

Communiqué de presse

Le Groupement Mousquetaires confie son Retail Media in-store à Médiaperformances pour accélérer sa stratégie omnicanale en France et en Europe

Paris, le 17 décembre 2025 - À l'issue d'un appel d'offres réunissant une dizaine d'acteurs, le Groupement Mousquetaires a retenu Médiaperformances pour l'accompagner dans la stratégie Retail Media in-store d'Intermarché et Bricomarché. Ce partenariat pluriannuel - visant à déployer la solution dans plus de 2 000 points de vente en France, Belgique, Pologne et Portugal - s'appuie sur une collaboration stratégique avec Infinity Advertising, la régie Retail Media du Groupement, afin de proposer aux marques une activation omnicanale cohérente, pilotée par la donnée et alignée sur les temps forts de consommation. Cette alliance stratégique vise à connecter les marques à leurs consommateurs au plus près de l'acte d'achat, tout en assurant une continuité et une cohérence entre les publicités diffusées en magasin, sur les sites des enseignes et sur l'ensemble du web.

En synergie avec Infinity Advertising, la régie Retail Media du Groupement Mousquetaires, Médiaperformances aura pour mission de rapprocher les marques des consommateurs dans les derniers mètres avant l'acte d'achat et de diversifier les revenus des deux enseignes. Les dispositifs de communication seront déployés dans plus de 2000 magasins mêlant affichage digital (DOOH) et supports print, avec une ambition claire : digitaliser progressivement les magasins pour accroître la performance des campagnes et les revenus des enseignes.

« Notre ambition est de devenir un acteur de référence du Retail Media en Europe. Ce partenariat contribue à notre stratégie de diversification des revenus et de création de valeur pour nos enseignes et leurs chefs d'entreprise, nos marques partenaires et nos shoppers. », déclare Stéphane Sinopoli, Directeur de la monétisation de la data du Groupement Mousquetaires.

Infinity Advertising assurera la co-commercialisation des offres, tandis que Médiaperformances pilotera les dispositifs en magasin. Les deux partenaires collaboreront étroitement pour garantir une mesure unifiée de l'efficacité des campagnes, qu'elles soient visibles en magasin, en ligne sur les sites des enseignes ou sur les médias digitaux plus larges.

« Ce partenariat structure notre capacité à offrir aux marques une plateforme Retail Media omnicanale, mesurable et orientée performance. C'est une nouvelle étape dans le développement d'Infinity Advertising en tant que nouvelle référence européenne du Retail Media. », ajoute Alban Schleuniger, Directeur Général d'Infinity Advertising.

Leader de la communication en point de vente, Médiaperformances a su convaincre par sa maîtrise opérationnelle du terrain, sa connaissance approfondie de la culture des enseignes et son engagement sur une mise en œuvre rapide. Sa volonté de co-construire des synergies opérationnelles avec Infinity Advertising a également été déterminante dans le choix du Groupement.

« Nous sommes fiers d'accompagner le Groupement Mousquetaires dans le déploiement de sa stratégie de Retail Media in-store sur quatre pays et deux verticales. Cette confiance confirme la pertinence de notre approche, qui combine data, technologie et expertise terrain pour digitaliser le Retail Media en magasin, et

permettra aux marques d'activer des campagnes plus pertinentes, mieux mesurées et plus performantes en point de vente. », souligne Claire Koralewski, Directrice Générale de Médiaperformances.

Fortement engagé dans la digitalisation du Retail Media in-store grâce à son partenariat stratégique avec VusionGroup, Médiaperformances franchit aujourd'hui une nouvelle étape avec la signature de ce contrat. Ce dernier constitue un tournant stratégique pour l'entreprise, en consolidant sa position sur le marché, en lui permettant d'explorer de nouveaux secteurs au-delà de l'alimentaire, et en illustrant une expertise désormais reconnue à l'international.

Ce partenariat ouvre aux annonceurs un nouveau terrain d'activation puissant, mesurable et intégré sur l'ensemble du parcours d'achat, en cohérence avec leurs enjeux business.

- +2 000 PDV concernés (France, Belgique, Portugal, Pologne)
- Intermarché (alimentaire), Bricomarché (bricolage)
- Co-commercialisation : Infinity Advertising/Médiaperformances
- Stratégie et activation : Médiaperformances
- Mesure on-site, off-site, in-store : Infinity Advertising /Médiaperformances

À propos du Groupement Mousquetaires

Créé en 1969, le Groupement Mousquetaires rassemble plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 160 000 salarié(e)s au service de la performance de plus de 4 000 points de vente de proximité en France, Belgique, Pologne, Portugal. À la tête de leurs points de vente, les chefs d'entreprise Mousquetaires forment un collectif d'entrepreneurs impliqués dans le tissu socio-économique de leurs territoires. Pour faire face aux besoins des enseignes Intermarché, Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash, Bricorama (équipement de la maison) ; Roady et Rapid Pare-Brise (mobilité), le Groupement dispose de ses propres services d'appui (bases logistiques intégrées, services d'achat, foncière...), ainsi que d'un pôle agroalimentaire de près de 60 usines, toutes situées en France. Pour en savoir plus : Mousquetaires.com X Mousquetaires LinkedIn Instagram

A propos de Médiaperformances

Membre de la French Tech Grand Paris et de la Retail Tech, [Médiaperformances](#) est une régie Retail Media innovante qui transforme le Retail Media en intégrant des technologies avancées. Partenaire des grandes enseignes de la GSA (Intermarché, Auchan, Carrefour, E. Leclerc, Coopérative U, Groupe Casino), elle combine des solutions omnicanales data-centric, avec des dispositifs digitaux en magasin (DOOH, écrans E-paper) et un trading desk intégré, pour optimiser les campagnes publicitaires de ses clients (agences et annonceurs). En 2024, elle renforce son approche tech avec le lancement d'une plateforme SaaS exploitant l'IoT pour des activations publicitaires dynamiques en magasin.

Médiaperformances compte parmi ses clients plus d'une centaine d'annonceurs PGC et non-alimentaires comme Danone, Nestlé, Unilever, Mondelez, Coca-Cola, Fleury Michon, Colgate, HP.

Engagée dans l'innovation durable, Médiaperformances a été la première régie media française certifiée B Corp dès 2021, une reconnaissance renouvelée en 2025, témoignant de son engagement constant en faveur d'un impact positif sur la société et l'environnement.

À propos d'Infinity Advertising

Infinity Advertising est la régie Retail Media du Groupement Les Mousquetaires, permettant aux marques d'activer des campagnes publicitaires ultra-ciblées sur l'ensemble du parcours d'achat. Grâce à l'exploitation de données transactionnelles exclusives, Infinity Advertising connecte les marques à leurs consommateurs avec une précision inédite, en s'appuyant sur un réseau de plus de 19 millions de clients encartés issus des enseignes Intermarché, Monoprix, Franprix, Casino et, plus de 6,3 millions de porteurs de carte de fidélité provenant des enseignes Bricomarché, Brico Cash, Bricorama et Tridôme. Son offre repose sur la commercialisation des actifs digitaux des enseignes avec l'activation des données transactionnelles en extension d'audience sur le web et les réseaux sociaux, et l'activation de publicité digitale sur les sites marchands des enseignes.