

Muttenz, le 12 janvier 2026

Valora renforce sa stratégie Foodvenience et réunit les divisions Convenience Retail et Food Service B2C

Le groupe Valora renforce son orientation stratégique autour de sa stratégie Foodvenience couronnée de succès et regroupe à cet effet les divisions Retail et Food Service B2C. Cette étape permet de mieux exploiter les compétences clés des deux domaines et de répondre encore plus efficacement à l'évolution des comportements des consommatrices et consommateurs. Valora pose ainsi les bases de formats et d'offres uniques à l'avenir. À compter du 1er juin 2026, après l'achèvement de la phase de transition, Roger Vogt, jusqu'à présent CEO Retail, prendra la responsabilité de la nouvelle entité.

En réunissant les divisions Convenience Retail et Food Service B2C, Valora renforce sa position dans le domaine de la *Foodvenience* – la combinaison du commerce de proximité et du food-to-go frais. « Nous sommes convaincus qu'en regroupant de manière ciblée notre expertise dans le Convenience Retail et le Food Service, nous pouvons créer de clairs avantages concurrentiels », dit Michael Mueller, CEO du groupe Valora. « Nous posons ainsi les fondations pour mieux servir notre clientèle, aborder le marché avec encore plus de succès et poursuivre notre croissance sur nos marchés cibles. »

À l'issue de la phase de transition d'environ cinq mois, Roger Vogt assumera la responsabilité de la nouvelle entité. Sur le marché suisse, les divisions Retail et Food Service B2C sont d'ores et déjà placées sous sa direction commune. Expert reconnu du Retail et de la Foodvenience, Roger Vogt a rejoint Valora en 2018 en tant que CEO Retail Suisse et joue depuis 2019, en tant que CEO Retail et membre du Valora Group Leadership Team, un rôle déterminant dans le développement réussi des activités Retail et de la stratégie Foodvenience.

Roger Vogt voit également un fort potentiel dans le rapprochement des deux divisions : « Nous disposons dans les deux domaines d'un savoir-faire unique. En les réunissant, nous renforçons notre positionnement distinctif sur le marché et pourrons continuer à proposer à notre clientèle les offres les plus attractives et les plus innovantes à l'avenir. La distinction *European Retailer of the Year 2025* décernée à notre nouveau magasin avec le concept intégré *The Kitchen* confirme que nous sommes sur la bonne voie. »

À propos de Roger Vogt

Roger Vogt (48 ans) est CEO Retail et membre du Valora Group Leadership Team depuis 2019, après avoir rejoint l'entreprise en 2018 en tant que CEO Retail Suisse. Il dispose de 30 ans d'expérience dans le commerce de détail. Sa carrière a débuté en 1996 chez Coop, entreprise suisse de commerce de détail et de gros, où il a commencé comme boucher avant d'occuper diverses fonctions de direction dans des points de vente Coop et, à partir de 2014, de diriger la plus grande région de vente de Suisse.

Au cours de son parcours chez Valora, Roger Vogt a notamment repositionné avec succès la

marque de proximité avec et plus que doublé son réseau en Suisse au cours des cinq dernières années. Au cours des prochaines années, le réseau avec sera également considérablement développé en Allemagne. En combinant de manière cohérente le commerce de proximité traditionnel avec des concepts modernes de food-to-go, Roger Vogt contribue de manière déterminante au développement du portefeuille Retail et de la stratégie Foodvenience de Valora.

Roger Vogt est titulaire d'un Executive MBA de la Haute école d'économie de Zurich (HWZ).

Contact médias

media@valora.com

Corporate Communications Groupe Valora

À propos de Valora

Chaque jour, près de 15 000 collaborateurs et collaboratrices s'engagent pour le réseau Valora afin d'apporter des moments de plaisir à ses clients, partout sur leur route, avec une offre étendue Foodvenience – proche, rapide, pratique et frais. Les quelque 2800 petits points de vente de Valora se trouvent dans des localisations très fréquentées en Suisse, en Allemagne, en Autriche, au Luxembourg et aux Pays-Bas.

Les marques qui appartiennent au groupe Valora sont notamment les formats kiosk, Brezelkönig, BackWerk, Ditsch, Press & Books, avec, Caffè Spettacolo, Frittenwerk, la très appréciée marque maison ok., le prestataire de services de financement bob Finance, ainsi qu'une offre en constante croissance dans les services numériques. Valora exploite également l'une des productions les plus importantes au monde de produits de boulangerie saumurés et bénéficie, pour les articles de boulangerie, d'une chaîne de création de valeur fortement intégrée. Le groupe Valora, dont le siège principal est établi à Muttenz, en Suisse, est la division Retail européenne de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. (FEMSA).

Plus d'informations sur : www.valora.com

À propos de FEMSA

FEMSA est une entreprise qui vise à créer de la valeur ajoutée tant sur le plan économique que social à travers ses différentes divisions et institutions. Dans le secteur de la vente au détail, FEMSA est présente via la division Proximity Americas, qui comprend OXXO, une chaîne de petits magasins de proximité, et d'autres formats de vente au détail connexes, et par la division Proximity Europe, représentée par le groupe Valora. FEMSA est également présente dans le commerce de détail avec la division Health, qui comprend des pharmacies et des activités associées, ainsi que dans le domaine des services financiers numériques avec la marque Spin, qui comprend Spin by OXXO et Spin Premia, et d'autres initiatives. Dans l'industrie des boissons, FEMSA opère par l'intermédiaire de Coca-Cola FEMSA, le plus grand embouteilleur et distributeur indépendant de produits Coca-Cola au monde en termes de volume de ventes.

Toutes activités confondues, FEMSA emploie plus de 390 000 personnes dans 18 pays. FEMSA est membre du Dow Jones Best-in-Class World Index et du Dow Jones Best-in-Class MILA Pacific Alliance Index, tous deux de S&P Global, du FTSE4Good Emerging Index, du MSCI EM Latin America ESG Leaders Index et du S&P/BMV Total México ESG Index, entre autres.

Pour plus d'informations, consultez le site : www.femsa.com.