

DOSSIER DE PRESSE



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe

METAL
recyclable
à l'infini



chaque
canette
compte

avec





La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



chaque
canette
compte

avec



CANETTES D'OR 2025

LA CANETTE FÊTE SES 90 ANS DE SUCCÈS ET RÉCOMPENSE 20 INNOVATIONS ET INITIATIVES !

Alors qu'elle fête ses 90 ans, la canette est plus que jamais d'actualité ! À l'occasion d'une cérémonie à Paris, le GIE La Boîte Boisson vient en effet de remettre ses Canettes d'Or 2025 : 15 canettes ont été récompensées ainsi que 5 initiatives en faveur de leur recyclage. Ces lauréats ont été sélectionnés parmi plus de 250 candidatures : un record pour cette 5^e édition, reflet de l'effervescence du secteur.

En effet, en 2024, chaque Français a consommé en moyenne 71 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 (75 %) et en restauration hors domicile (25 %). Entièrement et continuellement recyclable sans perte des propriétés de l'aluminium, ce petit emballage si efficace (ultra léger, incassable, mono matériau, made in France...) confirme son ancrage au cœur des nouvelles tendances de consommation et des attentes sociétales 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 plastique¹.



CANETTES D'OR 2025 : L'EFFERVESCENCE DU SECTEUR À L'HONNEUR

Au plus près des attentes des consommateurs, les entreprises du secteur ne cessent d'innover, que ce soit en matière de création graphique, d'actions de communication, de mise en avant dans les circuits de distribution, ou encore d'initiatives en faveur du recyclage : une vitalité que les industriels français de la Boîte Boisson ont décidé de récompenser en remettant leur désormais attendues « Canettes d'Or », organisées tous les deux ans.

Après des délibérations animées, le jury d'experts a décidé d'attribuer cette année **20 Prix** : 15 sont remis par le GIE Boîte Boisson pour récompenser les innovations et nouveautés des Marques et 5 par le programme de collecte et de recyclage hors domicile « Chaque Canette Compte » avec CITEO, pour valoriser les initiatives en matière de développement durable.

¹Source : Circana 2024 vs 2023

LA CANETTE FAIT SA RÉVOLUTION EN FRANCE !

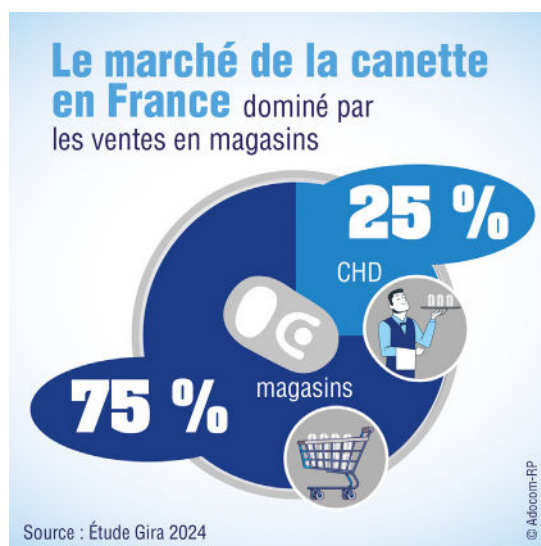
Cet enthousiasme autour de la canette se traduit depuis plusieurs années par une consommation croissante. Sur ces seules 10 dernières années, la consommation globale nationale a bondi de + 1 milliard de canettes, soit une hausse d'environ +27 %. **Au rayon des boissons (75 % des achats de canettes en France)**, 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 !

Une tendance qui se renforce encore en 2025, avec une hausse des achats de canettes à +5,7 % en volume sur un marché des boissons et des bières à -0,2 % pour le rayon des boissons et des bières².

Il faut dire que les marques historiques comme les nouveaux arrivants sur le marché (kombuchas, yerba matés, prébiotiques, vins, bières de spécialités...) se tournent de plus en plus vers la canette, entièrement et continuellement recyclable, en substitution à d'autres solutions moins performantes et moins circulaires.

Près de 6 milliards de canettes sont désormais produites chaque année dans l'Hexagone en moyenne, dont l'immense majorité à destination du marché français !

Une dynamique qui se retrouve également en consommation hors domicile³ : restauration collective et commerciale, circuits de vente alternatifs et distribution automatique (**25 % des achats de canettes en France**). La canette est en effet le seul emballage à progresser en volume sur ce marché : elle enregistre une hausse de ses ventes de **+9 %** vs - 13,5 % pour les PET, -7,3 % pour le verre et 0,6% pour les BIB (Bag In Box) & fûts.



²CIRCANA vol P9 CAM

³Source : Enquête GIRA 2024, comprend la restauration collective et commerciale, circuits de vente alternatifs et distribution automatique

LA CANETTE FÊTE SES 90 ANS !

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 canettes font leur arrivée (snacks, sauce, etc.) détournant l'usage initial de cette boîte boisson !





LE PALMARÈS DES CANETTES D'OR 2025

LE PALMARÈS DES CANETTES D'OR 2025

Les cinquièmes Trophées des Canettes d'Or ont enregistré la participation record de plus de 250 nouveaux produits et initiatives dans 12 catégories. Ils ont été examinés par un jury composé d'experts du design, du marketing, de journalistes professionnels, de représentants de Métal Packaging Europe et de spécialistes de La Boîte Boisson et de son programme de collecte « Chaque Canette Compte », avec CITEO.

15 canettes ont remporté un Prix remis par la Boîte Boisson : 14 ont été attribués par le Jury et 1 par le grand public, qui a voté pour sa canette préférée sur les réseaux sociaux de Chaque Canette Compte (Facebook et Instagram).

« Chaque Canette Compte », le programme de collecte hors domicile leader en France à quant à lui attribué 4 Prix à des associations ou marques pour leurs initiatives en faveur du recyclage.

UN JURY D'EXPERTS ET DE SPÉCIALISTES DE LA CANETTE

Sous la présidence de Lucien DEBEVER, Délégué Général de La Boîte Boisson, le jury était composé de :

- Justine BESSAUDOU (Rayon Boissons),
- Marie CADOUX (LSA),
- Catilo CANDIDO (ABRALATAS),
- Sarah CUVELLIER (Metal Packaging Europe),
- Jean GOLDBERG (COMETIS),
- Géraldine GUIOT (CITEO),
- Dominique HURET (Cape Decision),
- Arnaud JADOUL (Emballages Magazine),
- JIVAY (Youtuber – Une bière et Jivay),
- Sébastien LERIDON (Designer et directeur de création),
- Olivier MALCURAT (Bière Actu),
- Alice MAZEL (Illustratrice et influenceuse design),
- David VAN HEUVERSWYN (Every Can Counts).



LE PALMARÈS EN UN CLIN D'ŒIL

Pour les nouveautés, innovations et initiatives durables des marques :

- Les Canettes d'Or du Design Soft-Drinks grande marque et challenger :
BADOIT - BULLES DE FRUITS (DANONE) et POP'S
- Les Canettes d'Or du Design Bières grandes marques ex-aequo et challenger :
WINGMAN (BREWDOG), METEOR et LA BRASSERIE DEMORY PARIS
- La Canette d'Or du Digital Print :
GAMME AURON (BRASSERIE DU COMTÉ)
- La Canette d'Or la plus événementielle :
COSMIC SERIES (BRASSERIE LES INTENABLES)
- La Canette d'Or de la meilleure communication ex-aequo :
HEINEKEN (GROUPE HEINEKEN) et SPOT TV MAISON PERRIER
- La Canette d'Or de l'innovation - nouveaux marchés :
MIXPOW
- La Canette d'Or Ambassadeur du recyclage des canettes :
1664 (BRASSERIE KRONENBOURG) - LA CANETTE A DU BON
- La Canette d'Or du Public :
POP'S
- Le Coup de Cœur du Jury :
8.6 édition DODIE (SWINKELS)
- La Canette d'Or du Design International - Soft-Drinks et eaux :
SAUCES POTTS' (UK)
- La Canette d'Or du Design International - boissons alcoolisées :
STUUT (BRASSERIE CAULIER - BELGIQUE)



Pour les initiatives en faveur du recyclage des partenaires de « Chaque Canette Compte » :

- La Canette d'Or Prix Spécial CITEO ex-aequo :
LES CONNEXIONS et ABC - ACCUEIL BIFFINS COLLECTEURS
- La Canette d'Or Initiative site durable Chaque Canette Compte :
SUD RHÔNE ENVIRONNEMENT
- La Canette d'Or Évènement durable Chaque Canette Compte :
RELAIS DE LA FLAMME
- Prix Spécial Marque Engagée :
SUNTORY BEVERAGE & FOOD FRANCE



LA CANETTE D'OR DU DESIGN SOFT-DRINKS

GRANDES MARQUES



#1 BADOIT Bulles de Fruits

33 cl - Danone

La joie d'être ensemble a encore plus de goût avec Bulles de Fruits.

Lancée en 2018 pour apporter le petit plus aux apéritifs entre amis, **la gamme Badoit Bulles de Fruits** est une boisson à base d'eau minérale naturelle de Saint-Alban-les-Eaux et de jus de fruits, pour une pétillance gourmande 40 % moins sucrée*.

En 2025, nouveau lancement du format canette 6 x 33 cl, pour 3 des 6 parfums existants : fruits rouges, pamplemousse-touche de citron et citron-touche de citron vert.

*Que la moyenne des boissons aromatisées sucrées.



#2 Maison Perrier : Energize

33 cl - Nestle Waters



#3 Coca-Cola x Star Wars : Refresh Your Galaxy

33 cl - Coca-Cola Europacific Partners

LA CANETTE D'OR DU DESIGN SOFT-DRINKS

CHALLENGER



#1 POP'S

33 cl

POP'S est la nouvelle marque de thé glacé lancée par le créateur de contenus Fastgoodcuisine (Charles Gilles-Compagnon).

POP'S est une marque de thé glacé alliant plaisir et bien-être : sans arôme artificiel, sans conservateur et riche en fibres. Les saveurs proposées poussent l'expérience gustative des consommateurs les invitant à voyager vers de nouveaux horizons.



#2 Panda Tea

33 cl Cacolac



**#3 ex-aequo
Dash Water**

33 cl Dash



**#3 ex-aequo
Leamo Ginger Beer**

33 cl Alterfood

LES CANETTES D'OR DU DESIGN BIÈRES

GRANDES MARQUES



#1 EX-AEQUO WINGMAN

50 cl - Brewdog

WINGMAN est la nouvelle mascotte de Brewdog, un super-homme au plumage fin, doté d'une palette de couleurs vibrantes (jaune, bleu, noir), inspiré d'un pilote d'avion de chasse avec une tête d'aigle et qui marque un tournant fort dans l'esthétique disruptive du brasseur indépendant écossais – BREWDOG.

#1 EX-AEQUO METEOR CERISE, IPA ET WHITE IPA

50 cl - Meteor



METEOR CERISE fait sensation en 2025 en intégrant à sa gamme un format canette 50 cl. Depuis son lancement, la recette de la Meteor Cerise a déjà été sept fois médaillée, notamment avec la médaille de bronze au World Beer Awards 2025. La raison de ce succès : la Brasserie alsacienne Meteor a sélectionné une variété de cerises à la personnalité bien affirmée : la griotte. Très concentré en goût, ce petit fruit sombre a la particularité d'être aussi acidulé ! Le résultat : une bière gourmande très fruitée, peu sucrée et bien équilibrée !

Après plusieurs années de succès, les canettes **METEOR IPA** et **METEOR WHITE IPA** ont bénéficié d'un rebranding en 2025. Elles arborent désormais chacune une identité propre, sublimée par des décors colorés qui reflètent leur caractère unique !

Meteor IPA s'affirme ainsi par sa personnalité houblonnée et fruitée, tandis que Meteor White IPA nous entraîne dans un univers où la fraîcheur de la bière blanche rencontre la vivacité fruitée du houblon. Des recettes de qualité validées par de nombreuses médailles, comme la médaille d'or au CGA 2025 pour Meteor IPA ou la médaille de bronze au World Beer Awards 2025 pour Meteor White IPA.



#2 ex-aequo La Neipa

50 cl - Brasserie Castelain
(à gauche)

#2 ex-aequo La Raoul

50 cl - Brasserie Goudale
(à droite)

LA CANETTE D'OR DU DESIGN BIÈRES

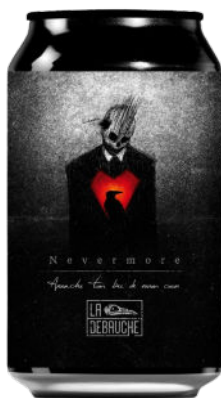
CHALLENGER



La brasserie d'Ile-de-France (Bobigny - 93) **DEMORY PARIS** a lancé, en 2025, 12 recettes éphémères en canette aux design audacieux, représentant la capitale et son histoire, ce qui est l'essence même de l'ADN de Demory Paris.

#1 DEMORY PARIS

50 cl - Brasserie Demory Paris



#2 Nevermore

33 cl - Brasserie La Débauche



#3 Gallia - Bière de travail

33 cl - Brasseries Heineken

LA CANETTE D'OR DU DIGITAL PRINT



C'est à travers sa gamme de limonade bio baptisée « **AURON** » que la Brasserie du Comté, située à St Martin Vésubie dans le haut pays Niçois (06) sublime la célèbre station de ski d'Auron. « Patinoire », « Bus en folie », « Tout schuss » et « le village » sont les quatre illustrations réalisées par Tineesi. Les canettes sont habillées aux couleurs de cette station emblématique des Alpes-Maritimes et du Mercantour, réputée pour ses pistes variées et son ambiance chaleureuse.

#1 Gamme AURON

33 cl - Brasserie du Comté



#2 Mexican Lager

50 cl - Brasserie NAO



#3 La Belle Bleue

50 cl - Brasserie du Comté

LA CANETTE D'OR LA PLUS ÉVÉNEMENTIELLE



La quatrième édition du **Cosmic Day de la Brasserie des Intenables** (Rosheim 67 - Bas-Rhin) invite à un voyage houblonné.

Le concept ? Une soirée festive autour de quatre houblons différents, chacun sublimé dans sa propre version. Petit twist cette année (mi-novembre 2025) : les brasseurs ont camouflé le nom des houblons sous des bornes à gratter. Il suffit simplement de goûter, de deviner le houblon et de gratter la canette pour découvrir la réponse !

#1 COSMIC SERIES

44 cl - Brasserie Les Intenables



#2 Paul Beer Express

44 cl - La P'tite Maiz



#3 8.6 édition Dodie

50 cl - Swinkels

LES CANETTES D'OR DE LA MEILLEURE COMMUNICATION



#1 EX-AEQUO MAISON PERRIER

Step Inside - Maison Perrier

Une vague de fraîcheur, une explosion de saveurs ! Avec **Maison Perrier**, Lily Collins incarne un plaisir pétillant aux mille facettes. Citron vert, citron, framboise, orange, menthe... Chaque gorgée révèle une nouvelle sensation, toujours portée par l'intensité des bulles Maison Perrier.



#1 EX-AEQUO HEINEKEN

vidéo sur les idées reçues sur la canette
Groupe Heineken



Pour cette vidéo, **HEINEKEN** est allé à la rencontre des Français pour avoir leur avis sur la canette et connaître les clichés qui circulent autour de cet emballage. « La canette donne-t-elle un goût métallique à la bière ? Peut-elle contribuer à réduire l'empreinte carbone de la bière ? » Chaque question est alors débunkée par Fanny Jenft, ingénieure process de la fabrication de la bière chez HEINEKEN Entreprise.



#2 Brewdog

LA CANETTE D'OR DE L'INNOVATION : NOUVEAU MARCHÉ



#1 MIXPOW

MIXPOW a détourné l'usage de la canette pour inventer un nouveau marché : le snacking sain, pratique et éco-responsable en canette. Le concept : proposer des mélanges de fruits secs et de noix dans un format inédit de 160 g, refermable, léger et transportable partout. Une alternative innovante aux sachets plastiques à usage unique, avec un emballage recyclable à l'infini. Nouveaux usages : consommation nomade adaptée aux sportifs, voyageurs, automobilistes et actifs qui veulent une pause saine et gourmande.

Les résultats parlent d'eux-mêmes : en seulement un an, Mixpow est déjà présent dans plus de 60 points de vente (Intermarché, Carrefour, Leclerc, Total autoroutes, AVIA, Shell, Franprix France...).



#2 Kéfir

25 cl - Labo Dumoulin



#3 Citrus Twister

33 cl - YASS

LA CANETTE D'OR AMBASSADEUR DU RECYCLAGE DES CANETTES



#1 LA CANETTE A DU BON - 1664

Brasseries Kronenbourg



En 2024, **Brasseries Kronenbourg** a lancé l'opération « la canette a du bon » en collaboration avec le programme « Chaque Canette Compte » pour faire connaître les atouts de la canette aux consommateurs. Lancée partout en France dans près de 600 grandes et moyennes surfaces (Leclerc, Super U, Intermarché, Carrefour, Auchan...), cette opération s'appuie sur une PLV en forme de canette.

Une trentaine de ces points de vente a bénéficié d'une animation spécifique proposée dans une canette géante 1664 : une redécouverte totale de la canette ! Les équipes du brasseur alsacien et de « Chaque Canette Compte », programme leader en France de la gestion d'opérations de sensibilisation sur le recyclage « hors foyers », ont échangé avec les consommateurs afin de leur faire découvrir les atouts de la canette et de les sensibiliser aux gestes de tri.

Aujourd'hui, plus d'un litre de bière sur 4 est désormais vendu en canette en grande surface. Brasseries Kronenbourg restent leader avec près de 18 % des volumes vendus en canette depuis le début de l'année et renforcent même sa position en gagnant de la part de marché sur les 11 premiers mois de l'année.



#2 Le choix de la Canette - Heineken

Groupe Heineken



#3 Orangina - triez-moi

Suntory food and beverage france

LA CANETTE D'OR DU PUBLIC



#1 POP'S

33 cl

POP'S est la nouvelle marque de thé glacé en canette lancée par le créateur de contenus Fastgoodcuisine (Charles Gilles-Compagnon).

POP'S est une marque de thé glacé alliant plaisir et bien-être : sans arôme artificiel, sans conservateur et riche en fibres. Les saveurs proposées poussent l'expérience gustative des consommateurs les invitant à voyager vers de nouveaux horizons.

En savoir plus sur la Canette d'Or du Public :

Les socionauts ont été invités à voter sur les réseaux sociaux pour leur canette préférée parmi 23 canettes sélectionnées par le Jury. Près de 12 000 votes ont été comptabilisés cette année : un record ! POP'S remporte ce Prix du Public 2025, après avoir enregistré près de 2 000 votes.

LE COUP DE CŒUR DU JURY



#1 8.6 édition DODIE

50 cl - Swinkels

Depuis plus de dix ans, **la marque 8.6** renforce chaque année son lien avec l'univers du tatouage à travers des éditions limitées créées par les plus grands artistes mondiaux.

En 2025, la marque poursuit cette démarche audacieuse au travers d'une collaboration avec Dodie, véritable figure pionnière du tatouage en France et reconnue pour son engagement dans la féminisation de cet art. Quatre canettes numérotées (33 à 36) voient le jour, véritables créations ornementales et florales. Inspirées du dotwork, des mandalas et de la broderie, elles transforment la canette en œuvre d'art.

L'ADN intense par nature de 8.6 rencontre ici la finesse graphique de Dodie, offrant aux consommateurs une expérience visuelle et émotionnelle unique. Ces canettes ne sont plus de simples contenants, mais de véritables objets de collection. En célébrant plus de dix ans de partenariats avec les plus grands tatoueurs internationaux, 8.6 réaffirme son ancrage fort dans l'ensemble des cultures urbaines à l'image du Street Art, du Hip-Hop et bien évidemment du Tattoo.

LES CANETTES D'OR DU DESIGN INTERNATIONAL

SOFT DRINK



#1 Sauces POTTs'

33 cl - Potts' – Royaume-Uni

POTTs', un fabricant britannique de bouillons et sauces haut de gamme, a fait son entrée dans les rayons des supermarchés en 2019 avec son emballage « Chaos Packaging », unique et révolutionnaire.

S'inspirant de l'explosion du marché de la bière artisanale, l'équipe de Potts' a décidé d'adopter la canette pour le lancement mondial de son nouveau produit. Aujourd'hui, ses bouillons et sauces en canettes représentent la moitié du chiffre d'affaires de l'entreprise, avec plus de 4 millions de canettes vendues par an rien qu'au Royaume-Uni. La marque prévoit désormais de se développer sur les marchés d'exportation, notamment en Europe, aux États-Unis, en Afrique du Sud et en Australie.



#2 ex-aequo Soda

33 cl - Ritchie BV - Belgique



#2 ex-aequo Candy Can édition limitée Pac Man

24 cl - Canada, Allemagne, Royaume-Uni, Pays-Bas, Tchéquie, Hongrie, Lituanie et Danemark

LES CANETTES D'OR DU DESIGN INTERNATIONAL

BOISSONS ALCOOLISÉES



Des canettes hautes en couleurs, des brassins éphémères, des saveurs originales : **avec Stuut, la brasserie belge Caulier** renouvelle les codes de la bière avec notamment ses deux références fixes : Stuut Aloha IPA et Stuut Juicy Dolly. La marque compte se développer davantage.

#1 STUUT

33 cl et 44 cl

Brasserie Caulier - Belgique



#2 Urine

33 cl - Brasserie du Borinage - Belgique



#3 Gamme de bières

44 cl - Vault City Brewing - Écosse

INITIATIVES EN FAVEUR DU RECYCLAGE DES PARTENAIRES DE « CHAQUE CANETTE COMPTE » : LES 5 LAURÉATS

Le programme pionnier du recyclage des canettes fête cette année ses 15 ans ! Lancé en 2010 par les fabricants français de boîtes boisson, 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. « 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 et plusieurs brasseurs avec lesquels il travaille à informer les consommateurs de l'importance du geste de tri.

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. Cet hiver, c'est sur les pistes de ski qu'il s'élancera pour la première fois pour continuer à collecter et sensibiliser là où les canettes sont consommées !



avec



LE PRIX SPÉCIAL CANETTE D'OR CITEO



Fondée en 2004 en Ardèche (07), l'**association Les Connexions** agit pour réduire l'empreinte écologique des événements en proposant des solutions complètes de gestion des déchets. Son approche ? Accompagner, former, collecter et réemployer, pour des événements responsables.

Les Connexions interviennent à toutes les étapes :

- Conseil et formation pour les organisateurs et le public.
- Dispositifs de collecte sur mesure et location de matériel.
- Réemploi des matériaux pour boucler la boucle de l'économie circulaire.

L'association s'appuie sur un réseau engagé de 300 bénévoles et 15 salariés, renforcés par une trentaine de saisonniers. Depuis 2011, Les Connexions collabore étroitement avec le dispositif « Chaque Canette Compte » et CITEO. Grâce à ce partenariat, l'association a piloté plus de 2 200 événements, dont des « sampling responsables », permettant la collecte de 4 520 tonnes de canettes et d'emballages.



ABC - Association Accueil Biffins Collecteurs promeut le développement durable par la sensibilisation du public à un meilleur comportement pour l'environnement. ABC collecte canettes et les bouchons en plastiques et en liège.



CANETTES D'OR INITIATIVE SITE DURABLE



**Sud Rhône
Environnement**
SYNDICAT MIXTE

Sud Rhône Environnement est un syndicat mixte créé en 2000, en charge du traitement des déchets ménagers.

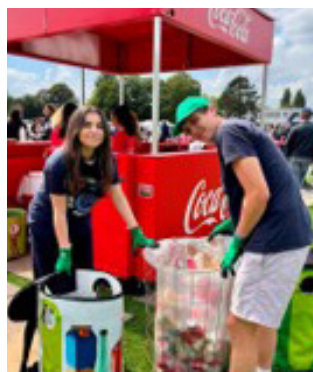
Engagé aux côtés de Knet Partage, il réalise des collectes d'envergures et a déjà réussi à récupérer 6 000 canettes dans leurs 24 points de collectes. Leur objectif commun : collecter pour donner une seconde vie aux canettes, tout en soutenant des actions en faveur des enfants en situation de handicap !



LA CANETTE D'OR EVÈNEMENT DURABLE



C'est aux cotés de Chaque Canette Compte que le **Relais de la Flamme Olympique et Paralympique** a pu organiser un événement responsable et respectueux de l'environnement. À l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, les équipiers du programme ont pu collecter et recycler plus de 253 000 canettes distribuées et ainsi assurer un passage du relais sans déchets sauvages pendant 29 jours. Une volonté forte de l'organisation vers le sampling responsable.



CANETTE D'OR PRIX SPÉCIAL :

MARQUE ENGAGÉE



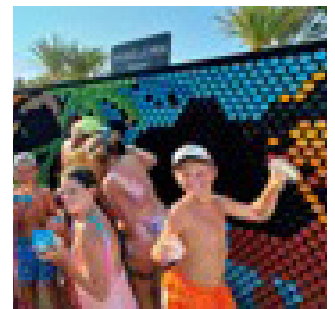
SUNTORY

BEVERAGE & FOOD FRANCE

En 2024 et 2025, **SUNTORY** a engagé ses deux marques phares Oasis et Schweppes aux côtés de Chaque Canette Compte. Oasis a fait le tour des plages du Sud de la France pendant 1 mois pour faire découvrir ou re-découvrir deux de ses recettes emblématiques via un dispositif d'échantillonnage de canettes 15 cl.

Pour clôturer la tournée, Oasis s'est associée à l'association Chaque Canette Compte les 25 et 26 août 2024 pour sensibiliser un maximum de vacanciers au recyclage et à l'importance des gestes de tri. A cette occasion, les consommateurs ont pu construire un PixelCan : une œuvre participative et ludique composée de canettes consommées et collectées, où chacun vient mettre une canette pour reconstituer une image. Résultats : 5 000 canettes collectées et recyclées et 5 000 consommateurs sensibilisés en seulement 2 jours.

En 2025, le dispositif PixelCan a été à nouveau mis en place en partenariat avec l'association « Chaque Canette Compte » lors d'une journée d'échantillonnage à grande échelle sur la dalle de La Défense. Plus de 40 000 canettes ont été distribuées par les collaborateurs de Suntory, accompagnés des bénévoles de l'association qui ont sensibilisé les passants au geste de tri et à l'importance du recyclage.



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 = TRANSPORT 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 Frazee, 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 Frazee, 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.

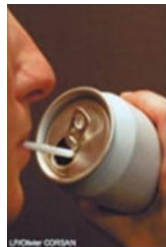


2001

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 25 000 € fait le tour d'Europe. Elle est passée à Paris au 1^{er} 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 1ère édition des Canettes d'Or organisé par le GIE La Boite 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

- **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.





La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe

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). www.laboiteboisson.com



À PROPOS DE « CHAQUE CANETTE COMPTE » :

Le programme français « Chaque Canette Compte » a été lancé en 2010 par les fabricants français de boîtes boisson. En 15 ans, il a permis de sensibiliser plus de 51 millions de Français à la collecte des canettes hors domicile et de recycler plus de 180 millions de canettes consommées hors foyer, économisant ainsi près de 21 000 tonnes d'émission de CO₂. « Chaque Canette Compte », qui réunit aujourd'hui 71 partenaires de collecte, est présent sur plus de 10 500 sites et a déjà participé à plus de 2 200 événements !

L'Équipe ADOCOM-RP, Arnault, Anaïs, Lisa – Service de Presse de La Boîte Boisson –
vous remercie de votre attention.

**ADOCOM®-RP**
ÉCOUTER - COMPRENDRE - TRANSMETTRE
11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris
01 48 05 19 00 • adocom@adocom.fr



**Retrouvez-nous
sur nos réseaux !**



@ChaqueCanetteCompte



@chaquecanettecompte



Chaque Canette Compte



@chaquecanette



La Boîte Boisson



chaque_canette_compte



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



avec

