

Essen/Hamburg, le 19 novembre 2025

Ouverture d'un magasin «avec Store» à Hambourg : Valora établit de nouvelles normes pour le commerce de proximité en Allemagne

Le concept de proximité primé en Europe arrive à Hambourg : Valora ouvre le premier magasin avec du nord de l'Allemagne dans le quartier animé de St. Georg. Il incarne la mise en œuvre cohérente de la stratégie « Foodvenience » de Valora et sert également de magasin phare pour l'expansion d'avec en Allemagne.

Le nouveau magasin avec est ouvert sept jours sur sept et propose un large assortiment spécialement adapté aux consommateurs mobiles. Il met l'accent sur une offre complète de plats frais à emporter. Plusieurs fois par jour, des snacks chauds et froids tels que du Leberkäse, des boulettes de viande, des escalopes ou des paninis chauds ainsi que des salades, du muesli, des salades de fruits et des sandwichs sont préparés sur place. L'assortiment est complété par des spécialités locales telles que les Franzbrötchen.

« Le nouveau magasin avec à St. Georg marque une étape importante dans notre expansion en Allemagne », déclare Philipp Angehrn, directeur général Retail Allemagne du groupe Valora. « Le fait que le magasin se trouve à deux pas de nos bureaux nous permet de tester directement sur place de nouvelles idées et d'adapter ainsi le concept au marché allemand. »

Au début de l'année, le groupe Valora a remporté le contrat pour transformer environ 90 points de vente ServiceStore DB de la Deutsche Bahn en magasins avec. Le nouveau magasin de Hambourg sert de magasin phare pour l'expansion d'avec dans toute l'Allemagne.

Valora, leader européen de la « foodvenience »

Le magasin avec de St. Georg incarne une nouvelle norme dans le commerce de détail de proximité, qui mise résolument sur la « foodvenience ». Ce concept répond à la demande croissante en plats frais à emporter et au besoin d'une expérience d'achat efficace et simple. L'évolution des habitudes de consommation et un mode de vie de plus en plus mobile favorisent cette tendance. « L'Allemagne offre un grand potentiel dans le domaine de la « foodvenience », que ce soit dans les centres-villes, les nœuds de communication, les stations-service ou les centres commerciaux », explique Philipp Angehrn. « Avec nos magasins avec, nous proposons exactement le concept adapté à ces emplacements très fréquentés. »

Pour son magasin phare avec à Zurich, le groupe Valora a été désigné cette année « European Convenience Retailer of the Year ». Valora est le premier détaillant de l'espace germanophone à recevoir cette prestigieuse distinction.

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 k kiosk, Brezelkönig, BackWerk, Ditsch, Press & Books, avec, Caffè Spettacolo, Frittenwerk et la très appréciée marque maison ok.–, sans oublier 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 Muttentz, 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, ainsi que via la division Proximity Europe, qui comprend 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 franchisé mondial de produits Coca-Cola en termes de volume de ventes.

Toutes activités confondues, FEMSA emploie plus de 392 000 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.