

FACTS & FIGURES 2022

Ein Jahr im Zeichen von 80 Jahre Ragusa

1942 brachte Camille Bloch den schweizweit ersten 50g Riegel auf dem Markt. Er hatte nicht nur eine kreative Idee, wie er der Rohstoffknappheit während des Krieges etwas entgegenwirken konnte, sondern führte auch gleich ein völlig neues Format ein, und gab ihm den Namen Ragusa. Chocolats Camille Bloch feierte diesen runden Geburtstag mit einem Wochenende der offenen Tür und begrüßte über 8'000 Besucherinnen und Besucher bei der einmaligen Produktionsbesichtigung.

Unser So Nuts Coffee bewarben wir anfangs Jahr mit Degustationen in verschiedenen Schweizer Städten und weiteren Aktivitäten. Dies führte zu einem Umsatzwachstum von rund 40% und einer Verdoppelung des Absatzes.

40%

UMSATZWACHSTUM
MIT SO NUTS



Weitere Höhepunkte des Jahres waren die Lancierung eines beschränkten in/out Angebots Ragusa 50g Blond und Noir und die erfolgreiche Einführung eines interaktiven 4-D Ciné-Gaming Angebots im Besucherzentrum. Unser Besucherzentrum erreichte wiederum eine Auslastung wie vor der Pandemie, wobei unsere Schokoladen-Ateliers einen Zuwachs von 60% verzeichneten. Trotz leicht rückläufiger Tendenz im Schweizer Schokoladenmarkt konnten wir unseren Marktanteil bei 4.9% halten.

Somit erreichten wir einen Umsatz von 60 Mio. (2021: 56 Mio.) und einen Absatz von 3389 Tonnen (2021: 3100 Tonnen).

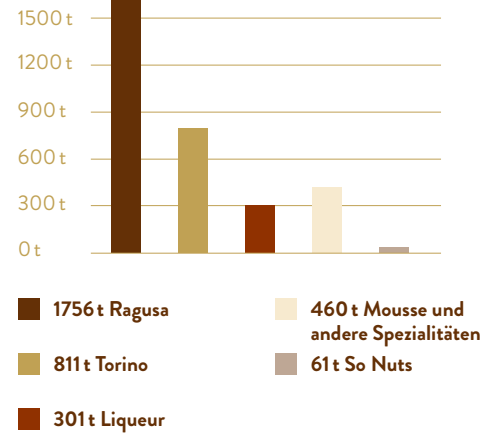
4.8%

MARKTANTEIL

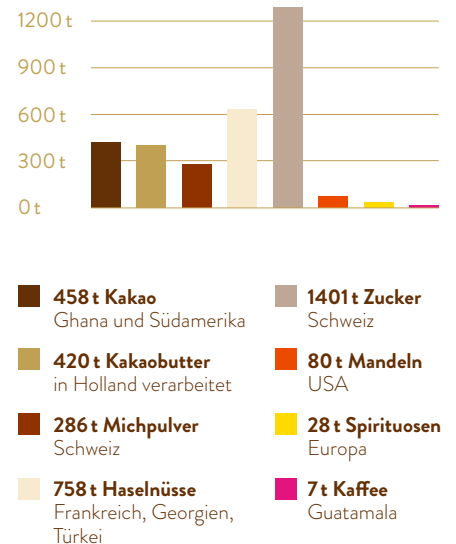
Weitere Erholung im Export

Dank zweistelligem Wachstum konnten wir in unseren Export Märkten den Covid-Rückgang wieder aufholen. Dies trotz der hohen Inflation in der Eurozone, die durch den schwachen Euro noch akzentuiert wurde. Deshalb war auch das Wachstum in Ländern mit hoher Kaufkraft, wie zum Beispiel Dänemark und Israel noch stärker. Eine positive Dynamik erlebten wir auch in unseren Kosher Märkten dank der Einführung von Ragusa und der verfeinerten Torino Rezeptur.

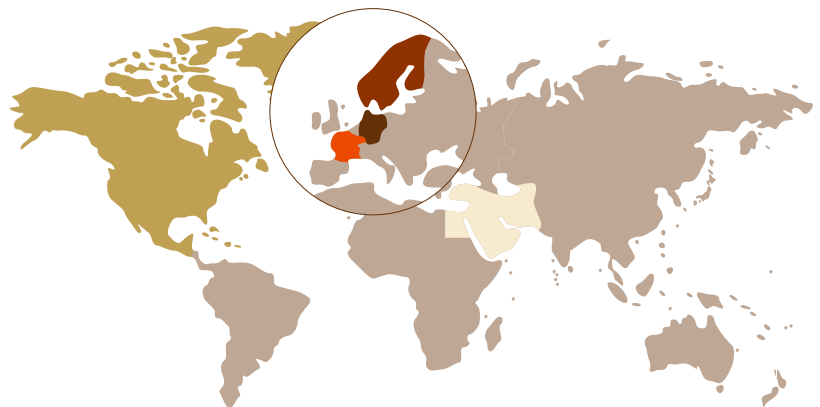
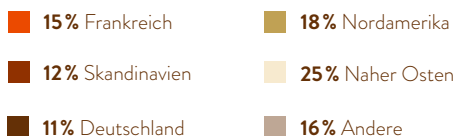
ABSATZ 2022



ROHSTOFFE 2022



EXPORT 2022



Camille Bloch
UNE PASSION PARTAGÉE
DEPUIS 3 GÉNÉRATIONS

FACTS & FIGURES 2022



Als Zweites wollen wir unser Likör Schokoladen Angebot dynamisieren. In den 1950er Jahren entwickelt Camille Bloch ein spezielles Verfahren, damit er mit Likör gefüllte Schokoladen ohne Zuckerkruste herstellen kann. Als Leader im Schweizer Markt mit unseren Likör-Tafeln haben wir nun die Gelegenheit gepackt, zwei neue Varietäten zu entwickeln: von dunkler Schokolade umhüllt, verkörpern Gin und Himbeergeist einen wahren, ursprünglichen und einzigartigen Schokoladegenuss. Sie ergänzen somit auf optimale Weise unser Sortiment, das auch die Varietäten Kirsch, Cognac, Williams, Cointreau und Grappa beinhaltet.

Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung

Im Rahmen der neuen Schweizer Gesetzgebung (Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit) und im Lichte verschiedener europäischer und internationaler Regelungen haben wir unsere Grundsatzklärung überarbeitet, unseren Lieferantenkodex aktualisiert, und basierend auf einer Risikoanalyse erste Massnahmen ergriffen. Wichtig ist uns, dass wir auch weiterhin die Rückverfolgbarkeit unseres Kakao gewährleisten können. Ausserdem werden wir zusammen mit der Schweizer Plattform für nachhaltigen Kakao und unserem Lieferanten abklären, wie wir uns an geeigneten Projekten zu Gunsten einer intakten Umwelt und besseren Lebensbedingungen der Bauern beteiligen können.



90%

UNSERER ENERGIE
STAMMT AUS
ERNEUERBAREN
QUELLEN

Wir werden im Jahr 2023 unseren CO₂ Ausstoss gemäss SBTi berechnen lassen, und anschliessend geeignete Massnahmen für eine weitere Reduktion unserer Emissionen ausarbeiten. Bereits heute beziehen wir rund 90% unseres Energiebedarfs aus erneuerbaren Energiequellen.

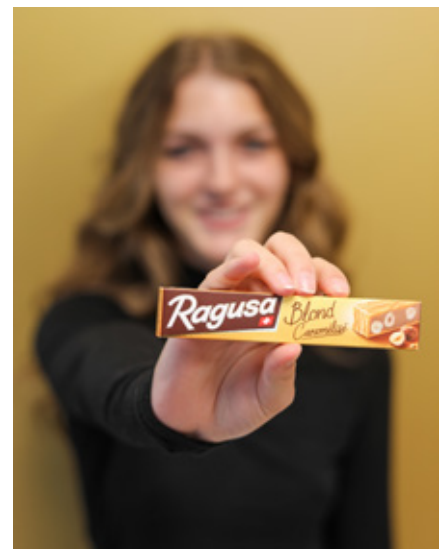
Aussichten 2023

Im Schweizer Markt wollen wir in erster Linie weiterhin unser Kerngeschäft mit unseren Hauptmarken Ragusa, Torino und So Nuts stärken. Im Fokus steht für uns So Nuts Coffee und die Ausweitung der Distribution auf weitere Kanäle. Nach der Verdoppelung des Absatzes im 2022 wollen wir dank voller nationaler Distribution den Umsatz weiter stärken. Dazu haben wir unser Marketing angepasst, um den Kontext dieser Innovation für den Kunden verständlicher zu kommunizieren.



In dritter Linie wollen wir unser saisonales Angebot ausweiten, und auch für Torino neue Verpackungslösungen zu Ostern und Weihnachten anbieten.

Wir stärken unser Angebot im Besucherzentrum weiter, damit wir auch für wiederkehrende Besucherinnen und Besucher attraktiv bleiben.



Camille Bloch

UNE PASSION PARTAGÉE
DEPUIS 3 GÉNÉRATIONS