

03.05.2023 - 14:59 Uhr

Ricola réalise un chiffre d'affaires record en 2022

Laufen (ots) -

Malgré un environnement toujours volatil, le groupe Ricola a réalisé de très bons résultats en 2022 et un chiffre d'affaires nettement supérieur à celui de 2019, c'est-à-dire avant la pandémie de coronavirus. Toutes les régions ont contribué à ce résultat, avec notamment une croissance exceptionnelle des ventes sur le marché américain. Les ventes ont également augmenté en dessus de la moyenne au Canada et dans différents marchés d'Europe et d'Asie. En raffinant et élargissant sa stratégie de succès, Ricola a posé les jalons pour un bon développement de l'entreprise.

Bien que les mesures contre le Covid-19 aient été levées ou du moins fortement réduites dans la plupart des pays, la guerre en Ukraine qui a éclaté en février 2022 et l'inflation sur de nombreux marchés importants causent une grande incertitude dans le monde entier. Le groupe Ricola a pu réaliser en 2022 un chiffre d'affaires supérieur à celui de 2019, qui avait été jusqu'à présent la meilleure année.

Amérique du Nord : une présence de marque nettement renforcée

Après la levée des confinements liés au coronavirus, plusieurs vagues importantes de grippe et de refroidissement se sont propagées en Amérique du Nord. Elles étaient accompagnées de Covid-19 d'évolution bénigne, qui touchait majoritairement les voies respiratoires supérieures. En 2022, les ventes de bonbons contre la toux ont connu une croissance à deux chiffres par rapport à 2019 sur les marchés américain et canadien. Les bonbons aux herbes Ricola ont directement profité de la demande croissante de médicaments contre les refroidissements. Aux États-Unis, Ricola a gagné de nettes parts de marché, avec une croissance des ventes significativement supérieure à la moyenne du marché. Ricola a réussi à gagner des places en rayon et à étendre la présence de la marque aux États-Unis et au Canada, notamment grâce à de nouveaux produits comme la ligne Ricola Max et Ricola Berry Medley.

Europe : évolution positive sur les principaux marchés

En Allemagne, le plus grand marché européen pour Ricola, l'entreprise commune de distribution CFP Brands a augmenté de manière significative son chiffre d'affaires dans un environnement très concurrentiel. Ricola a réussi à enthousiasmer davantage des consommatrices et consommateurs pour ses produits. Avec 'Ricola Eukalyptus Kirsche, (Ricola Eucalyptus Cerise) l'entreprise a lancé avec succès une nouvelle variété de bonbons en Allemagne et en Autriche en septembre 2022.

Sur le marché français des confiseries, Ricola a atteint une part de marché record en 2022. En novembre, la première boutique Ricola a ouvert ses portes pour six mois dans le quartier tendance du Marais à Paris. Les produits 'Douceur de Miel' et 'Echinacée Miel Citron', qui n'étaient jusqu'à présent disponibles qu'en sachet, sont désormais proposés par Ricola sur le marché français dans une boîte Z-click très pratique grâce à un nouvel enrobage des bonbons.

En Suisse, Ricola a connu une année exceptionnellement forte. L'accès à Migros en octobre 2022 a marqué un point fort sur le marché national. Au début de l'été, un roadshow dans des villes suisses sélectionnées a permis d'y présenter les jardins aux herbes Ricola. En automne, un public intéressé a reçu une initiation à la fabrication de bonbons dans de grands magasins de Coop. Avec Niels Hintermann, Ricola a engagé pour la première fois un skieur suisse professionnel comme ambassadeur de sa marque.

Les activités en Espagne, en Belgique et dans différents pays d'Europe de l'Est ont été positives. Le secteur "Travel Retail", géré par Ricola Suisse, s'est développé de manière très satisfaisante grâce à la reprise du trafic touristique international.

Asie : reprise après la levée du confinement

Sur de nombreux marchés asiatiques, les affaires de Ricola ont repris après le ralentissement dû au coronavirus. C'est en Corée du Sud, où le célèbre acteur Park Seo Joon a été engagé comme ambassadeur de la marque, que Ricola s'est développée le plus. Sa grande notoriété a entraîné de nombreux achats d'essai, ce qui s'est traduit par une croissance remarquable. En Chine, les ventes sont restées en deçà des attentes, le confinement dû au coronavirus ayant été maintenu jusqu'à la fin de l'année.

Durabilité : six domaines prioritaires

Le conseil d'administration de Ricola a adopté en 2022 la stratégie de développement durable développée de l'entreprise, qui met l'accent sur les principes agricoles, la protection du climat, les emballages, les déchets, l'eau et la chaîne d'approvisionnement.

Aujourd'hui déjà, les herbes utilisées par Ricola répondent à 100 % aux standards d'une culture naturelle. A moyen terme, l'entreprise a pour objectif de faire cultiver et traiter encore plus des matières premières selon les principes agricoles de Ricola. Pour ce faire, les spécialistes de Ricola sont en contact étroit avec les producteurs.

Pour ses emballages, Ricola utilise du papier et du carton certifiés FSC ou recyclés. En collaboration avec un fournisseur, des boîtes de bonbons ont été développées en 2022, dont la production génère 50 % de dioxyde de carbone en moins.

Depuis 2012, les déchets de production sont passés de 10 à 6 % et la consommation d'eau a été réduite dans la fabrication des bonbons.

Aujourd'hui, 98,8 % de tous les fournisseurs de matières premières ont signé le Code of Conduct de Ricola.

D'ici fin 2023, Ricola vise la certification Benefit Corporation (B Corp). Cette certification prouve que l'entreprise répond aux normes les plus élevées en matière de responsabilité sociale et environnementale, de responsabilité d'entreprise et de transparence.

Perspective : bon début

Ricola a bien commencé l'année 2023, malgré un environnement international toujours exigeant, marqué par l'inflation, des fluctuations monétaires et des difficultés dans les chaînes d'approvisionnement. L'entreprise est confiante d'atteindre cette année encore les objectifs qu'elle s'est fixés.

Bref portrait de Ricola .

Ricola est l'un des fabricants de bonbons les plus modernes et les plus innovants au monde. L'entreprise exporte des spécialités aux herbes dans 45 pays et est connue pour sa qualité suisse. Fondée en 1930, avec un siège social à Laufon près de Bâle et des filiales en Europe, en Asie et aux États-Unis, Ricola produit aujourd'hui près de 50 sortes de bonbons aux herbes et de spécialités de thé. L'entreprise familiale est considérée en Suisse comme une pionnière dans le domaine de la culture des herbes et accorde une grande importance à des sites sélectionnés et à une culture respectueuse de l'environnement. Ricola a conclu des contrats d'achat fixes avec environ 85 paysans situés dans les montagnes suisses. Ricola s'engage en faveur d'une gestion d'entreprise durable sur le plan économique, social et écologique et est un employeur conscient de ses responsabilités. L'association des valeurs traditionnelles d'une entreprise familiale avec le souci de la qualité et le plaisir d'innover est à l'origine du succès de cette marque suisse de premier plan.

Contact:

Ricola Group SA
Communication d'entreprise
Baselstrasse 31
4242 Laufon
41 (0)61 765 41 21
media@ricola.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100005111/100906174> abgerufen werden.