



DOSSIER DE PRESSE



LES 90 ANS DE LA CANETTE : UNE CONSOMMATION PLEINE DE PEPS ET UN APPEL À LA MOBILISATION GÉNÉRALE POUR 90 % DE CANETTES RECYCLÉES EN 2030

- *L'unique emballage boisson en croissance : +3,4 % en 2024 en magasins*
- *La canette prend la 2^e place des emballages boissons les plus achetés*
- *« Chaque Canette Compte » : le programme volontaire de collecte hors domicile fête 15 ans de réussite exemplaire*
- *Les fabricants appellent à la mobilisation collective pour atteindre 90 % de recyclage en 2030*

En 2025, la boîte-boisson fête 90 ans de créativité renouvelée et confirme son ancrage au cœur des nouvelles tendances de consommation et des attentes sociétales. En 2024, chaque Français a consommé en moyenne 70 canettes. Un chiffre multiplié par 4 en 30 ans ! Cette consommation représente aujourd'hui environ 4,7 milliards d'unités sur l'année, partagées entre achats en magasins (70 %) et en restauration hors domicile (30 %). Au rayon des boissons, il s'agit même du seul emballage à progresser ! En 2024, les Français ont augmenté leurs achats de +3,4 % en volume, sur un marché des boissons à -2,4 % comparé à 2023. Recyclable en boucle, ce petit emballage si efficace (ultra léger, incassable, mono matériau...) s'inscrit résolument dans l'actualité et gagne ainsi du terrain sur ses concurrents ! En 2024, la canette est même passée de la troisième à la deuxième position des emballages les plus vendus en magasins, devant le verre, mais toujours derrière le plastique.¹



La canette fait désormais partie des emballages incontournables et les fabricants réunis au sein du *GIE-La Boîte Boisson* appellent à la mobilisation générale pour donner un coup d'accélérateur à son recyclage. Ils visent en particulier le passage à 90 % de canettes recyclées en 2030. Pour y arriver, ils lancent une charte afin de réunir autour de cet objectif l'ensemble des acteurs concernés, publics comme privés. En effet, si les fabricants sont déjà engagés dans de nombreuses initiatives sur le sujet, comme le « projet métal » en centre de tri et surtout le programme « Chaque Canette Compte » qui fête cette année ses 15 ans de collecte hors domicile, ils jugent désormais indispensable d'agir collectivement pour passer à la vitesse supérieure.

¹ Source : Circana 2024 vs 2023

La canette : l'emballage performant aux multiples les atouts

Le raz de marée des boîtes boissons en France témoigne de leur capacité à rester éternellement tendance ! Il faut dire que la canette développe les qualités les plus recherchées, tant par les consommateurs que par les marques. Cet emballage a aussi bien été adopté par les plus grands groupes internationaux que par les plus petits indépendants locaux. Fabriquée à partir d'un matériau permanent - l'aluminium - elle est ultra légère, incassable, créative, facilement et entièrement recyclable.

Objectif : 90 % de canettes recyclées en 2030

Engagés de longue date dans la décarbonation de la canette, notamment à travers l'éco-conception ou l'optimisation des techniques de fabrication, les fabricants présents en France, réunis au sein du GIE – La Boîte Boisson militent également pour faire décoller le recyclage dans le pays. Ils visent 90 % de canettes recyclées en 2030. Pour le moment, il est en effet limité à 1 canette sur 2 alors que cette proportion est de 75 % en moyenne Europe. Pour accélérer le recyclage des canettes à domicile et hors domicile, ils demandent à tous les acteurs privés et publics, y compris les collectivités locales, d'agir à leurs côtés à travers une charte d'engagement. Les signataires s'engagent sur 4 leviers, concernant le recueil des données, la sensibilisation autour des emballages métalliques, la collecte hors foyer et de tri des canettes. Cette « Charte d'engagement pour l'accélération de la collecte des canettes en aluminium » réunit d'ores et déjà **7 organisations : le GIE La Boîte Boisson, France Aluminium Recyclage, Aluminium France, L'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité (AMF), le Cercle National du Recyclage, Villes de France et Intercommunalités de France. En plus du support de CITEO, d'autres devraient bientôt les rejoindre.**

« Chaque Canette Compte » : plus de 51 millions de contacts et 180 millions de canettes collectées

Le développement de la collecte hors foyer fait partie des actions répertoriées dans la Charte visant à accélérer le recyclage des canettes sur le territoire. Un domaine bien connu des professionnels français de la boîte-boisson, qui fêtent cette année les 15 ans de succès de leur programme dédié « Chaque Canette Compte ». Avec cette initiative pionnière en 2010 et aujourd'hui devenue leader sur le sujet en France, ils ont réussi à fédérer les principales marques de soft-drinks et même quelques brasseurs. Depuis son lancement en 2010, les opérations de sensibilisation du programme ont touché plus de 51,3 millions de contacts. Il a permis de développer la collecte de 180 millions de canettes pour recyclage dans des lieux et événement si emblématiques, représentant plus de 21 000 tonnes de CO₂ économisées. Bien installé dans le paysage événementiel, le programme a notamment été déployé cet été lors du relais de la flamme olympique, afin de participer à la collecte des échantillons (can 15 cl) offerts. En 2025, c'est sur les pistes de ski qu'il s'élance pour la première fois pour continuer à collecter et sensibiliser là où les canettes sont consommées ! Le programme a désormais l'ambition de passer à la vitesse supérieure en mettant son expertise à la disposition des collectivités locales. Il fait en effet partie des leviers d'actions concrètes proposées dans le cadre de la nouvelle « Charte d'engagement pour l'accélération de la collecte des canettes en aluminium ».



SOMMAIRE

LA CANETTE : L'EMBALLAGE QUI MONTE ET FAIT EXCEPTION DANS L'UNIVERS DES BOISSONS !

p.4

LA CANETTE DÉCARBONÉE : L'ENGAGEMENT DES FABRICANTS DE CANETTES

p.9

OBJECTIF 90 % DE CANETTES RECYCLÉES D'ICI 2030 : LANCLEMENT D'UNE CHARTE D'ENGAGEMENTS POUR ACCÉLÉRER LA COLLECTE

p.12

COLLECTE HORS FOYER ET SENSIBILISATION AU RECYCLAGE : « CHAQUE CANETTE COMpte » FÊTE 15 ANS DE SUCCÈS ET INTÈGRE LA CHARTE POUR SE METTRE AU SERVICE DES COLLECTIVITÉS LOCALES

p.15

LES BOÎTES BOISSON PÉTILLENT D'INVENTIVITÉ : LA 5^E ÉDITION DES CANETTES D'OR RÉCOMPENSE LES MEILLEURES INITIATIVES !

p.19

EN SAVOIR PLUS :

- DE LA BOBINE DE MÉTAL À LA BOÎTE BOISSON :
9 ÉTAPES POUR 1 CANETTE

p.21

- 90 ANS DE CRÉATIVITÉ RENOUVELÉE DANS LA CANETTE !

p.24

LA CANETTE : L'EMBALLAGE QUI MONTE ET FAIT EXCEPTION DANS L'UNIVERS DES BOISSONS !

4,7 milliards de canettes consommées en 2024 en France :

+1 milliard en 10 ans

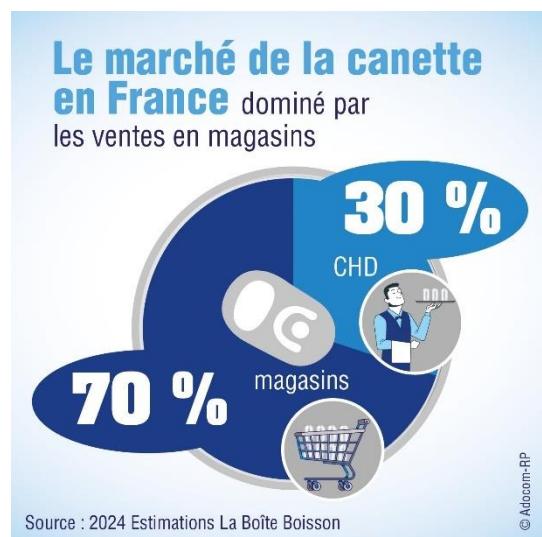
En 2024, environ 4,7 milliards de canettes ont été consommées sur le sol français au total (consommation à domicile et hors domicile), dont 80 % fabriquées en France. Cette consommation globale représente près de 70 canettes par habitant en 2024, contre encore seulement 17 en 1994, soit un chiffre multiplié par 4 en 30 ans.

Sur ces seules 10 dernières années, la consommation globale nationale a bondi de + 1 milliard de canettes, soit une hausse d'environ +27 %. Les canettes ont gagné des parts de marché sur leurs emballages concurrents, le verre et le plastique.



Les canettes majoritairement achetées en magasins

La Consommation Hors Domicile représente désormais 30 % du marché des canettes français et les magasins 70 %. Les magasins ont vendu environ 3,4 milliards de canettes en 2024. Plus d'1 boisson sur 4 y est aujourd'hui achetée en canette.



La canette : seul emballage boisson à progresser en magasins en 2024

La canette confirme son succès en France. En 2024, la canette reste le seul emballage boisson dont les ventes en magasins progressent. Sur un marché des boissons en recul de -2,4 % en volume en 2024 vs 2023, les canettes enregistrent une hausse des achats des ménages de +3,4 %, du même ordre que l'an passé (+3,3 % en 2023 vs 2022). La canette gagne donc du terrain sur ses concurrents en verre (-6,6 % en vol.) et en plastique (-3,2 %). Elles sont en essor sur tous les segments : bières, softs et Energy drinks, et même chez les eaux gazeuses.

La canette : championne toutes catégories de boissons !

Ainsi, alors que les bières sont globalement en recul de -1,6 % sur un an, la bière en canette progresse de +4,2 %. De même, alors que les softs enregistrent une baisse à -2,8 %, les softs en canettes sont en hausse de +2,9 %. Côté Energy Drinks, la canette tire un marché déjà entièrement dominé par ce format : de +11,6 % au global, les Energy drinks passent à +13,3 % lorsqu'ils sont en canettes.

Hausse des achats de canettes en magasins



© Adocom-RP

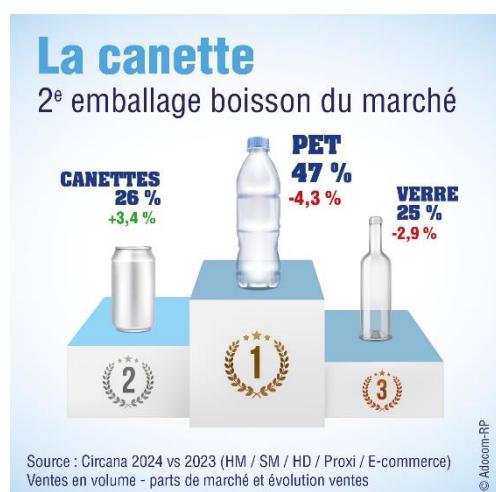
Source : Circana 2024 vs 2023 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)
Ventes en volume



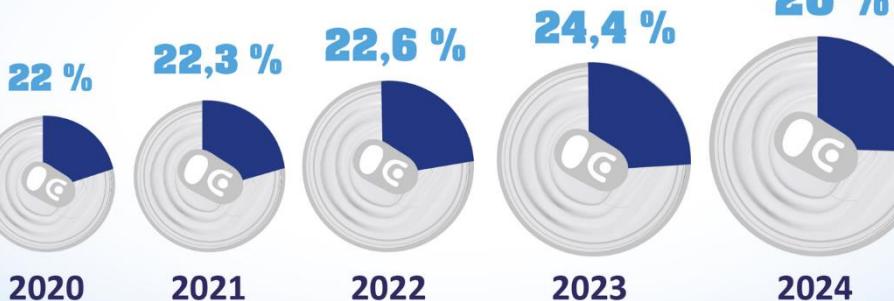
Inédit : La canette grimpe à la 2^e place des emballages les plus achetés en magasins !

Avec une progression en volume à +3,4 % en 2024, la canette gagne du terrain sur ses concurrents en verre (-2,9 % en vol.) et en plastique (-4,3 %). Elle représente désormais plus de 1 emballage boisson acheté sur 4 (26 %), soit +1,6 point vs 2023. Elle a gagné 4 points depuis 2020.

Elle monte ainsi sur la 2^e marche des emballages boisson les plus vendus, et passe devant le verre (25 %). Le plastique se maintient quant à lui sa 1^{re} place, à 47 % de parts de marché en 2024 malgré le recul de ses ventes (-4,3 % en vol.).



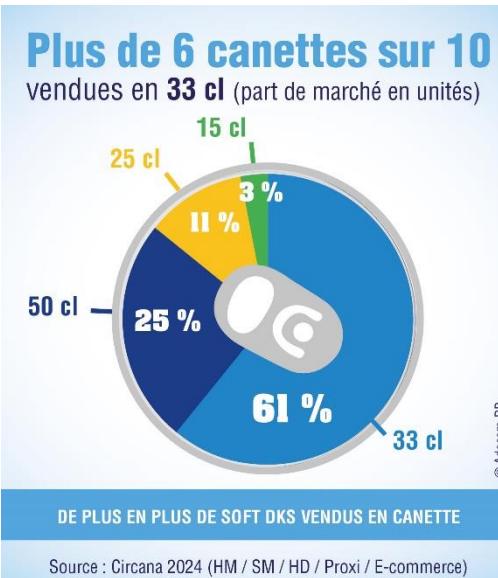
Les boissons en canettes gagnent du terrain dans les paniers



Inédit : La canette 33 cl devient le format n°1 des softs drinks

Côté formats, les canettes de 33 cl confirment leur place dominante (+1,7 % en vol. sur 1 an ; 61 % des canettes achetées) et deviennent même le format préféré des consommateurs de soft drinks en 2024 passant devant les différents formats PET.

En 2^e position des canettes les plus vendues (25 %), le format 50 cl est en hausse de +5 % en volume comparé à 2023. Quant au format 25 cl (11 % des canettes), ses ventes font un bond de +39 % en 1 an.



Softs drinks :

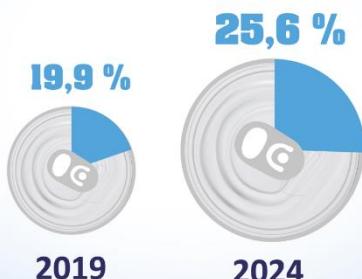
les canettes ont le peps !

Depuis 10 ans, les canettes gagnent progressivement du terrain sur les autres emballages de soft-drinks.

En 2024, leurs ventes ont progressé de +2,9 % en magasins, sur un marché en baisse de -2,8 % vs 2023. Désormais, plus de 1 soft-drink sur 5 (25,6 %) est vendu en canette, soit +1,6 pt vs 2023 et + 5,7 pts depuis 2019, année de référence pré-covid.

En valeur, les canettes représentent 38,6 % du marché des soft-drinks, soit +2,2 pts vs 2023 et + 9,6 pts vs 2019.

De plus en plus de Soft Drinks vendus en canettes



Source : Circana 2024 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce) / Ventes en volume

© Adcom-RP

Les energy drinks en canettes à plein régime !

Energy drinks : les canettes moteurs du marché



Source : Circana 2024 vs 2023 (HM / SM / HD / Proxi / E-commerce)
Ventes en volume

Si la canette gagne des parts de marché sur la quasi-totalité des soft-drinks (excepté le thé glacé et les boissons sportives), la croissance des canettes de soft-drinks est largement portée par **les energy drinks**. Sur ce segment, les canettes restent hégémoniques tout en conservant leur dynamisme, à +13,3 % vs +11,6 % pour le marché des Energy drinks au global.

Les boissons aux fruits enregistrent également de fortes hausses en canettes (+8,1% vs -3,3 % dans les boissons plates aux fruits et +9,7 % vs -4,6 % pour les boissons gazeuses aux fruits).

Les canettes sont également remarquées sur le segment des **eaux gazeuses**, où elles progressent de +42 % en volume sur 1 an alors que le marché global recule de -4,2 % sur la période. Des lancements notables d'eaux gazeuses en canettes ont en effet permis de faire bondir les ventes en 2024.

Bières : les canettes font mousser le marché

Trop longtemps dans l'ombre du verre, les bières en canettes regagnent leur lettre de noblesse depuis 3 ans.

En 2024, la part des bières vendues en canettes est montée à 26,3 %, en hausse de +1,5 pt vs 2023 et +1,2 pt vs l'année de référence 2019. Leurs ventes ont augmenté de +4,2 % en volume en 2024, tandis que le marché global des bières était en recul de -1,6 %.

La canette enregistre des hausses sur tous les segments de bières. Elles ont en effet séduit toutes les marques, des grands brasseurs historiques aux petites marques indépendantes. L'intérêt grandissant des Français pour les bières, couplé aux vertus de protection idéales offertes par l'emballage métallique aux brassins, n'y sont pas étrangers



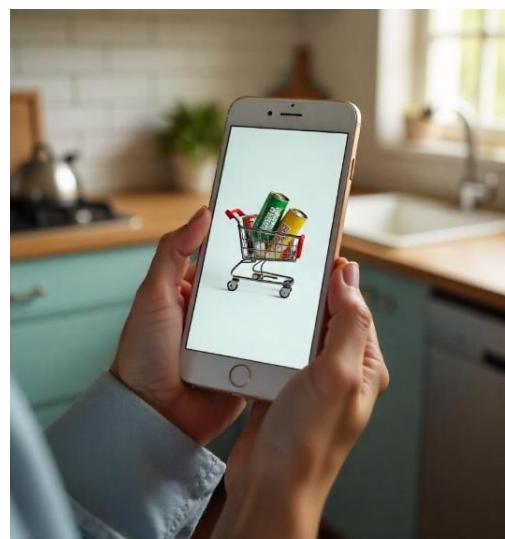
Cette tendance est désormais générale, quel que soit le segment bière : les bières dites de luxe (+7 % de ventes en vol. vs -8,1 % au global) et les bières spéciales (+2 % vs -3,9 % au global). Elles affichent également des performances supérieures au marché sur les « très valorisantes » bières de spécialités (+4,8 % vs 1,3 % au global).

La canette : moteur des boissons pour tous les circuits de vente, excepté en ligne

En 2024, la canette entraîne les ventes de boissons dans les différents circuits de distribution. Dans le détail, c'est en **hard discount** que la canette enregistre la plus forte progression avec +11,8 % de ventes en volumes vs +3,7 % pour l'ensemble des boissons. Elle freine ensuite le recul des ventes de boissons dans les magasins. C'est le cas dans les magasins de proximité, avec des ventes en hausse de +2,9 % quand le marché est en repli de -2,4 %.

Dans les **supermarchés** la canette gagne aussi du terrain, avec des ventes en hausse de +3,5% en volume, sur un marché pourtant à -2,4 %. En **hypermarchés**, la canette progresse à +1,4 % alors que la moyenne des boissons est en baisse de -4,5 %.

Sur l'ensemble des circuits, seul le **e-commerce** ne bénéficie pas de l'effet positif de la canette, qui enregistre des ventes en repli de -1,7 % en 2024 alors que le marché des boissons est en croissance de +1,6 % dans ce circuit. Les canettes y sont en effet souvent vendues à l'unité alors que les consommateurs qui effectuent leurs courses en ligne attendent des lots pour être livrés en quantité.



LA CANETTE DÉCARBONÉE : L'ENGAGEMENT DES FABRICANTS DE CANETTES

4 000 emplois en France pour un emballage durable

En France, la filière des canettes compte 28 usines et centres de Recherche et Développement sur tout le territoire. Elle représente 1 000 emplois directs, répartis dans toute la France et 3 000 emplois indirects. Elle possède des lignes de production de canettes parmi les plus modernes d'Europe.

6 milliards de canettes en aluminium recyclable en boucle

En 2024, la France a produit environ 6 milliards de canettes, dont environ 20 % pour l'international. La totalité de ces boîtes boisson est désormais en aluminium – plus légère - alors qu'en 2020, environ 40 % étaient encore en acier. De plus, le principal site de production de bobine d'aluminium à destination des fabricants de canettes présent en France, Constellium (Colmar) a inauguré l'année dernière un tout nouveau site de recyclage avancé destiné au « Can to Can ». Ceci afin que l'aluminium des canettes à recycler reparte intégralement dans l'alliage des futures canettes.



LA FILIÈRE DE LA CANETTE EN FRANCE



ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

PRODUCTEURS D'EMBALLAGES BOISSES

FILIÈRE ALUMINIUM
AFFINEUR/RECYCLEUR/PRODUCTEUR/R&D

REMPLEURS

La canette : circulaire dans son ADN

Les canettes ont un rôle déterminant à jouer dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) des emballages boissons. Grâce au développement du recyclage en boucle fermée (« can-to-can ») garantissant que l'alliage fabriqué pour les canettes soit réutilisé pour de futures canettes (augmentant ainsi considérablement le contenu moyen en aluminium recyclé au sein des canettes européennes), la fabrication des canettes nécessite moins de consommation en énergie. En effet, la fabrication de canettes à partir d'aluminium recyclé évite le recours à de l'aluminium « primaire » et donc évite l'essentiel des émissions causées par la fabrication par électrolyse de l'aluminium primaire.

Il faut ajouter à cela les caractéristiques historiques des canettes en aluminium, « éco-conçue » par nature : incassable et ultra légère, déjà standardisée, empilable sans perte d'espace, emballage « de la juste dose » et donc anti-gaspi, sans partie détachable (pas de bouchons ni d'étiquettes, avec un système d'ouverture restant déjà fixé l'emballage). De plus, c'est un emballage mono-matériau, constitué entièrement d'aluminium – matériau permanent et à forte valeur, se recyclant entièrement et continuellement sans perte de qualité. Ces atouts lui permettent de se positionner comme solution efficace et complémentaire au développement de nouveaux emballages, dont l'impact global doit être validé notamment en ce qui concerne les emballages réutilisables.

L'aluminium : recyclable en boucle

La canette est un emballage qui répond à la fois aux enjeux climatiques actuels tout en sachant adresser les besoins et demandes des marchés. 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 monomatériaux : l'aluminium est recyclable en boucle et indéfiniment, sans perdre ses propriétés mécaniques intrinsèques (malléabilité, solidité, aspect, etc.). **75% de l'aluminium² produit depuis 1880 est toujours utilisé aujourd'hui.**

Une canette en aluminium recyclé

= 95 % d'énergie non consommée

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 primaire³. Recycler 1 kg d'aluminium permet d'économiser 4 kg de bauxite, le minerai nécessaire à sa production primaire⁴.

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.



² « 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/>

³ Méthode de normalisation et données Empreintes environnementales, rapport sur le profil environnemental de l'EAA_ avril 2013.

⁴ <https://www.aluminium.fr/cycle-de-vie-et-recyclage/>

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

Une canette toujours plus décarbonée : les nouvelles pistes de travail des fabricants

Les fabricants sont engagés de longue date dans la réduction de l'empreinte carbone de la canette. Une diminution constante qui est notamment due à la réduction des quantités de matériaux utilisés en allégeant le poids des canettes, à une efficacité énergétique accrue dans le processus de production des canettes, ainsi qu'à l'augmentation de la part d'aluminium recyclé. Les fabricants développent en effet l'utilisation de l'aluminium recyclé dans la fabrication des canettes, réduisant les besoins énergétiques sur l'ensemble du cycle de vie de la canette.

Pour aller plus loin vers la canette décarbonée, les professionnels européens du secteur étudient de nouvelles façons de continuer à diminuer l'empreinte carbone des canettes. Ils travaillent notamment sur l'adoption de nouvelles technologies de production et sur l'utilisation d'électricité de plus en plus décarbonée. Cependant, le potentiel le plus élevé de décarbonation réside dans l'adoption de pratiques plus circulaires, en améliorant le taux de collecte et de recyclage des canettes pour maximiser l'utilisation de l'aluminium recyclé, et en développant des alliages optimisés pour faciliter le recyclage des canettes en aluminium en boucle fermée.



OBJECTIF 90 % DE CANETTES RECYCLÉES D'ICI 2030 : LANCÉMENT D'UNE CHARTE D'ENGAGEMENT POUR ACCÉLÉRER LA COLLECTE

L'appel des fabricants aux acteurs du recyclage pour accélérer la collecte

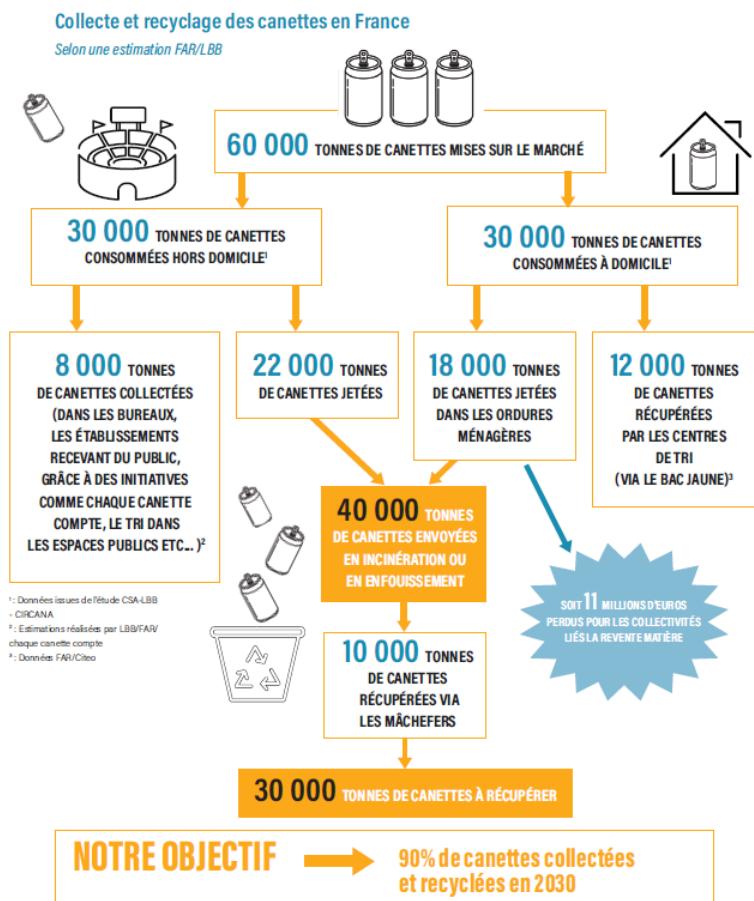
Le GIE - La Boîte Boisson lance une charte d'engagements pour mobiliser les acteurs du recyclage en France. Le Groupement les appelle à s'engager à leurs côtés et développer la collecte des canettes. En effet, seulement la moitié des 60 000 tonnes de canettes en aluminium (environ 4,7 milliards d'unités en 2024) mises sur le marché national sont recyclées.

L'aluminium est pourtant un matériau permanent, entièrement recyclable sans perte de ses propriétés, ce qui permet des gains énergétiques et économiques considérables. Le recyclage des canettes constitue également une ressource économique significative pour les collectivités grâce à la vente de l'aluminium.

Avec les récents investissements effectués par les fabricants de canettes pour recycler les canettes collectées, la France possède les infrastructures nécessaires pour transformer 150 000 tonnes de canettes utilisées en nouvelles canettes.

Il est donc urgent d'activer des leviers concrets pour augmenter la collecte des canettes en France. C'est pourquoi les fabricants proposent 4 leviers à actionner pour passer des 51 % de canettes actuellement recyclées à 90 % d'ici 2030 :

1. **Recueil et échanges de données** pour améliorer la collecte et le recyclage des canettes.
2. **Sensibilisation** des habitants à l'importance de la collecte et du recyclage des canettes.
3. **Collecte hors-foyer** : adaptation des dispositifs de collecte pour les canettes consommées en dehors du domicile – recours au programme « Chaque Canette Compte » avec CITEO et ses outils à disposition des collectivités locales.
4. **Tri** : Améliorer les processus de tri dans les centres de tri et les mâchefers d'incinération pour récupérer un maximum de canettes.



Quatre leviers à actionner pour donner un coup d'accélérateur au recyclage des canettes en France

1 - Recueil et échanges de données

Les données sur la collecte et le recyclage des canettes sont dispersées et ne font pas l'objet d'un recensement centralisé. Disposer de données partagées, diffusables et comparables est un préalable à toute action visant à améliorer la collecte et le recyclage de ces emballages.

C'est pourquoi les signataires s'engagent à :

- Améliorer le recueil de données sur la collecte, la récupération des mâchefers non ferreux et le recyclage des canettes.
- Partager les données recueillies à l'ensemble des signataires de la présente charte.

2- Sensibilisation

Jusqu'à 40 000 tonnes de canettes seraient jetées dans les ordures ménagères ou poubelles de rue chaque année et finissent par être incinérées ou enfouies. Ce constat démontre que les Français n'identifient pas les emballages en aluminium comme une ressource, mais qu'ils restent encore considérés comme des déchets sans valeur.

Rappeler aux citoyens quel est le bon geste et l'intérêt du recyclage des canettes et de l'aluminium en matière environnementale et économique semble donc essentiel pour améliorer ces résultats.

C'est pourquoi les signataires s'engagent à :

- Créer des outils de communication à destination des consommateurs qui font apparaître la canette et l'importance du geste de tri en lien avec des matériaux clés comme l'aluminium.
- Lancer, en partenariat avec les collectivités territoriales et au plus proche des habitants, des campagnes de communication et de sensibilisation sur le geste de tri de la canette.
- Redonner à la canette de la visibilité dans les campagnes de communication et les consignes de tri.
- Encourager les metteurs sur le marché à communiquer sur le bon geste de tri de la canette via leurs différents outils de communication et leur force marketing.

3- Collecte hors-foyer

Jusqu'à 30 000 tonnes de canettes seraient consommées en dehors du domicile. Ces canettes ne pourront pas être correctement triées et recyclées s'il n'existe pas de dispositif de collecte hors foyer adapté, pratique et accessible au plus grand nombre.

C'est pourquoi les signataires s'engagent à :

- Recenser les bonnes pratiques de collecte hors foyer existantes et les diffuser auprès des collectivités
- S'assurer, en partenariat avec les collectivités territoriales, de la mise en place de dispositifs de collecte lors de toute opération événementielle avec distribution / vente de boissons en canettes
- Proposer des solutions de tri et de collecte aux établissements recevant du public

4- Tri

Bien que les centres de tri sur le territoire disposent dans leur quasi-totalité de machines à courant de Foucault à même de récupérer les canettes, ces dernières sont encore nombreuses à être perdues dans les centres de tri, ainsi que dans les mâchefers d'incinération.

C'est pourquoi les signataires s'engagent à :

- Poursuivre l'équipement des centres de tri avec une **machine à courant de Foucault sur les fines** pour ne perdre aucune canette dans le process.
- **Améliorer les tonnes d'aluminium extraites des mâchefers** grâce à une politique de traitement des mâchefers issus de l'incinération par exemple en utilisant des machines à courant de Foucault mobiles pour les petites plateformes ou petits incinérateurs ou en massifiant les tonnes sur des plateformes de taille moyenne et extraire les métaux non ferreux.

Cette « Charte d'engagement pour l'accélération de la collecte des canettes en aluminium » réunit d'ores et déjà 7 organisations : le GIE La Boîte Boisson, France Aluminium Recyclage, Aluminium France, L'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité (AMF), le Cercle National du Recyclage, Villes de France et Intercommunalités de France. En plus du support de CITEO, d'autres devraient bientôt les rejoindre.



COLLECTE HORS FOYER ET SENSIBILISATION AU RECYCLAGE : « CHAQUE CANETTE COMPTE » FÊTE 15 ANS DE SUCCÈS ET INTÈGRE LA CHARTE POUR SE METTRE AU SERVICE DES COLLECTIVITÉS LOCALES

Le programme pionnier en 2010, devenu leader du sujet

Le programme français « Chaque Canette Compte » a été lancé en 2010 par les fabricants français de boîtes boisson. Depuis ses débuts, il a permis de sensibiliser près de 51 millions de contacts à la collecte des canettes hors domicile et de recycler plus de 180 millions de canettes sur les lieux les plus difficiles et exposés. Le programme représente ainsi plus de 21 000 tonnes d'émission de CO₂ économisées.



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)



10 ans de partenariat avec CITEO pour une collecte étendue aux autres emballages !

Depuis 2014, « Chaque Canette Compte » travaille en 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, etc.



Toutes les grandes marques de softs drinks mobilisées

« Chaque Canette Compte » réunit aujourd’hui 71 partenaires de collecte. Il est présent via ses partenaires de collecte sur près de 10 500 sites (hôpitaux, écoles, entreprises, administrations) et intervient sur de nombreux événements : plus de 2 200 au total depuis ses débuts. Le programme réunit désormais toutes les plus grandes marques de soft-drinks avec lesquelles il travaille à informer les consommateurs de l’importance du geste de tri. Aujourd’hui, « Chaque Canette Compte » continue ce travail notamment auprès des brasseurs ou dans des lieux encore inédits (stations de ski !). Le programme a désormais l’ambition de passer à la vitesse supérieure en mettant son expertise à la disposition des collectivités locales. **Il fait en effet partie des leviers d’actions concrètes qui proposent dans le cadre de la nouvelle « Charte d’engagement pour l’accélération de la collecte des canettes en aluminium ».**



Des relais sur les réseaux sociaux pour une sensibilisation

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. En 2024, les réseaux sociaux de « Chaque Canette Compte » ont cumulé plus de 3,8 millions de vues sur Facebook, Instagram et X.

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. En 15 années, ces actions ne sont pas étrangères à la prise de conscience des vertus des emballages métallique (pas un déchet – un matériau valorisable) et à l'adoption des formats canettes par les Français qui les plébiscitent de plus en plus.

« Chaque Canette Compte » : le programme champion du relais de la flamme de l'été 2024 !

En 2024, les équipes de « Chaque Canette Compte » ont cumulé plus de 470 journées d'interventions. Le programme s'est mobilisé directement ou indirectement sur plus de 340 événements (festivals, plages, événements sportifs, etc.).

Lucien Debever, Directeur du programme Chaque Canette Compte souligne : « *L'expérience et les équipes de « Chaque Canette Compte » ont en effet été appelées lors du Relais de la Flamme Olympique. Un signe important de reconnaissance et de crédibilité pour notre programme ! L'objectif était grand pour nos équipes, car il fallait assurer à la fois l'efficacité et la sécurité, mais aussi l'exemplarité du dispositif (0 déchet, place nette après le passage du relais) en lien avec Coca-Cola et CITEO. Un enjeu inédit pour tous, même pour « Chaque Canette Compte » aux vues de l'ampleur de la tâche : 3 mois de relais à travers toute la France... L'expérience a été jugée par l'ensemble des acteurs comme une réussite qui doit servir à l'héritage des Jeux pour les futures épreuves. En effet, si 45% des échantillons de dégustations de Coca-Cola (édition collector de canettes 15 cl et 20 cl) ont été directement et immédiatement récupérées, le reste a été soit collecté par les mobiliers urbains déjà présents ou mis en place par les collectivités ou surtout « gardées en souvenir de l'événement » par les spectateurs. Preuve à nouveau du changement de perception de la canette par les consommateurs Français. Les équipes CCC en queue de peloton ont ainsi pu s'assurer qu'aucune canette n'était délaissée sur le parcours.*

Le programme a sillonné 116 villes, collecté et recyclé plus de 253 000 canettes, parcouru 502 kilomètres à pied et sensibilisé 8 millions de spectateurs ! Leur mobilisation est allée bien au-delà du relais. Munies de leurs fameux backpacks de collecte, sacs à dos en forme de canettes géantes, les équipes ont poursuivi leur engagement à Paris, sur les sites où se déroulaient les épreuves des Jeux Olympiques et Paralympiques : sites du Trocadéro, de la Villette, de l'Hôtel de Ville, de Concorde ou encore de Nanterre. »



Le Recycling Tour atteint des sommets en 2025

Lancé l'été 2021 par « Chaque Canette Compte » et CITEO, le « Recycling Tour » a déjà fait étape dans près de 200 lieux touristiques et sensibilisé des milliers de vacanciers au recyclage grâce à sa tournée des plages de France métropolitaine et de Guadeloupe, sa tournée des lacs, des plus grandes villes françaises, des villes hôtes de la Coupe du Monde de Rugby et enfin, lors des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris.

En 2025-2026, le « Recycling Tour » va passer pour la première fois à l'heure d'hiver ! L'opération rejoindra les montagnes pour sensibiliser les skieurs au geste de tri.



Le PixelCan : outil d'art et de sensibilisation

Développé par « Chaque Canette Compte » pour sensibiliser le public à la recyclabilité des canettes, le PixelCan est une animation originale qui consiste à créer une œuvre monumentale, participative et éphémère, réalisée uniquement à partir de canettes peintes. Chaque canette représentera ainsi un des pixels d'une fresque géante ! Une fois toutes assemblées, les participants découvrent un visuel inédit autour du thème de l'environnement. Les canettes utilisées seront ensuite recyclées. L'animation illustre ainsi que, comme pour le tri, « si tout le monde fait son geste, on arrive à l'objectif ! Chaque canette compte ! »



LES BOÎTES BOISSON PÉTILLENT D'INVENTIVITÉ : LA 5^E ÉDITION DES CANETTES D'OR RÉCOMPENSE LES MEILLEURES INITIATIVES !

Le GIE la Boîte Boisson organise en 2025 la 5^e édition des « Canettes d'Or ». Toutes les entreprises du secteur sont appelées à participer à ce grand concours organisé tous les deux ans depuis 2017.

Organisé en partenariat avec le programme de sensibilisation au tri et au recyclage « Chaque Canette Compte » et CITEO, ce concours 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. En 2025, 12 catégories seront récompensées, dont 2 Prix « Internationaux » avec Metal Packaging Europe.

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 22 septembre 2025** 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 fin novembre 2025 à Paris. Chaque Lauréat recevra un Trophée, un diplôme et disposera du droit d'utilisation du logo « Les Canettes d'Or® » avec mention de la catégorie et de l'année d'obtention.

12 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 2024 et le 30 septembre 2025, 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 - Challenger*
- « Canette d'Or du Design » *Bière – grande marque*
- « Canette d'Or du Design » *Bière – Challenger*
- « Canette d'Or de l'innovation » *nouveaux marchés*
- « Canette d'Or la plus événementielle » « Canette d'Or de la meilleure communication »
- « Canette d'Or Ambassadeur du recyclage des canettes » *pour une entreprise ayant mis en place une initiative en faveur du recyclage*

Deux catégories récompenseront des canettes vendues à l'international :

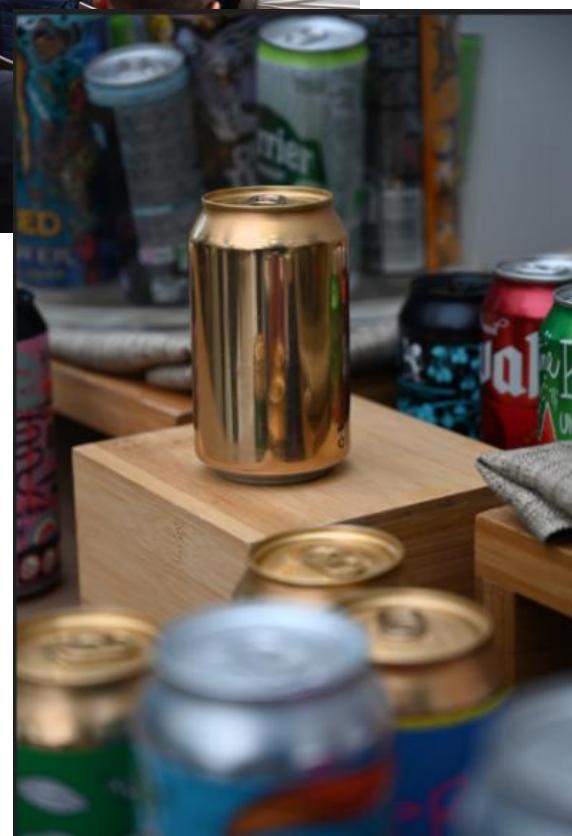
- Canette d'Or du Design International - Soft-Drinks et eaux
- Canette d'Or du Design International – boissons alcoolisées

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

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

Les Français invités à élire la canette de l'année !

En octobre, les sionnautes seront également invités à désigner la canette d'or du Public ! Ils auront en effet la possibilité de voter sur les réseaux sociaux de chaque Canette Compte pour leur canette préférée parmi la vingtaine sélectionnée par le Jury. La canette qui aura obtenu le plus de suffrages sera élue canette de l'année !



EN SAVOIR PLUS

DE LA BOBINE DE MÉTAL À LA BOÎTE BOISSON : 9 ÉTAPES POUR 1 CANETTE

La boîte-boisson est composée de deux pièces : un corps embouti et étiré et un couvercle serti. Le temps nécessaire à sa réalisation est court, mais ce ne sont pas moins de 9 étapes au total qui composent sa fabrication. Durant tout son cycle de fabrication et de distribution, la canette est soumise à un principe de traçabilité.

Découpage et préformage



Au cours de cette première étape, une bobine de tôle d'aluminium alimente une presse qui découpe et emboutit des coupelles.



Emboutissage et étirage

Les coupelles sont étirées au travers d'une série d'anneaux de plus en plus petits jusqu'à la hauteur voulue. Le fond, embouti en fin de course après l'étirage, prend sa forme de dôme inversé pour qu'il puisse résister à la pression intérieure.

- Emboutissage : Opération qui consiste à façonner une pièce de métal entre une forme en creux appelée matrice et un poinçon, pour lui donner une forme creuse. (source : Ciemra).
- Étirage : Opération consistant à faire passer l'ébauche emboutie par des bagues d'étirage afin d'allonger le métal et l'amincir. On obtient ainsi progressivement des boîtes dont les parois sont plus minces que le fond. (source : Ciemra).

Cisaillage



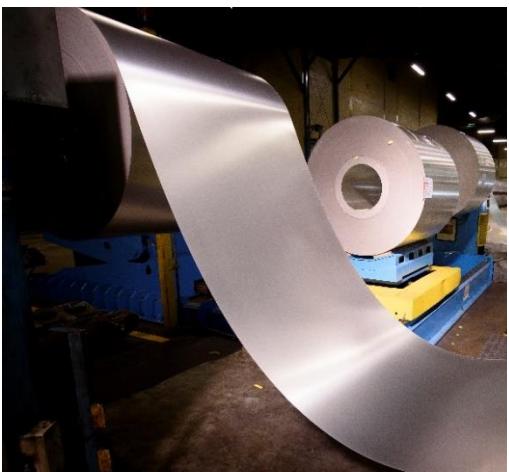
Au sortir de l'opération d'étirage, la boîte est rognée (cisaillée) à la bonne hauteur pour le reste du process.



Nettoyage

Les boîtes sont ensuite nettoyées et prétraitées pour recevoir un revêtement intérieur et une décoration extérieure :

- Nettoyage préalable par rinçage à l'eau
- Nettoyage au moyen d'un détersif
- Rinçage à l'eau froide
- Rinçage à l'eau déminéralisée
- Séchage





Impression et vernissage

Après application d'un support (couché), les corps de boîtes en rotation sont prêts à recevoir sur une décoratrice jusqu'à 8 couleurs par transfert depuis un blanchet qui les a recueillis préalablement une par une et côté à côté depuis les clichés (plaques d'impression) correspondant aux couleurs.

Dans le cas des boîtes aluminium, aucun couché n'est appliqué en préalable, mais un vernis vient recouvrir les couleurs transférées sur le corps des boîtes. Cette opération est intégrée à la décoratrice.



Vernissage du fond

Les canettes sont acheminées vers une autre station où un vernis protecteur est appliqué sur le fond. Les boîtes sont alors transférées sur un convoyeur vers un four où l'encre d'impression est polymérisée.



Rétreint et formage du col

Cette double opération qui utilise des machines complexes qui combinent des opérations de moulurage ou d'emboutissage réduit le diamètre de l'ouverture pour former le col et le bord tombé qui servira à l'opération de sertissage du couvercle après remplissage chez le client.



Enfin, les boîtes sont testées sur un dispositif générateur de lumière qui permet de détecter les microtrous où les boîtes défectueuses sont rejetées puis par des systèmes d'inspection par caméras qui analysent la présence de défauts ou de corps étrangers pour ce qui est de l'intérieur, mais aussi les défauts de décoration pour ce qui est de l'extérieur.



Remplissage

Les remplisseurs (les marques de boissons) remplissent la boîte et ajoutent du CO2 pour une boisson pétillante et de l'azote pour une boisson plate afin de garantir la pression qui participe à la résistance de la boîte.



Pose du couvercle

Le couvercle en aluminium est serti sur le corps de boîte. Le sertissage est une opération d'assemblage de deux pièces sans déformation ni salissure, garantissant une fermeture étanche à l'oxygène.



Un processus de recyclage exemplaire

Moins de 60 jours après la mise à la poubelle de canettes usagées, le recyclage peut donner naissance à de nouveaux produits en aluminium, notamment des boîtes boisson prêtes à être commercialisées. Les canettes en aluminium sont captées dans les déchets à l'aide d'une machine qui crée un courant de Foucault (champ magnétique repoussant les métaux non ferreux). Les produits en aluminium sont ensuite mis en balle.

Pour créer un courant de Foucault on insère dans un tambour (ou roue) des pôles magnétiques. Lorsque la roue tourne, le champ magnétique créé éjecte les produits contenant de l'aluminium. On appelle cet équipement une roue polaire.

À consulter : [le motion design de la filière](#) pour découvrir chaque étape

Du bac de tri jusqu'à nos réfrigérateurs, le recyclage de la canette est ultra facile ! Collecte, tri, pressage, transformation, fabrication... Dans ce motion design la filière dévoile l'aventure de ces petits emballages légers et super résistants qui protègent nos boissons préférées.



EN SAVOIR PLUS :

90 ANS DE CRÉATIVITÉ RENOUVELÉE DANS LA BOÎTE !

1935-2025 : une histoire maquée par les innovations

C'est en **1935** que la première canette à tête plate, composée de **trois parties** (fond, corps, couvercle), est lancée **aux USA**, par l'American Can Company.

Auparavant, les canettes, nées dans les années 30, étaient surmontées d'une tête conique, fermée par un couvercle en forme de couronne. Leur aspect général rappelait alors celui d'une bouteille.



Les premières canettes trois-pièces sont **remplies en France en 1954**.



À la fin des années 50, les boîtes boisson deux pièces, nécessitant moins de métal pour leur fabrication, font leur apparition aux USA. Leur fond et leur corps sont en effet composés dans une seule et même pièce de métal.

En 1963, le système d'ouverture facile de la canette est inventé par un américain. Il consiste à arracher une languette de métal fermant la boîte. Avant cela, il fallait utiliser un ouvre-boîte pour percer deux trous dans le couvercle permettant de laisser s'écouler la boisson.



Les premières boîtes deux pièces en aluminium font leur apparition en France dans les années 70, suivies des boîtes en acier.

Le nouveau système d'ouverture « tout d'un bloc » est inventé en 1975 : la languette reste fixée à la canette. Ce système, plus respectueux de l'environnement permet de collecter la canette dans son intégralité puisque la languette est accrochée au couvercle.

Depuis, les innovations se succèdent : nouveaux moulages, reliefs sur les boîtes, impressions brillantes, nouveaux formats (50 cl, 25 cl, 15 cl), etc. Après les sodas et les bières, de nouvelles boissons font leur arrivée en canettes, comme le vin et l'eau !



90 ans de canettes en quelques dates clés

1930's

Début de la mise en boîte de liquide. La première boîte de bière est commercialisée en Allemagne par Schmalbach. Elle est fabriquée en acier et comprend trois parties. La tête conique est fermée par un couvercle en forme de couronne. L'aspect général rappelle celle d'une bouteille.



1935 Déjà empilable = transports optimisé !

American Can Company Apparition lance aux USA la première boîte-boisson à tête plate, toujours composée de 3 pièces (fond, corps et couvercle). Les autres fabricants suivent rapidement.



1954 Déjà « made in France » !

Remplissage des premières boîtes 3 pièces en France.



1958 Déjà « entièrement recyclable » !

Premières boîtes 2 pièces en aluminium commercialisées par Coor Brewery aux USA : d'un côté le fond et la boîte issue d'une même pièce (technologie emboutissage/étirage), de l'autre le couvercle. Elles utilisent bien moins de métal que les boîtes 3 pièces.

1963

Un américain, Emie Fraze, invente le système « d'ouverture facile » en aluminium, qui consiste à arracher la languette de métal fermant la boîte. Jusque-là, un ouvre-boîte était utilisé pour faire deux trous favorisant l'écoulement du liquide.



1970's

Apparition en Europe des premières boîtes 2 pièces en aluminium suivies des premières boîtes 2 pièces en acier.

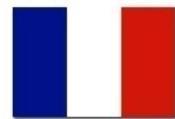


1975 « Le bouchon attaché » déjà inventé !

Invention du système d'ouverture « tout en bloc » ou « stay-on tab » plus respectueux de l'environnement que celui de Fraze, puisque la languette demeure fixée au couvercle. Elle peut donc être collectée au même moment que la boîte-boisson.

1984

Première usine de boîtes en France.



1988

Première canette « pression » avec widget fixe.



1990's

La canette se modernise en Europe et aux USA pour contrecarrer le succès des bouteilles en plastique avec bouchon. Elle prend de nouvelles formes ; c'est l'apparition des premières shape can ou boîtes de forme et premières boîtes embossées.



1998

Production des premières boîtes 50 cl en France. Première boîte à ouverture large (de type LOE « Large Opening End). 45 % d'espace en plus pour un meilleur confort d'utilisation.



2000

Optimisation des techniques d'impression grâce au laser. À ce titre, des encres spéciales permettent de faire briller les boîtes boisson en discothèque.



2001

Invention : la boîte autochauffante. Elle a notamment été testée par Nestlé en Angleterre pour y vendre du café. Mais elle n'a jamais fait l'objet d'une production de masse.



2003

Lancement de la boîte « sleek », haute et fine.

2004

Innovation : la canette à paille éjectable. Une paille télescopique sort automatiquement à l'ouverture de l'opercule (système Lipup). Mais elle n'a jamais fait l'objet d'une production de masse.



2006

À l'occasion des 70 ans de la boîte-boisson, le Beverage Can Maker Europe a demandé à la styliste anglaise Zandra Rhodes de créer un décor d'exception. Présentée en Espagne en octobre 2005, cette canette incrustée de diamants et estimée à 25000€ fait le tour d'Europe. Elle est passée à Paris au 1er trimestre 2006, et sera mise aux enchères à la fin du tour à Londres.



2008 Déjà « moins d'emballage » !

Lancement des couvercles "light"
(SuperEnd chez Crown et CDL et chez Ball)



2010

Lancement du programme pionnier « Chaque canette Compte » en France pour sensibiliser au recyclage et collecter les canettes hors domicile

2011

Lancement industriel du revêtement tactile (avec Heineken)



2013

Généralisation du couvercle allégé

2014

Lancement du couvercle "global vent".



2015

Lancement en France de la canette sleek, plus fine et plus élancée.



2017

Lancement de la 1^{ère} édition des Canettes d'Or organisé par le GIE La Boîte Boisson récompensant les innovations des entreprises de la filière en France.

2018

Lancement du logo « Metal recyclable à l'infini » :



2023

Ouverture des Canettes d'Or à l'international.

2024 Toujours plus « décarbonée »

Augmentation de la capacité de recyclage en France avec l'inauguration du centre de recyclage de Constellium Neuf-Brisach

2025

90 ans de la canette

15 ans du programme « Chaque Canette Compte »

5^e édition des Canettes d'Or

Lancement d'une « Charte d'engagement pour l'accélération de la collecte des canettes en aluminium » et appel à la mobilisation pour atteindre 90 % de canettes recyclées en 2030.



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).

En savoir plus :

La Boîte Boisson : laboiteboisson.com

Chaque Canette Compte : chaquecanettecompte.com



Arnault, Anaïs, Lisa et 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
e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr
Qualification : Agence Certifiée OPQCM