconisations pour la mise en place d'un système de consigne qui serait efficace, et qui permettrait ainsi d'exploiter pleinement les performances environnementales des canettes.

La canette : circulaire dans son ADN

La canette est un emballage incassable, sans parties détachables, transportable sans perte d'espace, ultra léger (sa paroi est aujourd'hui plus fine qu'un cheveu), et surtout monomatériau : le métal, offrant une recyclabilité à l'infini.

Les métaux comme l'aluminium et l'acier sont des **matériaux permanents, toujours disponibles pour les générations futures** :

- Par exemple, **75% de l'aluminium⁴ produit depuis 1880 est toujours utilisé aujourd'hui.**
- Les métaux peuvent être **recyclés indéfiniment sans perte de leurs propriétés mécaniques intrinsèques** (malléabilité, solidité, aspect, etc.).

Grâce aux filières de recyclage présentes en France, lorsqu'une canette est triée, **il faut moins de 60 jours pour qu'elle soit recyclée sous la forme d'une nouvelle canette** ou d'un autre produit en aluminium⁵.

Chaque tonne d'aluminium recyclée permet d'économiser jusqu'à 95% de l'énergie utilisée ou des gaz à effet de serre émis pour produire la même quantité d'aluminium primaire⁶. Recycler 1 kg d'aluminium permet d'économiser 4 kg de bauxite, le minerai nécessaire à sa production primaire⁷.



⁴ « Sur un total estimé de plus de 800 millions de tonnes d'aluminium produites dans le monde depuis le début de la fabrication commerciale dans les années 1880, environ trois quarts sont encore utilisés à des fins productives. », Global Aluminium

Recycling: A Cornerstone of Sustainable Development”, June 2009: <https://international-aluminium.org/resource/global-aluminium-recycling-a-cornerstone-of-sustainable-development/> et <https://www.aluminium.fr/cycle-de-vie-et-recyclage/>

⁵ <https://european-aluminium.eu/about-aluminium/aluminium-in-use/packaging/>

⁶ Méthode de normalisation et données Empreintes environnementales, rapport sur le profil environnemental de l'EAA_ avril 2013.

⁷ <https://www.aluminium.fr/cycle-de-vie-et-recyclage/>

La consigne : solution face à une collecte des canettes toujours insuffisante

Seuls 15 à 18 % des canettes seraient directement collectées via le bac jaune à domicile en France. Par ailleurs, **56% des Français déclarent consommer leurs boissons en canette plutôt en dehors de leur domicile⁸.** La collecte sélective hors domicile étant peu développée, **ces canettes sont alors orientées vers des exutoires à très faible valeur ajoutée** par rapport à leur caractère permanent : la valorisation énergétique qui entraîne des pertes de matières, et l'enfouissement comme 28% des déchets ménagers⁹. **Au final, seule une canette sur deux serait recyclée en France.**

La sensibilisation sur l'intérêt de la valorisation des emballages métalliques reste en effet globalement en retrait en comparaison avec d'autres matériaux présents dans le bac jaune.

À date, **le secteur de la canette ne dispose d'aucune donnée** en termes de mises sur le marché à destination des consommateurs de boissons, de collecte et de recyclage.

Si les acteurs du GIE La Boîte Boisson sont pro-actifs depuis plus de 10 ans par des actions innovantes (*programme Chaque Canette Compte* pour le hors foyer ; *projet Métal - CELAA* pour améliorer la captation des aluminiums en centre de tri) afin d'améliorer continuellement la captation des canettes, le fait que ces dernières soient englobées dans les performances de l'aluminium et de l'acier limite néanmoins l'identification de leviers d'optimisation et le déploiement d'actions pertinentes.

Ainsi, que ce soit en termes de sensibilisation des consommateurs, de moyens de collecte mis en œuvre (notamment en hors foyer) ou de données robustes disponibles, les avantages de la canette restent trop peu mis en valeur et sous-exploités en France. De ce fait, si un schéma de consigne est mis en place en France en vue d'améliorer le taux de collecte des emballages et d'apporter une solution pour la consommation hors-foyer, la canette DOIT en faire partie.

Consigne : 5 gages d'efficacité identifiés par le GIE La Boîte Boisson

En cas de mise en place de la consigne, le GIE La Boîte Boisson a identifié 5 gages d'efficacité d'un tel système pour garantir sa performance :

1. Un objectif de 90% de collecte séparée pour chaque emballage

La mise en place d'une consigne vise à accroître la circularité d'un matériau d'emballage, grâce à une collecte séparée de 90% et plus des emballages concernés, permettant un recyclage préservant les qualités techniques des matériaux, et leur réintégration dans de nouveaux produits.

Aussi, le GIE La Boîte Boisson propose de **fixer pour tous les emballages de boissons, un objectif de 90% de collecte séparée à atteindre dans un même délai.** À cette fin, un suivi des performances devra être mis en place.

⁸ Enquête CSA/La Boîte Boisson 2020.

⁹ Chiffres-clés 2020 (données 2018), Ademe : <https://bibliothèque.ademe.fr/cadic/28/dechets-chiffres-clés-edition2020-3-010692.pdf>

Au-delà de l'objectif premier évident visant à atteindre des performances globales de recyclage pour tous les emballages mis sur le marché, il s'agit dans le même temps de traiter le plus équitablement possible tous les emballages et de ne pas conférer d'avantage concurrentiel aux contenants de boisson qui ne seraient pas intégrés dans le schéma de consigne, pour ne pas mettre en péril les 4.000 emplois français du secteur de la canette, ni favoriser indirectement dans certains cas, des emballages présentant un impact environnemental pourtant plus important.

2. Proscrire les financements croisés

Le système de consigne repose sur l'application pure et simple du principe de responsabilité élargie des producteurs : prise en charge par les metteurs en marché de 100% des coûts réels de leurs décisions opérationnelles afin d'atteindre leurs objectifs.

En ligne avec les principes minimums applicables en Europe pour la responsabilité élargie des producteurs, les contributions des metteurs en marché doivent pouvoir être modulées afin d'accroître la circularité des emballages inclus dans le système de consigne.

Or, autoriser un financement croisé reviendrait à permettre un report de responsabilité d'un matériau vers l'autre, d'une modalité de gestion de fin de vie vers l'autre (réemploi ou recyclage) et annihilerait ainsi les effets recherchés par la modulation des contributions.

Le GIE La Boîte Boisson préconise donc de **n'autoriser aucun financement croisé** dans le système de consigne qui serait mis en place.

3. Des montants de consigne justes et adaptables

Afin qu'un système de consigne soit efficient, il doit être compris et perçu comme étant juste par les consommateurs.

Ainsi, outre la nécessité d'engager des campagnes de sensibilisation pédagogiques en amont du lancement du système et tout au long de sa durée de vie, la fixation d'un montant de consigne juste est fondamental afin que le système ne soit pas vécu comme une mesure d'écologie punitive par les acteurs clés de ce système que sont les consommateurs.

Cette justesse doit être appréciée au regard de divers critères tels que le pouvoir d'achat, la performance à atteindre, inciter à rapporter, mais pas à frauder, la vente en lot, les contenances, etc. Par exemple, **il est primordial que le montant de la consigne sur un petit contenant soit plus faible que celui sur un grand contenant.**

Le GIE La Boîte Boisson recommande donc que le cadre légal :

- **Ne fixe pas de montant de la consigne ;**
- **Fixe seulement un montant minimum en ligne avec les exigences minimales qui se dessinent au niveau européen pour la consigne ;**
- **Prévoit la variabilité du montant de la consigne ;**
- **Prévoit qu'il sera de la responsabilité de l'organisme en charge de la gestion du système** de déterminer celui-ci pour chacune des catégories d'emballages concernés, et au besoin, de le faire évoluer en fonction des performances recherchées, des événements économiques, etc.

4. Un maillage dense en points de collecte manuels comme automatisés

Un système de consigne efficient est un système simple d'utilisation pour les consommateurs, ce qui passe principalement par :

- Un maillage dense des points de retour, afin de faciliter et d'accroître les retours d'emballages de boissons consommées tant à la maison qu'en dehors du domicile ; et
- Un montant de consigne remboursé intégralement, sans déduction ni assujettissement à la TVA.

À cet effet, **l'ensemble des points de vente de boissons doit avoir l'obligation de reprendre tous les emballages consignés, et de rembourser la consigne dans son intégralité.**

Néanmoins, d'ici 2030, le nombre de bouteilles en plastique à usage unique mises sur le marché français devra être divisé par 2 : de 11 milliards d'unités mises sur le marché, 5,5 milliards resteront consignées. Aussi, se pose la question de préserver l'efficacité du système malgré la disparition d'un flux majeur pour lequel il aura été dimensionné.

À cet effet, le GIE La Boîte Boisson recommande que la loi prévoie la modularité du système qui sera mis en place par l'organisme en charge, afin de garantir qu'il réponde de façon efficiente et ininterrompue aux évolutions du marché, y compris en termes de réemploi.

5. Maintien de l'aluminium dans une boucle fermée

Si la plupart de l'aluminium extrait il y a près de 150 ans est encore utilisé aujourd'hui, c'est grâce à son caractère permanent qui lui permet d'être largement réutilisé par les industries, notamment de la canette et de l'automobile.

Le matériau aluminium, comme les autres métaux, répond ainsi depuis longtemps à l'enjeu de souveraineté industrielle qui se pose aujourd'hui en Europe, et sur lequel œuvre la France.

Ainsi, le GIE La Boîte Boisson recommande que la loi oblige l'organisme en charge de la consigne à revendre l'aluminium collecté par le système dans des conditions de marché équitables et transparentes, avec pour seul objectif, celui de maintenir l'aluminium dans une boucle fermée.

COLLECTE HORS DOMICILE : « CHAQUE CANETTE COMPTE », UN PROGRAMME LEADER EN LA MATIÈRE

« Chaque Canette Compte » :

plus de 36 millions de Français sensibilisés au tri et au recyclage

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 sur les lieux les plus difficiles et exposés. Le programme représente ainsi plus de 16 200 tonnes d'émission de CO₂ économisées. « Chaque Canette Compte », qui réunit aujourd'hui 69 partenaires de collecte, est présent sur plus de 9 700 sites (hôpitaux, écoles, entreprises, administrations) et a déjà participé à plus de 1 100 événements !

En outre, depuis 2014, « Chaque Canette Compte » travaille en étroite partenariat avec CITEO pour développer le geste de tri au-delà du domicile. Le programme est aujourd'hui considéré comme le leader en France sur le sujet et a permis de valider ces dernières années plus de 4 000 tonnes additionnelles d'emballages recyclés (canettes, mais aussi bouteilles, gobelets...) issues des activités des 69 partenaires de collectes sur le terrain du hors-foyers.

Toutes les actions événementielles de « Chaque Canette Compte » sont relayées sur les réseaux sociaux du programme, très actif tout au long de l'année pour permettre aux Français non présents sur les événements de suivre les résultats et les performances des actions. De nombreux concours sont également organisés pour interagir avec le public.

Toutes ces actions, à forte visibilité en hors foyers, contribuent à la crédibilité et la poursuite du geste de tri au-delà du seul domicile. Elles jouent pleinement leur rôle dans l'évolution de la bonne perception et connaissances des atouts de l'aluminium et de la canette qu'il faut ainsi maintenir dans la boucle du recyclage.

1 jeune sur 5 connaît « Chaque Canette Compte »

Très présent sur les événements fréquentés par les jeunes, le programme de collecte hors domicile des fabricants de canettes est désormais connu par 20 % des 18 et 35 ans. Plus largement, ce sont 10 % des Français qui ont déjà entendu parler de « Chaque canette Compte ». Une proportion qui a doublé en seulement 2 ans. (Source : Baromètre GIE La Boîte Boisson / CSA 2022)

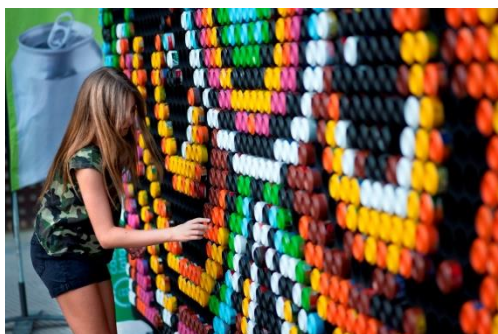


2023 : Des événements partout en France pour sensibiliser les Français au recyclage des canettes

JOURNÉE MONDIALE DE L'ENVIRONNEMENT 2023 : L'International Recycling Tour de « Chaque Canette Compte » avec CITEO, débarque À Marseille les 3 et 4 juin

À l'occasion de la Journée mondiale de l'environnement le 5 juin prochain, le programme de recyclage des canettes hors-foyer « Every Can Counts » lance la 3e édition de l'« International Recycling Tour 2023 » - sa campagne de sensibilisation des consommateurs au tri des canettes, menée simultanément dans 18 pays (Europe et Amérique latine). Constituées uniquement d'aluminium, un matériau permanent, les canettes se recyclent sans perdre leurs qualités intrinsèques ! Légères, nomades, durables... elles séduisent toujours plus de Français : 4,8 milliards de canettes sont en effet consommées en France chaque année.

Pour ce grand lancement, le programme français Chaque Canette Compte investit la Cité Phocéenne le week-end du 3 et 4 juin aux côtés de la Ville de Marseille et de Citeo. Au programme : le samedi matin les équipes de Chaque Canette Compte sillonneront les lieux les plus touristiques de Marseille (Vieux Port, Canebière, Plage des Catalans, Gare Saint Charles, Centre Commercial Les Terrasses du Vieux Port) pour collecter un maximum de canettes via leurs « Backpacks » sur le dos en forme de canette. Le but principal est bien sûr d'aller à la rencontre des Marseillais et touristes pour les sensibiliser à l'importance du geste de tri. L'après-midi ils prendront également la direction des quartiers Nord de la ville (Parc François Billoux, Villages de St Antoine et de l'Estaque) et de la plage des Corbières.



Le dimanche 4 juin, les équipes seront présentes toute la journée sur la plage des Corbières, où, en plus de sillonner la plage, ils proposeront au public de participer à la création d'un PixelCan : une œuvre monumentale (2 m x 6 m) et participative dont chaque pixel de l'image sera réalisé à partir de canettes collectées la veille. Un outil de sensibilisation incontournable des événements « Chaque Canette Compte » ! Une fois les 2 500 canettes assemblées,

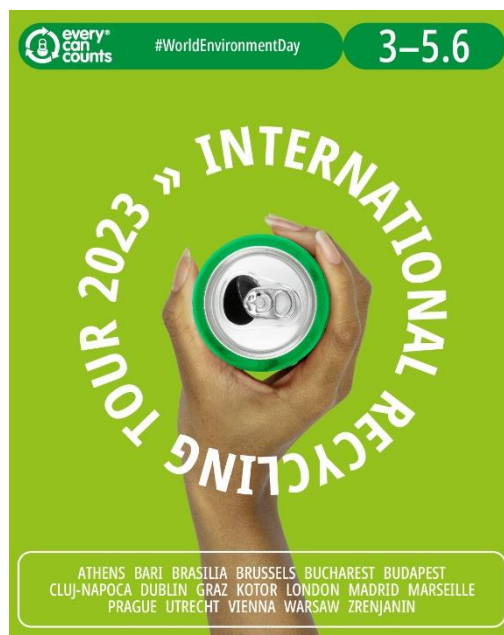
les participants découvriront la fresque géante qui a remporté le concours « Virtual Pixel Can » organisé par Chaque Canette Compte durant l'hiver afin de faire participer également ses followers qui n'ont pas la chance d'être au cœur de l'événement. Le site de la plage des Corbières n'a pas été choisi au hasard : la Ville de Marseille dévoilera et inaugurera ses nouveaux dispositifs de tri installés sur les plages des Corbières.

« La Ville de Marseille a déployé 111 équipements de tri dans les parcs et plages dont 6 sur les plages de Corbières. Ce dispositif est accompagné d'un programme de sensibilisation au geste de tri à destination de tous et en particulier du jeune public dans lequel s'inscrit cet évènement du PixelCan. Pour contribuer à la continuité du geste de tri sur l'espace public, la Ville de Marseille propose ainsi aux usagers, une solution pour le tri, adaptée à la consommation « nomade » (canettes, emballages de sandwiches, sachets, etc.). L'objectif est d'accompagner l'évolution des usages des Marseillais et d'inciter aux bonnes pratiques. » précise Christine Juste, Adjointe au Maire déléguée à l'environnement, la lutte contre les pollutions et la propreté de l'espace public

Des actions simultanées dans 18 pays pour promouvoir le recyclage des canettes !

Cet évènement d'envergure se déroulera simultanément dans 18 pays à travers le monde en Europe et en Amérique latine : *Autriche, Brésil, Irlande, Pays-Bas, Espagne, Royaume-Uni, Grèce, République Tchèque, etc.* sur leurs plus beaux sites touristiques ! Avec pour objectif de sensibiliser les vacanciers et locaux, de manière ludique et incitative à recycler leurs canettes, emballage nomade par excellence et recyclable à l'infini !

En France, cet événement se déroulera du 3 au 4 juin à Marseille, où de nombreuses actions de sensibilisation et de collecte des canettes seront menées. En complément la Ville de Marseille soutient 2 autres événements : Swim For Change pour sensibiliser à la pollution des mégots dans les océans avec une collecte des mégots le samedi 3 juin et l'opération Calanques Propres pour retirer les déchets du littoral.



"En nous rassemblant pour célébrer la Journée mondiale de l'environnement et en embrassant le potentiel infini du recyclage de l'aluminium, nous visons à inspirer un changement de comportement et à atteindre 100 % de recyclage des canettes en Europe et bien au-delà. C'est pourquoi nous invitons tout le monde : consommateurs, autorités locales, marques, et organisateurs d'événements - pour unir leurs forces et trouver de meilleures façons de recycler sur le pouce, tout en s'amusant », déclare David Van Heuverswyn, directeur de Every Can Counts Europe.

Le Recycling Tour se poursuit cet été dans les grandes villes de France !



Marseille sera le point de départ du « Recycling Tour » de « Chaque Canette Compte » avec Citeo en France. En effet, « Chaque Canette Compte » ne compte pas s'arrêter à cette journée et a pour objectif d'aller à la rencontre d'un maximum de Français et vacanciers afin de collecter leurs canettes, mais surtout de les sensibiliser à l'importance du geste de tri, chez soi ou à l'extérieur !

Après Marseille, les équipes sillonner le territoire en se rendant dans les plus grandes villes de France tout au long l'été : Nantes, Paris, Lyon.

Puis en septembre, le « Recycling Tour » abordera une tenue plus sportive, en vue des Jeux Olympiques de Paris qui se dérouleront en 2024. La tournée se concentrera principalement sur les sites et villes de la Coupe du Monde de Rugby.



CANETTES D'OR 2023 : LES MEILLEURES INNOVATIONS ET INITIATIVES DU SECTEUR RÉCOMPENSÉES

Face à l'enthousiasme des professionnels lors des éditions précédentes, le GIE la Boîte Boisson a le plaisir d'annoncer le lancement des Trophées « Canettes d'Or » 2023 !

En partenariat avec le programme de sensibilisation au tri et au recyclage « Chaque Canette Compte » et CITEO : 15 catégories seront récompensées, dont 2 nouveaux Prix « Internationaux ».

Cet événement national, lancé en 2017 et organisé tous les 2 ans, a pour objectif de mettre en avant les nombreuses initiatives et nouveautés lancées par les marques, que ce soit en termes de créativité graphique, actions de communication, mise en avant dans les circuits de distribution, d'innovations marché, mais aussi en matière d'engagement durable et de recyclage.

Les Canettes d'Or s'ouvrent à l'international

Cette année, et pour la 1^{ère} fois, le concours prendra une dimension internationale !

En effet, les pays membres du MPE (Metal Packaging Europe) pourront proposer leurs candidatures dans deux nouvelles catégories :

- « Canette d'Or du Design international », en soft et
- « Canette d'Or du Design international », en boissons alcoolisées.

De quoi séduire les intervenants européens du marché et mettre à l'honneur des innovations hors de nos frontières !

15 catégories pour mettre à l'honneur l'innovation du secteur

En plus des 2 catégories proposées à l'international, les adhérents de la Boîte Boisson, leurs clients, les entreprises du secteur et les marques peuvent ainsi proposer leurs produits, innovations, actions, etc., lancés entre le 1^{er} janvier 2022 et le 30 août 2023, dans les catégories suivantes :

- « Canette d'Or du Design » *Soft-Drinks, Eaux, Jus de fruits & Energy Drink – grande marque*
- « Canette d'Or du Design » *Soft-drink, eau aromatisée, Jus de fruits, Thé, Energy Drink - petit poucet*
- « Canette d'Or du Design » *bière – grande marque*
- « Canette d'Or du Design » *bière – petit poucet*
- « Canette d'Or de l'innovation » *nouveaux marchés*
- « Canette d'Or de la Canette la plus événementielle »
- « Canette d'Or de la meilleure communication »
- « Canette d'Or Ambassadeur du recyclage des canettes » entreprise ayant mis en place une initiative en faveur du recyclage

Une « Canette d'Or du Public » sera également déterminée par le vote des internautes sur les réseaux sociaux.



« Chaque Canette Compte », en partenariat avec CITEO, récompensera également des projets et actions de ses partenaires ainsi que les initiatives des marques en faveur du recyclage dans quatre autres catégories :

- « Canette d'Or Prix Spécial CITEO »
- « Canette d'Or Initiative durable CCC »
- « Canette d'Or Évènement durable CCC »
- « Canette d'Or Marque Engagée avec CCC »

Les adhérents de La Boîte Boisson, leurs clients, les entreprises du secteur, les marques ainsi que les partenaires de « Chaque Canette Compte » ont jusqu'au 30 août 2023 pour envoyer leur dossier. Plus d'informations : anais@adocom.fr

Une cérémonie de remise des Prix à Paris

Les lauréats seront déterminés par un jury d'experts et seront annoncés lors d'une Cérémonie de remise des Prix, qui aura lieu le 23 novembre 2023 à Paris.

Chaque Lauréat recevra un Trophée, un diplôme et disposera du droit d'utilisation du label « Les Canettes d'Or® » avec mention de la catégorie et de l'année d'obtention.



Les lauréats des « Canettes d'Or » 2021





La Boîte
Boisson

Metal Packaging Europe

Retrouvez-nous sur nos réseaux !



@ChaqueCanetteCompte



@chaquecanettecompte



Chaque Canette Compte



@chaquecanette



La Boîte Boisson

L'Équipe ADOCOM-RP – Service de Presse de La Boîte Boisson –
vous remercie 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