

PLUTÔT BOUTEILLE EN VERRE OU CANETTE ?

Selon les gammes, les cibles mais aussi les lieux où elle est consommée, la bière se présente dans des contenants fabriqués pour préserver ses qualités organoleptiques mais aussi concilier créativité et durabilité.

Bon marché, trop forte, moins bonne : longtemps victime de préjugés, la bière en canette voit ses parts de marché progresser depuis 2023. Un support déjà associé « à ceux qui évoluent dans le domaine de la craft beer, alors que la bière en bouteille, plus traditionnelle est plutôt associée au côté industriel », explique Ludovic Mornand à la tête du Studio Blackthorns, une agence spécialisée dans le développement de stratégie de marque dans le secteur de la boisson, basée à Lyon. Mais face à l'augmentation du prix du verre, après le début de la guerre en Ukraine, les marques conventionnelles ont aussi franchi le pas.

Légèreté, créativité, liberté

Légère, incassable, protégeant de la lumière pour une meilleure préservation des arômes, la canette répond aussi à la quête de liberté d'une Génération Z plus nomade. Véritable surface d'expression où proposer un design attractif, la canette constitue ainsi un support qui invite à la créativité pour déployer toute l'identité d'une marque. « Le visuel prend toute la place. Ce côté beau et esthétique favorise l'acte d'achat », note celui qui est un des hôtes du podcast 1000 Hectos et auteur d'un guide annuel sur les tendances dans la consommation de la bière.

Un essor, pour Elisabeth Pierre, zythologue franc-comtoise, qui aussi s'explique

par une volonté « de se distinguer ». Pas étonnant que le mouvement des brasseries artisanales se soit emparé de ce type de contenant « imprimable à 360°, contrairement à l'étiquette des bouteilles, et donc plus adapté à de jeunes marques qui doivent jouer des coudes pour se démarquer », complète Lucien Debever, le délégué général du GIE (groupement d'intérêt économique) La Boîte Boisson qui rassemble les fabricants du secteur. Si le format de 50 cl reste la référence, le 33 cl existe également et le 44 cl reste la signature des brasseurs anglo-saxons.

Et le créatif lyonnais Ludovic Mornand d'ajouter : « En France, quand on rentre aujourd'hui dans certaines caves, on trouve des rangées de canettes qui font penser à une collection de vinyles ! » À côté des traditionnelles bières pression, « on commence à voir des canettes de brasseries "crafts" dans les frigos des salles de concerts qui, grâce à leur identité visuelle très travaillées, seront reconnues en un coup d'œil par les amateurs qui composent le segment "beer geek" ! »

Le retour de la consigne

Pour Elisabeth Pierre, la canette tisse aussi un lien « avec le métier de brasseur historique qui produit de la limonade » et aujourd'hui des eaux pétillantes houblonnées. Ce format s'adapte aussi aux innovations en matière de



sans-alcool, « convoquant aussi toute l'imagerie marketing liée à la gamme des softs » ajoute le représentant du GIE. Et le plébiscite tend à s'accélérer, car un des autres atouts du conditionnement aluminium c'est sa possibilité d'être recyclé dans les bacs de tri jaune, sans devoir se rendre jusqu'à une poubelle pour le verre, à l'extérieur de son domicile.

Avec une bière sur quatre achetée en magasin contenue dans des canettes et une croissance en volume de + 4 % en 2024 selon les chiffres du GIE, « la consommation se fait toujours majoritairement dans des bouteilles en verre », nuance Ludovic Mornand. Inspirées de leurs concurrentes

en aluminium, et pour répondre aux exigences de durabilité en termes de transport et logistique aussi, les fabricants les conçoivent moins lourdes et moins épaisses.

En parallèle, pour réduire leur empreinte environnementale, quelques brasseurs remettent au goût du jour la consigne à l'image de la Brasserie Dulong à Rillieux-la-Pape. À Saint-Julien-Molain-Molette, toutes les 75 cl de La Brasserie du Pilat peuvent être ramenées pour être lavées et réutilisées. En Bourgogne-Franche-Comté, « J'aime Mes Bouteilles » œuvre aussi pour développer une filière de réemploi des bouteilles en verre.



Photo DR

1000 Hectos, un podcast auralpin sur le marché de la bière

Augmenter ses ventes de bières grâce à l'intelligence artificielle, quel est l'impact commercial sur les bières médallées au Concours général agricole, l'évolution des IPAs, autant de sujets abordés dans le podcast 1000 Hectos que le Lyonnais Ludovic Mornand co-anime avec une autre experte de la filière brassicole, Dorothee Van Agt, basée à Grenoble. Le podcast, diffusé depuis 2022, décrypte notamment l'univers de la bière et des brasseries artisanales.