

Muttenz, le 5 mars 2026

Le groupe Valora poursuit sa trajectoire de croissance avec un exercice 2025 couronné de succès

Au cours de l'exercice écoulé, le groupe Valora a poursuivi sa dynamique positive et a de nouveau amélioré son résultat opérationnel. Le bénéfice d'exploitation (EBIT) a progressé de 8,5 % pour atteindre CHF 105,5 millions, dépassant ainsi le niveau record de l'année précédente. Cette performance est principalement attribuable à la forte activité du commerce de proximité en Suisse, soutenue par une évolution solide dans le secteur Food Service. Parallèlement, Valora a poursuivi le développement de son offre de produits frais à emporter au sein de ses formats Convenience.

Valora, l'unité européenne de vente au détail de FEMSA (Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.), a ainsi nettement augmenté son bénéfice d'exploitation après l'année record 2024. Le résultat opérationnel est passé de CHF 97 millions à CHF 105,5 millions. Les ventes externes du groupe (External Sales) se sont établies à CHF 2,9 milliards, au niveau de l'année précédente.

Forte évolution du Convenience Retail

La croissance a été principalement portée par l'évolution positive du commerce de proximité en Suisse avec les formats avec et kiosk. Parallèlement, Valora a poursuivi l'expansion de son format Convenience avec sur le marché allemand. La transformation, lancée en 2025, d'environ 90 points de vente ServiceStore DB en magasins avec dans les gares allemandes progresse comme prévu et devrait être finalisée au cours de l'année en cours.

Résultats solides dans les activités Food Service B2C et de vente en gros

Malgré des fréquentations clients difficiles sur les marchés clés que sont la Suisse et l'Allemagne, ainsi que la poursuite de travaux d'infrastructure sur le réseau ferroviaire allemand, le secteur Food Service B2C – avec des formats tels que BackWerk, Ditsch et Brezelkönig – a enregistré une bonne évolution de son résultat opérationnel au cours de l'exercice écoulé.

Brezelbäckerei Ditsch, leader mondial du marché de gros des produits de boulangerie saumurés, a atteint un résultat stable sur le marché allemand. Aux États-Unis, elle a progressivement augmenté au cours de l'année les capacités de sa deuxième usine de production, ouverte fin 2024.

Poursuite du développement de la stratégie Foodvenience

Face à la forte demande pour des solutions de restauration fraîche à emporter, Valora a continué à développer de manière cohérente son offre food to-go. En Suisse, l'intégration du concept Kitchen ainsi que des clip-ins Brezelkönig dans les magasins avec a été poursuivie. En fin d'année, le premier magasin avec selon le nouveau concept a ouvert à Hambourg ; des plats frais y sont préparés plusieurs fois par jour et ce format sert de référence pour les futurs sites.

Dans le secteur Food Service, Ditsch a poursuivi son expansion internationale. Début 2025, la première filiale en Autriche a ouvert à la gare centrale de Vienne. En collaboration avec la maison mère FEMSA, Ditsch exploite déjà sept clip-ins dans des magasins OXXO au Mexique.

Regroupement organisationnel pour renforcer l'orientation Foodvenience

Afin de poursuivre la mise en œuvre de la stratégie Foodvenience, Valora regroupera d'ici mi-2026 les activités Retail et Food Service B2C au sein d'une unité organisationnelle commune. Ce regroupement des compétences permettra de renforcer les synergies et d'accélérer le développement d'offres intégrées de Convenience et de restauration.

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.

Le groupe Valora comprend notamment avec, k kiosk, Press & Books, BackWerk, Ditsch, Brezelkönig, Frittenwerk, Caffè Spettacolo et sa propre marque très appréciée ok.–, ainsi qu'une offre sans cesse croissante de 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.

Plus d'informations sur: www.femsa.com.