



Communiqué de presse
SOUS EMBARGO JUSQU'AU 7 SEPTEMBRE 2025 À 22H

VALIUZ ET INFINITY ADVERTISING S'UNISSENT POUR CRÉER LE LEADER EUROPÉEN DU RETAIL MEDIA.

Valiuz et Le Groupement Mousquetaires
annoncent ce jour un rapprochement stratégique
entre l'activité Retail Media de Valiuz et Infinity Advertising.

Cette alliance vise à créer un leader européen du secteur.

À Lille & Paris, le 8 septembre 2025 - **Après la concrétisation d'une alliance à l'achat (Aura Retail) en septembre 2024, Valiuz et le Groupement Mousquetaires annoncent ce jour le rapprochement de leurs activités Retail Media respectives – Valiuz et Infinity Advertising – avec pour ambition de créer un acteur européen de référence au service des marques de produits de grande consommation (PGC). Ce nouvel ensemble combine la puissance transactionnelle des enseignes des Mousquetaires, le potentiel de développement international de Valiuz, et la profondeur de son alliance data composée de 18 enseignes multisectorielles parmi les marques préférées des Français. Ce nouvel ensemble sera commercialement opérationnel dès le 1er janvier 2026, concomitamment à la fusion des équipes.**

Pour le marché européen du Retail Media : un nouveau leader Made In France !

Les discussions entre les deux entités ont été initiées en janvier 2024, d'abord autour d'une alliance à l'achat ayant donné naissance à [Aura Retail](#) en septembre dernier. Très vite, les synergies possibles autour de leurs deux activités Retail Media ont émergé, et se concrétisent aujourd'hui par **une entrée au capital de Valiuz du Groupement Mousquetaires** (aux côtés d'autres enseignes de l'Association Familiale Mulliez), et **le rapprochement naturel avec sa régie Retail Media depuis 2021**, Infinity Advertising.

En unissant leurs forces, leurs expertises, et leurs équipes, Valiuz et Infinity Advertising deviennent ensemble un **leader européen incontestable du Retail Media**, avec notamment **27% de part de marché sur le segment de l'alimentaire** et un potentiel de **100% de foyers français activés**. Plus encore, le Groupement Mousquetaires pourra s'appuyer sur la présence internationale de Valiuz et ses perspectives de développement rapide outre-frontières pour adresser le Retail Media sur ses différents marchés.

Les 50 collaboratrices et collaborateurs d'Infinity Advertising rejoindront dès le 1er janvier 2026 les 310 collaborateurs de Valiuz. L'ensemble des postes est préservé, en soutien à la croissance objectivée.

“Ce rapprochement avec le Groupement Mousquetaires marque une avancée significative dans notre ambition de devenir le leader européen du Retail Media. Ensemble, nous renforçons notre capacité à répondre aux attentes de nos clients, annonceurs et agences, grâce à un écosystème performant et une proposition de valeur unique. Cette approche est fondée sur une connaissance client approfondie et des solutions d'activation innovantes. Ce projet est à la fois stratégique et humain, reposant sur des valeurs et une vision communes pour offrir une expérience client optimale dans un environnement omnicanal et volatil.” **l Sébastien Zecchini, CEO de Valiuz.**

“Cette alliance unique répond à une attente forte des annonceurs et des régies médias. Le marché attendait un intervenant majeur, multi-enseignes et multi-pays, cette structure est là pour y répondre ! Nos ambitions sont fortes et elles s'inscrivent parfaitement dans la stratégie d'innovation et de croissance menée par la Direction de la Monétisation de la Data du Groupement Mousquetaires. Plus concrètement, il permet surtout de mieux servir nos clients, nos partenaires, en préemptant une position de leader sur le marché dynamique du Retail Media.” **l Stéphane Sinopoli, Président de la division de monétisation de la data du Groupement Mousquetaires et adhérent Intermarché.**

Pour les marques : une capacité démultipliée à toucher les consommateurs avec des campagnes ciblées

En combinant ainsi les solutions Retail Media innovantes de Valiuz (alliance de 18 enseignes) avec la puissance du Groupement Mousquetaires (7 enseignes), ce nouvel écosystème, unique en Europe, permettra en premier lieu d'adresser **une multitude de verticales clés de la consommation**. Parmi elles : l'alimentaire (*Auchan, Intermarché, Chronodrive, etc.*), le bricolage et la maison (*Leroy Merlin, Bricomarché, Bricorama, etc.*), le multimédia et l'électroménager (*Boulanger, Électro Dépôt, etc.*), ou encore le prêt-à-porter (*Kiabi*), mais aussi à terme le sport (*Decathlon*). Le tout avec une portée inégalée, en ce que ces enseignes représentent à elles toutes plus de **10 000 points de vente, à travers 6 pays** (France, Belgique, Italie, Pologne, Espagne et Portugal).

Par ailleurs, au-delà même de cette audience élargie et diversifiée, les marques auront accès à **des campagnes publicitaires sur le web, les réseaux sociaux et en magasins**, alliant la puissance des données online et offline pour **des campagnes plus ciblées et naturellement plus performantes**.

Enfin, grâce à des stratégies pilotées par les données consommateurs, des analyses approfondies et un suivi précis des dites performances, **les enseignes pourront bénéficier de nouveaux leviers efficaces dans la génération de revenus additionnels**.

Les solutions d'activation omnicanales - à savoir les publicités sur les sites des enseignes (onsite), sur l'ensemble du web (offsite) et en point de vente (instore) - permises par cette alliance seront dévoilées et détaillées à l'ensemble des annonceurs dans les prochaines semaines, tandis que les 25 retailers membres bénéficieront dès le 1er janvier prochain d'une nouvelle plateforme ultra-performante pour monétiser leurs audiences.

“Avec Valiuz, nous proposons un guichet unique donnant accès aux achats réels d'un français sur 3 sur les courses alimentaires : un interlocuteur, une activation Retail Média

multi-enseignes et un reporting commun. On-site, off-site et in-store sont orchestrés par une même équipe, avec des KPI certifiés par un tiers de confiance (iROAS, ventes incrémentales) pour relier chaque euro investi aux ventes. Nous standardisons nos cas d'usage pour réduire l'effort opérationnel et, dès le 1er janvier 2026, offrir aux enseignes une monétisation harmonisée et aux marques des activations plus simples et plus efficaces.” | **Alban Schleuniger, Directeur Général d'Infinity Advertising.**

QUELQUES CHIFFRES :

11 mandants concernés en France et en Europe à ce jour :

Auchan
Leroy Merlin
Boulangier
Chronodrive
Kiabi
Krefel
Bricocenter
Intermarché
Bricomarché
Bricorama
Bricocash

Plus de 10 000 points de vente dans 6 pays d'Europe :

4 361 au sein du Groupement Mousquetaires
6095 au sein de l'AFM

26,3% de part de marché sur les Produits de Grande Consommation (PGC).

25,1% du marché des drives alimentaires en France.

Sources : Kantar et Atelier du Drive

Numéro 1 des visites digitales en France [20,6M de visites], devant Leclerc et Carrefour.

Source : interne.

À propos de Valiuz :

Née en 2019, Valiuz est une alliance technologique s'appuyant sur l'intelligence collective pour faire de la donnée un atout stratégique au service de l'innovation et de la transformation du commerce. Fort d'une vingtaine d'enseignes partenaires, aussi puissantes que complémentaires (parmi lesquelles Leroy Merlin, Décathlon, Auchan, Kiabi ou encore Boulangier), Valiuz mutualise et valorise les données pour enrichir la connaissance client et renforcer la personnalisation des expériences d'achat. En France, l'entreprise dispose ainsi d'une base de données clients inégalée, qui en fait la source d'informations la plus importante et la plus diversifiée existante à ce jour. Valiuz connecte par ailleurs les marques aux consommateurs au moment de leurs achats, online et offline, grâce à son offre Retail Media omnicanale et omnimarché couvrant l'ensemble du parcours client, du profiling à l'activation on-site, off-site, in-store et CRM, en passant par la mesure de performance publicitaire. Grâce à son approche data-driven, Valiuz permet aux enseignes de proposer une expérience client plus pertinente, aux annonceurs d'optimiser leurs investissements et aux consommateurs de bénéficier d'une publicité mieux ciblée et plus responsable. D'ores et déjà présente en France, en Italie, en Pologne et en Espagne, l'entreprise ambitionne de devenir rapidement le leader européen data et Retail Media.

Pour en savoir plus : valiuz.com

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) ; Rody 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

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.

Pour en savoir plus : Infinity-Advertising.fr

CONTACTS MÉDIAS | AGENCE LEON

Gaëlle LEGRIS – Fiona THOMAS
gaelle@agence-leon.fr – fiona@agence-leon.fr
06 26 14 14 90 – 06 61 73 98 18