

FACTS & FIGURES 2023

Erfolgreiche Lancierung zweier neuer Likör-Spezialitäten

Die Pandemiejahre liegen hoffentlich endgültig hinter uns. Auch der Markt hat sich grundsätzlich erholt und die befürchteten Energie-Lieferengpässe konnten vermieden werden. Diese positive Entwicklung wurde jedoch durch eine Vielzahl von regulatorischen Massnahmen und durch die zum Teil sehr hohen Preise für Rohstoffe konterkariert. Für Chocolats Camille Bloch war 2023 ein spannendes Jahr, konnten wir doch im September unsere Likörinnovationen Himbeergeist und Gin erfolgreich auf dem Schweizer Markt lancieren. Unser Umsatz im Schweizer Markt blieb stabil auf dem Niveau von 2022, dies trotz der Aufgabe einiger Produkte. Bei verschiedenen Kunden konnten wir die Sichtbarkeit unserer Marken durch Kampagnen und andere Aktivitäten am POS sowie durch Displays und Degustationen deutlich verbessern. Trotz des Inflationsdrucks werden wir die allgemeine Promotionsquote weiterhin tief halten. Die sehr hohen Preise für Kakao, Zucker und Milchpulver machten auch uns zu schaffen, wir konnten dank einer guten Planung und effizienter Produktion aber bisher auf weitere Preiserhöhungen verzichten. Wir erreichten einen Umsatz von CHF 59 Mio. (2022: CHF 60 Mio.) und ein Verkaufsvolumen von 3'200 Tonnen (2022: 3'389). Der leichte Rückgang ist hauptsächlich auf die Situation in den internationalen Märkten zurückzuführen. Hingegen entwickelten sich unsere Business Bereiche B2B mit 11% und Duty Free sogar mit 25% sehr gut.

25%

WACHSTUM IM DUTY FREE

Stabile Entwicklung im Heimmarkt Schweiz

Unsere starken Marken Ragusa und Torino konnten im vergangenen Jahr ihre jeweiligen Marktpositionen festigen. So wirkte sich unsere Kampagne für Ragusa Blond im Jahr 2022 positiv auf die gesamte Ragusa-Familie aus. Die neu entwickelte Packung Torino 320g (statt 300g) wurde sehr erfolgreich im Schweizer Detailhandel und im Duty-Free-Segment lanciert. Das handliche Format kommt bei den Konsumentinnen und Konsumenten gut an, der Zuwachs beträgt rund 60% gegenüber dem Vorjahr.

Die mit Likör gefüllten Schokoladen legten um rund 12% zu, was auch auf die Lancierung der beiden neuen Sorten Gin und Himbeergeist sowie auf das sanfte Redesign der gesamten Linie zurückzuführen ist.

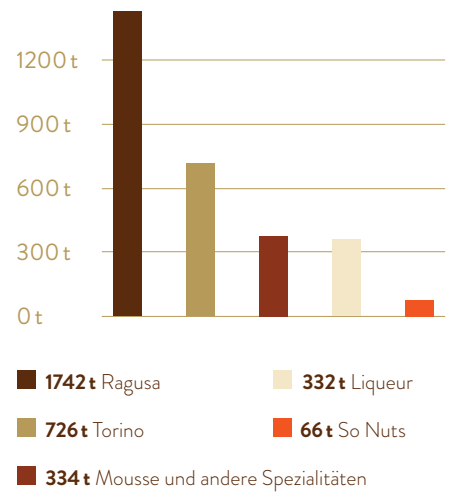
12%

UMSATZSTEIGERUNG MIT GIN & HIMBEERGEIST

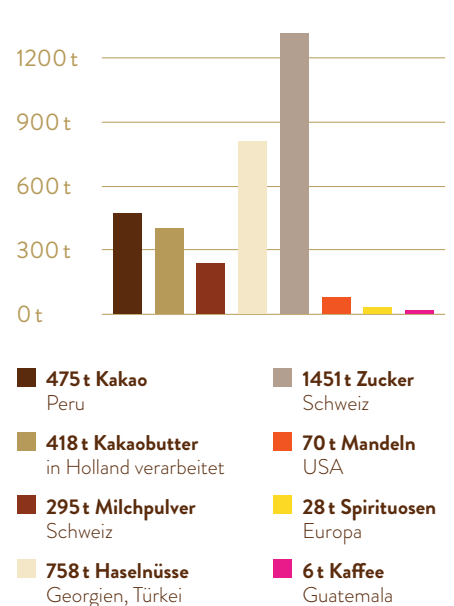
Exportmarkt bleibt leicht hinter Heimmarkt

Die gute Entwicklung im Schweizer Markt konnte aus verschiedenen Gründen im Ausland nicht nachvollzogen werden. Dennoch sind wir zuversichtlich, denn in Deutschland, einem unserer wichtigsten Auslandsmärkte, haben wir nicht nur die numerische Distribution stark ausgebaut, sondern auch die Rotation mit Degustationen deutlich erhöht. Im Duty Free konnten wir unsere Position in den Schweizer Flughäfen stärken und freuen uns über die neue Präsenz in Singapur. Ein Renner war unsere Ragusa 400g Packung in den Schweizer Landesfarben.

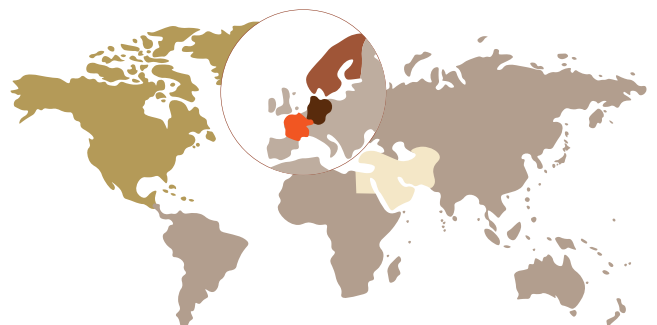
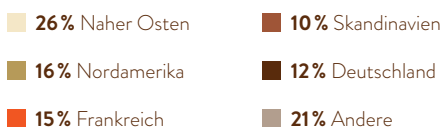
ABSATZ 2023



ROHSTOFFE 2023



EXPORT 2023



Camille Bloch
 UNE PASSION PARTAGÉE
 DEPUIS 3 GÉNÉRATIONS

FACTS & FIGURES 2023



Lara Gut-Behrami in der Skischule Adelboden

Im April begrüßte unsere Ragusa-Botschafterin Lara Gut-Behrami die Kinder der Schweizer Skischule in Adelboden und verbrachte mit ihnen einen ganzen Tag im Schnee.

Besucherzentrum

Mit 72'440 Besucherinnen und Besuchern gehört unser Besucherzentrum zu den erfolgreichen Ausflugszielen der Region. Nicht nur in der Vorweihnachtszeit oder rund um Ostern sind unsere Schokolade-Workshops ausgebucht.

72'440

GÄSTE IN UNSEREM BESUCHERZENTRUM



Nachhaltigkeit bei Chocolats Camille Bloch

Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind fester Bestandteil unserer Unternehmensgeschichte und unserer Werte. Mit dem Inkrafttreten der Schweizer Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Kinderarbeit wird Chocolats Camille Bloch SA künftig jährlich über Risiken, Massnahmen und Zielerreichung berichten. Der Bericht wird Ende Juni 2024 vorliegen. 2023 wurde auch die Wärme-Kraft-Kopplungsanlage fertiggestellt, so dass wir nächstes Jahr rund ein Drittel unseres Bedarfs mit lokal produzierter erneuerbarer Energie decken können. Im Laufe des Jahres werden wir auch unsere CO₂-Emissionen nach SBTi berechnet haben und unsere Reduktionsziele für Scope 1 und 2 festlegen.

1/3

DES ENERGIEBEDARFS LOKAL & ERNEUERBAR

Zusammenarbeit mit Partnern

Die bereits 2022 begonnene Zusammenarbeit mit McDonalds wurde weiter ausgebaut. Ab November führt McDonalds den McFlurry Torino im Sortiment. Erfolgreich war auch die Lancierung des Dunkin Donut Ragusa Blond im Februar.

Neu zwei Koscher-Zertifikate

Mit den Zertifizierungen CRC (Chicago Rabbinical Council) und Rabbi Westheim verfügen wir neu über 2 Kosher Labels. Dies stärkt unsere Position in diesem Markt markant.

SO NUTS Coffee ist nun national gelistet und wir unterstützen den Verkauf mit einer gross angelegten Kampagne zu Beginn des Jahres mit Samplings an verschiedenen strategischen Standorten und im Herbst am Big Air Festival in Chur. Dadurch konnte der Absatz um rund 20% gesteigert werden.

Aussichten

Die Lage auf den Rohstoffmärkten wie auch die neuen EU-Regelungen (Abholzung) werden uns auch 2024 beschäftigen. Die Auslegung und Auswirkungen dieser neuen Gesetze sind noch unklar. Für 2024 planen wir eine grosse Torino-Kampagne zu Beginn des Jahres, um unser neues 320g-Format bekannt zu machen. Dieses Format eignet sich auch hervorragend, um unser saisonales Angebot weiter auszubauen. Dieses wird ebenfalls mit Himbeergeist und Torino Eiern ergänzt. Unsere Likörlinie ergänzen wir mit einer hübschen Geschenkpackung mit drei Tafeln.



Im Besucherzentrum setzen wir weiterhin auf die beliebten Schokoladenworkshops und den Sonntagsbrunch.

Camille Bloch
UNE PASSION PARTAGÉE
DEPUIS 3 GÉNÉRATIONS