Moins de colas, plus d’energy drinks, le marché de la canette stagne

Si le marché de la canette reste stable en 2017, l’emballage métallique continue d’être porteur grâce à l’innovation. Le modèle slim continue de gagner le cœur des Français selon l'enquête du GIE la boîte boisson, l’association regroupant les principaux fabricants d’emballages et de métaux.

5 milliards de canettes sont remplis chaque année, dont 3,4 milliards pour les softs drink et 1,7 milliard pour les bières. Un chiffre plutôt stable qui connaît une très légère variation depuis 1 an. Le GIE La boîte boisson, l’association regroupant les principaux fabricants d’emballages et de métaux, précise en effet que les achats en magasins ont augmenté de 0,8% tandis que le volume enregistre une légère baisse de 1%. "La consommation se maintient à un haut niveau", souligne malgré tout Sylvain Jungfer, le délégué général de la structure qui rappelle que "les Français en consomment 76 par an, soit 4,5 fois plus qu’il y a 20 ans."

Si l’emballage est apprécié pour ses qualités pratique et de transport, il séduit également par sa capacité à innover. Taille, volume, décoration, la canette n’en finit pas de se réinventer. Le format slim en représente le parfait exemple.