

Communiqué de presse

Paris, le 4 mai 2026

Nouvelle alliance, nouvelle puissance :
JCDecaux, Carrefour, Carmila et Unlimitail réinventent le retail media physique

JCDecaux, numéro un mondial de la communication extérieure, Carrefour, leader mondial du commerce alimentaire, Carmila, première foncière commerciale de France et d'Europe en nombre d'actifs, et Unlimitail, acteur international du retail media et opérateur de la donnée transactionnelle Carrefour au cœur du dispositif, annoncent une nouvelle étape majeure de leur alliance autour du retail media physique. Ensemble, ils lancent une offre puissante et unique pour accélérer la croissance des marques et des enseignes, sur un marché du retail media en pleine transformation.

Cette offre repose sur un réseau de plus de 300 sites au cœur des zones de consommation, dont 166 galeries commerciales, et 900 écrans DOOH implantés au cœur et aux entrées des galeries.

Troisième pilier de la publicité digitale aux côtés du Social/Vidéo et du DOOH, le retail media devrait atteindre 2 milliards d'euros de revenus publicitaires en France à l'horizon 2030, après avoir franchi le cap du milliard d'euros en 2024. Cette dynamique particulièrement forte est portée par l'essor du DOOH et l'industrialisation de la data, de la programmation et de la mesure, sous l'impulsion majeure de JCDecaux et de son écosystème adtech.

Présent dans l'univers retail dans 41 pays, avec des contrats publicitaires dans près de 600 centres commerciaux, 1 800 hypermarchés et supermarchés, reposant sur plus de 20 000 actifs publicitaires, JCDecaux est devenu un acteur référent du retail media dans le monde.

Une offre de retail media triplement « drive to »

Cette nouvelle offre répond à trois grands objectifs et agit sur l'ensemble du funnel marketing : **Drive to Sales** (conversion), **Drive to Store** (trafic magasin), **Drive to Fame** (notoriété). Elle repose sur des solutions retail media intégrées, de l'engagement à la conversion :

- **Shopper Impact** : pour créer de la préférence d'achat, grâce à des solutions liées à un puissant réseau « in-mall » de 550 faces et 900 écrans, en rebond avec le social media et bénéficiant d'un ciblage sur-mesure en fonction des écrans et des magasins.
- **Store Traffic** : pour être au plus proche des points de vente, par un dispositif media élargi à toute la zone de chalandise, qui combine le meilleur du mobilier urbain, la pertinence des magasins de proximité urbaine et la puissance des centres commerciaux, avec plus de 48 agglomérations additionnelles couvertes grâce aux sites Carmila. Cette offre s'adresse particulièrement aux enseignes BEAUTY, CULTURE, LOISIRS, TELCO, PHARMACIE, SPORT, HIGH TECH, afin d'accroître leur trafic en magasins.
- **Audience Connect** : destinée aux **marques** en quête d'audiences qui souhaitent **travailler leur brand equity** - visibilité, émergence, préférence en activant l'ensemble de nos mobiliers DOOH et OOH.

Un retail media plus puissant, plus pertinent, plus efficace

Cette nouvelle offre vise d'abord la puissance, l'émergence et le volume d'impressions utiles. Elle s'appuie sur les principaux leviers de performance du retail media moderne :

- la data transactionnelle et de porteurs de carte de fidélité Carrefour, agrégée, anonymisée et opérée par Unlimitail,
- l'activation programmatique via un écosystème adtech complet,
- la mesure automatisée de la visibilité et de l'impact sur les ventes,
- l'optimisation des plans média en temps réel grâce à l'IA.

Avec cette nouvelle offre signée « JCDecaux Retail Media » :

- **Les marques gagnent en notoriété** grâce à un maillage national puissant, ancré au cœur des pôles de vie et de consommation.
- **Elles gagnent en pertinence** grâce à un médiaplanning 100 % data-driven, enrichi par l'IA, piloté en programmatique et ajusté en continu.
- **Elles gagnent en efficacité**, en renforçant le branding, en améliorant les taux de conversion et en accélérant la performance business.

Le nouveau retail media est là

En s'alliant à Carrefour, Carmila et Unlimitail, JCDecaux fait entrer le retail media physique dans une nouvelle ère : plus proche des Français, plus proche des marques et des enseignes, plus proche de l'acte d'achat. Pour accompagner ce lancement, JCDecaux lance une campagne de communication, sous la signature « Le nouveau retail media est là », visible en presse spécialisée dès le 4 mai.

Marie Cheval, Présidente-Directrice Générale de Carmila, a déclaré : « *Ce partenariat marque une étape importante pour Carmila. Nos centres commerciaux sont des lieux du quotidien qui accueillent chaque année plus de 600 millions de visiteurs. En combinant cette puissance d'audience au plus près de l'acte d'achat, avec les capacités commerciales, data et digitales de JCDecaux, Carrefour et Unlimitail nous développons un retail media physique innovant et plus performant pour les annonceurs.* »

Alexandre de Palmas, Directeur Exécutif de Carrefour France, a déclaré : « *Grâce à cette union, nous transformons nos sites pour offrir un parcours plus fluide et plus inspirant. Nous venons réaffirmer ici la place centrale de l'hypermarché dans la vie des Français : c'est un lieu de destination unique où la proximité et le commerce se rejoignent. Plus que jamais, le magasin physique est le maillon essentiel pour connecter les marques à leurs clients.* »

Alexis Marcombe, CEO d'Unlimitail, a déclaré : « *Le retail media, c'est la puissance du média pilotée par l'intelligence de la data. Chez Unlimitail, cette data est déjà liquide : elle suit nos clients là où ils sont, du fil d'actu au passage en caisse. Avec JCDecaux et Carmila, nous déployons cette capacité sur un nouveau terrain d'influence pour enrichir un écosystème déjà unique en Europe.* »

Jean Muller, Directeur Général Commerce, Marketing et Développement FLIB (France, Luxembourg, Israël, Belgique) de JCDecaux a déclaré : « *Nous sommes heureux de lancer cette nouvelle offre retail media physique qui nous permet d'enrichir significativement les solutions proposées en France à nos clients agences et annonceurs. En combinant la force de ce nouveau dispositif retail media situé au cœur des zones de consommation et composé notamment de 900 stèles digitales, avec la couverture de nos mobiliers urbains, de nos grands formats et de nos dispositifs publicitaires en aéroports, nous proposons aux marques un écosystème complet. Cohérent et complémentaire, il permet de toucher les consommateurs en mobilité*

et en proximité, tout au long de leurs déplacements et jusqu'au trafic et l'achat en points de vente. Avec une promesse renforcée : la capacité de développer la valeur branding des marques et l'efficacité business. »

Jean-Charles Decaux, Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : *« Par cette alliance stratégique conclue avec Carrefour, Carmila et Unlimitail, JCDecaux, fort de son expérience dans l'univers du retail dans 41 géographies, franchit une nouvelle étape dans le développement du Retail Media physique. Avec l'ambition d'être le partenaire préféré des marques et des enseignes, celui qui transforme chaque contact en levier de croissance, JCDecaux combine la puissance instantanée et universelle de nos dispositifs, la précision de la data et la mesure en temps réel, pour proposer une offre unique sur le marché, conçue pour créer plus de valeur à chaque étape du parcours d'achat. »*

À propos de JCDecaux

JCDecaux est le N°1 mondial de la communication extérieure, présent dans 79 pays et 3 895 villes de plus de 10 000 habitants, et en développe toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports (avec 154 aéroports et 257 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways) et affichage grand format. Depuis plus de 60 ans, les produits de JCDecaux sont considérés comme la référence en matière d'innovation, de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. A l'heure des villes intelligentes, JCDecaux se positionne pour en être l'un des acteurs majeurs et participe d'ores et déjà à l'émergence d'une ville connectée toujours plus humaine, ouverte et durable. JCDecaux pratique et promeut la communication extérieure responsable et place plus que jamais l'exigence sociale et la qualité environnementale au cœur de ses solutions et de ses métiers. Dans le cadre de sa feuille de route RSE 2030, JCDecaux a formalisé une Stratégie Climat ambitieuse alignée sur les objectifs de l'Accord de Paris en vue d'atteindre le Net Zéro Carbone en 2050. Cette politique découle de la volonté de JCDecaux de participer à l'atténuation du changement climatique à l'échelle mondiale tout en répondant aux ODD (Objectifs de Développement Durable) définis par l'ONU. La trajectoire de réduction carbone Groupe de JCDecaux a été validée par le SBTi et l'entreprise a rejoint l'indice Euronext Paris CAC® SBT 1,5°. JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements CDP (Liste A), MSCI (AAA), Sustainalytics (11,1) et classé Or par EcoVadis.

Contact Presse JCDecaux : Clémentine Prat – 01 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com

Retrouvez-nous sur [X](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)

À propos du Groupe Carrefour

Fort d'un réseau multi-formats de plus de 15 500 magasins dans plus de 40 pays, le Groupe Carrefour est un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Carrefour a réalisé un chiffre d'affaires de 91,5 milliards d'euros en 2025. Son réseau de magasins intégrés comptabilise 300 000 collaborateurs qui contribuent à faire de Carrefour le leader mondial de la transition alimentaire pour tous, en offrant chaque jour une alimentation de qualité, accessible partout et à un prix raisonnable. Au global, plus de 500 000 personnes travaillent sous enseigne Carrefour dans le monde. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.carrefour.com, sur X ([@news_carrefour](#)) et sur LinkedIn ([Carrefour](#)).

À propos de Carmila

Carmila est un acteur européen de premier plan de l'immobilier commercial, avec 250 centres commerciaux en France, Espagne et Italie. Au 31 décembre 2025, son portefeuille était valorisé 6,7 milliards d'euros. Accueillant plus de 600 millions de visiteurs par an, Carmila crée des pôles de vie incontournables, essentiels au quotidien de tous. Attenant aux hypermarchés Carrefour, les centres Carmila jouent un rôle d'accélérateur du commerce en intégrant services de santé, animations, offres de restauration et de loisirs. Carmila est cotée au compartiment A sur Euronext-Paris sous le symbole CARM. Elle bénéficie du régime des sociétés d'investissement immobilier cotées (« SIIC »). Carmila fait partie des indices SBF120 et CAC Mid 60.

www.carmila.com

À propos d'Unlimitail - the Retail Media Powerhouse

Unlimitail est une structure retail media offrant aux marques et retailers l'opportunité de déployer leurs stratégies retail media de manière simplifiée, unifiée et optimisée. Elle permet une meilleure compréhension des consommateurs, l'activation de campagnes marketing ciblées et omnicanales, mais aussi une mesure de bout en bout de l'efficacité de ces campagnes, allant de l'accroissement de la visibilité à l'augmentation des ventes. L'entreprise se distingue aujourd'hui sur le marché par son ensemble de technologies publicitaires de pointe unifiant Onsite, Offsite et In-store, mais aussi grâce à son reach global et la qualité de sa data, accumulant plus de 2 milliards de pages vues mensuelles à travers plus de 120 sites e-commerce et regroupant plus de 220 millions de clients adressables dans le monde grâce à 35 partenaires retailers.

Pour plus d'informations à propos d'Unlimitail, visitez Unlimitail.com.

Département communication d'Unlimitail : communication@unlimitail.com