

Les cannettes ont les faveurs des consommateurs français

Les consommateurs français aiment les cannettes. Si les volumes de ventes accusent une certaine stagnation entre 2016 et 2017, le chiffre d'affaires du secteur progresse, selon les chiffres du GIE La Boîte Boisson.

Ouvrir une cannette, c'est devenu un geste naturel pour tous les consommateurs. Ce format plaît aux Français : chaque consommateur en boit 76 par an en moyenne. Les revenus tirés des ventes de cannettes a augmenté de 0,8% en 2017, mais les volumes ont reculé de 1%. Le marché est mature, et la valeur continue de progresser : c'est plutôt bon signe. Parmi les segments les plus appréciés des Français, on trouve les bières de spécialité régionales et artisanales, les thés glaces, les boissons énergisantes et les boissons lactées.

Les sodas moins populaires

Les sodas en revanche piquent un peu du nez. Ils restent les boissons en cannettes les plus vendues, mais les volumes sont descendus sous le seuil des 50% (-9% en deux ans). Globalement, les cannettes sont reconnues comme plus faciles à transporter et à consommer. Les Français en emportent volontiers à l'extérieur comme en pique-nique (ils sont 39% à le faire) ou encore dans les lieux publics (28%). Ils sont même six Français sur dix à en consommer à la maison.

Le format « slim » a le vent en poupe

Un mouvement de fond a secoué le marché ces dernières années : l'avènement du format « slim ». Les cannettes sont plus hautes et plus fines, c'est un format qui véhicule une image de légèreté et de jeunesse. 15% des bières sont proposées en cannettes « slim », c'est le cas aussi pour 100% des eaux et boissons énergisantes ! Plus d'une cannette vendue sur quatre aujourd'hui (27% pour être précis) est dans ce format allongé et aminci. Sur le marché hors domicile, 75% des boîtes vendues sont en « slim ». Un succès commercial indéniable qui a encore des marges de manoeuvre.