



La saga planétaire de la canette

BOISSONS. Les petites boîtes en aluminium fêtent leur 80^e anniversaire cette année. Il s'en vend 350 milliards par an dans le monde. Un énorme succès dû notamment au fameux « pschitt » à l'ouverture.

CLAC, PSCHITT : ce bruit de la canette de soda qu'on dégoupille, signe annonciateur d'une soif éteinte, est selon les spécialistes l'un des sons les plus reconnus et les mieux identifiés au monde. En quelques décennies, le petit cylindre d'alu ou de fer blanc a conquis la planète. Il fête cette année ses 80 printemps... en pleine forme. Remplies d'une boisson alcoolisée ou de « soft », multicolores, 350 milliards de canettes sont vendues chaque année aux quatre coins du monde et, en vingt ans, leur consommation a plus que quadruplé en France, laissant sur la touche les packs et les bouteilles en plastique. Voici l'histoire de la star du rayon boissons.

■ « Born in the USA »

La boîte ronde voit le jour en 1935 dans les usines de l'American Can Company. On y met d'abord de la bière, et on l'ouvre... avec un ouvre-boîtes ou avec un bouchon vissé sur un cône cylindrique. Cinq ans plus tard, alors que vient d'éclater la Seconde Guerre mondiale, Coca-Cola teste à son tour ce nouveau contenant et remplit les sacs des GI... La canette voyage et s'installe. En France, Kronenbourg présente sa première version en 1955. « Mais il y a eu une certaine résistance de l'industrie brassicole, ce n'était pas dans les traditions ici », raconte Annette Freidinger, spécialiste en emballages et maître de conférences à l'École nationale supérieure des industries alimentaires. Mais, petit à petit, les « soft drinks » se taillent une place dans l'Hexagone, et le système d'ouverture facile que l'on connaît aujourd'hui séduit les foules. La première usine de fabrication de boîtes à boissons ouvre en 1984 en France.

■ Quelques grammes d'aluminium ou de fer blanc

« La canette a mis beaucoup de temps à décoller, mais aujourd'hui elle s'inscrit bien dans nos modes de vie nomades et multi-occu-



La première canette en 1935 était américaine, en fer blanc (« tin can » en anglais), contenait de la bière et on devait la percer en deux endroits pour en boire le contenu.

pés », résume Annette Freidinger. Sylvain Jungfer, délégué général de la Boîte Boisson, le syndicat des professionnels de la filière, lui trouve même un côté « moderne et irrévérencieux », lié aux pubs glamour des marchands de sodas. Ce qui séduit le chaland est aussi d'ordre pratique : pas plus épaisse qu'un cheveu (1/10 de millimètre), une canette vide pèse seulement 20 g. En plus, elle se recycle à l'infini... pour peu qu'on la jette dans la bonne poubelle.

■ Coca, vodka, café...

En France, « 95 % des volumes sont faits soit en bière, soit en soft drinks », affirme Sylvain Jungfer. On ne trouve jamais d'eau minérale en



De toutes les couleurs et pour tous les breuvages, la canette se consomme d'abord pour les « soft drinks » (boissons sans alcool). (LP/Aurélie Audureau)

canette. Elle pourrait très bien s'y conserver mais au niveau du marketing cela ne prend pas ». De même, Cacolac conditionne du vin en canettes, à Bordeaux, mais ces boîtes-là ne se vendent qu'à l'export. En France, les petits formats ont la cote, comme la canette « slim », allongée, et le toucher velours qui la rend plus chic. Ailleurs, on plébiscite en revanche les grands contenants aux décors bariolées. En Russie, on vend des canettes de vodka... d'un litre. Les Anglais achètent parfois des canettes de café autochauffantes. Pour la forme, le brasseur Budweiser a créé un modèle à la taille resserrée, qui évoque le nœud papillon symbole de la marque.

■ Referredable ou pas ?

Franck Lucas, PDG de Cogitocan, vient de déposer un brevet pour une canette referredable. « On s'est attaqués à ce problème et il nous a fallu quatre ans de recherche et développement pour mettre au point la bonne technologie. » D'autres fabricants se pressent sur ce créneau, mais certains spécialistes se disent sceptiques. « Le côté referredable s'éloigne du plaisir de consommation immédiate de la canette, estime Sylvain Jungfer. Les études montrent que c'est le fait de dégoupiller qui donne envie de boire. » Et le bruit. Clac. Pschitt...

CHRISTEL BRIGAUDEAU



(Getty Images/Fox Photos)

Une usine de bière aux Etats-Unis en 1937. Le succès de la canette a été immédiat outre-Atlantique.