

3 **Éditorial**  
6 **Agenda**

**L'ÉVÉNEMENT**  
8 Auchan renonce à l'Italie

12 **VU SUR LSA.FR**

**LES STRATÉGIES**  
16 Danone, reparti pour les cent prochaines années ?  
18 Hénaff veut être le poisson pilote de la durabilité en Bretagne  
20 La maison mère de Lidl passe les 100 Mrds € de CA

**LES MAGASINS**  
24 Go Sport travaille son image de coach sportif  
26 Le Furet du Nord s'attaque aux villes moyennes à Douai

**LES MÉTIERS**  
28 La supply chain de Loop par Carrefour décortiquée  
30 Les drives piéton s'équipent léger

**DOSSIER**  
34 L'hygiène-beauté repense son rayon en profondeur

**LES PRODUITS**  
44 Le maquillage soigne sa présentation  
48 Comment sortir l'agneau de l'impasse ?  
50 Le whisky plie mais ne rompt pas  
51 Le champagne Martel a élaboré une cuvée spéciale pour ses 150 ans

**LA CONSO S'ENGAGE**  
53 Gémo œuvre pour une mode responsable

**Les rendez-vous de LSA.FR**



Recevez les newsletters qui vous concernent, pour ne rien rater de l'actualité de VOS secteurs !

- **Commerce connecté** tous les jours à 11 h
- **Immobilier commercial** un lundi sur deux à 14 h
- **Boissons** tous les mardis à 11 h
- **Bio et responsable** tous les mardis à 14 h
- **Franchise** tous les mardis à 15 h
- **DPH** tous les mercredis à 11 h
- **Équipement et supply chain** tous les mercredis à 11 h
- **Kids** tous les mercredis à 12 h
- **High-tech et électroménager** tous les jeudis à 11 h
- **Alimentaire** tous les jeudis à 12 h
- **Marketing** tous les jeudis à 14 h
- **Meuble, brico et jardin** tous les vendredis à 11 h

Et bien sûr, tous les jours à 17 h, **LSA Quotidienne**

Crédits de couverture : Shutterstock/Invisible163 - Oliverrees/Shutterstock - Shutterstock  
Ce numéro comporte un cavalier Luxe Pack

16 Danone fête ses 100 ans. Mais l'avenir du groupe dirigé par Emmanuel Faber n'est pas exempt de défis.



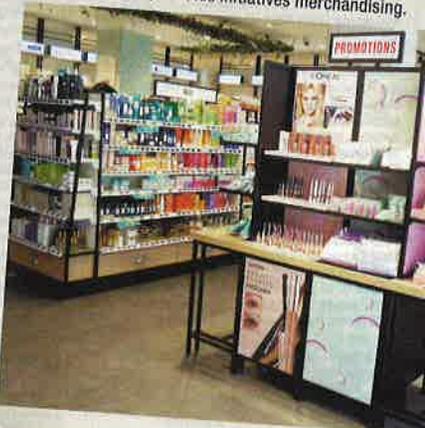
© GUITTET PASCAL

20 Fait inhabituel, Schwarz, maison mère de Lidl, a détaillé et commenté son chiffre d'affaires, qui a dépassé les 100 milliards d'euros en 2018.



© SHUTTERSTOCK / BALDWINSCAT

34 Malgré les mauvais résultats du marché hygiène-beauté et la réduction de l'offre, les distributeurs multiplient les initiatives merchandising.



© MIRABELLE BELLOIR