

11.05.2021 - 10:00 Uhr

Ricola défie la crise du coronavirus: résultat solide en 2020

Laufen (ots) -

Ricola a réalisé un exercice financier satisfaisant en 2020 malgré la pandémie mondiale du Covid-19 et les restrictions qui en découlent. L'entreprise a renforcé sa position sur différents marchés. Ricola a bien progressé dans les domaines prometteurs de la durabilité et de l'innovation.

Après un début d'année 2020 dynamique avec des ventes élevées au premier trimestre, l'impact mondial de la pandémie du Covid-19 a présenté des défis majeurs pour Ricola aussi. Dès le mois d'avril 2020, l'activité de l'entreprise a été affectée par les restrictions et la réduction de la mobilité individuelle dans de nombreux pays. Les mesures d'hygiène, introduites dans le monde entier, ont entraîné une baisse significative des cas de grippe et de rhume, ce qui a conduit à une demande réduite des produits de Ricola. Après une brève reprise en été, les deuxièmes vagues de la pandémie, débutant à partir de l'automne avec de nouveaux confinements en Europe et en Amérique du Nord, ont à nouveau pesé sur les affaires. Dans l'ensemble et compte tenu des circonstances, Ricola a atteint un résultat satisfaisant en 2020.

Bon positionnement

En 2020, Ricola a réussi à renforcer sa position sur son marché d'origine, la Suisse, ainsi que sur différents marchés étrangers - notamment en Europe occidentale et en Amérique du Nord - et à gagner des parts de marché. Les restrictions liées à la pandémie ont ralenti le développement des marchés émergents de la région asiatique. Ricola va encore intensifier ses efforts à l'avenir et s'affirmer également en Asie.

Pour la deuxième fois déjà depuis 2016, les consommatrices et consommateurs ont élu Ricola comme la marque la plus fiable de Suisse, une reconnaissance des nombreuses années de travail continu. L'entreprise a également été accordé le label de test "Highest Trust" sur l'important marché allemand en 2020.

De plus en plus, le commerce des bonbons fonctionnels à base de plantes se déplace des points de vente vers les plateformes en ligne. C'est un développement qui a reçu une impulsion supplémentaire avec la pandémie. Ricola a anticipé cette évolution et a considérablement développé ses activités de commerce électronique, notamment en Amérique du Nord et en Asie.

Nouveaux produits

Les lancements de Ricola Active-Free Lemon et Ricola GreenTea-Lime ont été positifs. Les bonbons hautement mentholés Ricola Active free renforcent la position de l'entreprise sur le segment des bonbons fonctionnels à base de plantes. Ils sont très populaires auprès des consommatrices et consommateurs en Allemagne, en France et sur d'autres marchés d'Europe occidentale. Ricola GreenTea-Lime se vend particulièrement bien en France. Le bonbon à l'extrait naturel de thé vert et avec du citron vert aigre-doux apporte un agréable vent de fraîcheur. En Suisse, les bonbons Echinacée miel citron et Miel sauge se sont établis avec succès sur le marché.

Progrès dans le domaine de la durabilité

En 2020, Ricola a continué à développer sa stratégie d'innovation et de durabilité. Pour de nombreux produits, l'entreprise renonce à utiliser les feuilles intérieures en aluminium dans les sachets. En matière de production, Ricola a réussi à réduire davantage les déchets et la consommation de ressources naturelles. Grâce à un nouveau code de conduite, Ricola inclut l'ensemble de la chaîne des valeurs dans ses efforts de durabilité.

Perspectives 2021 : sortir renforcée et dynamique de la crise

Alors que de grandes parties du monde continuent de souffrir des restrictions de la vie quotidienne, le début de l'année 2021 pour Ricola a également été modéré. L'activité économique restera difficile au premier semestre 2021, un rebond des ventes ne peut pas être attendu avant le second semestre. Toutefois, grâce aux actions prospectives et aux améliorations de l'efficacité mises en oeuvre en 2020, l'entreprise est si bien positionnée qu'elle sortira de cette crise renforcée et dynamique.

À partir de l'automne 2021, Ricola mettra en oeuvre de nouvelles campagnes publicitaires dans le monde entier. L'entreprise souhaite ainsi ancrer encore davantage la marque Ricola dans la vie quotidienne des consommatrices et consommateurs et s'adresser à des groupes cibles plus jeunes. Un design d'emballage rafraîchi pour les principaux produits mettra davantage l'accent sur la compétence essentielle de Ricola - la fabrication de produits agréables avec des herbes naturellement saines des montagnes suisses. En outre, de nouvelles variétés de produits seront introduites dans le monde entier, ce qui renforcera encore la position de leader des bonbons aux herbes Ricola sur le marché mondial.

Contact:

Ricola Group AG

Relations publiques
Baselstrasse 31
4242 Laufon
Tél. +41 (0)61 765 41 21
media@ricola.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100005111/100870394> abgerufen werden.