

3 **Éditorial**  
4 **Agenda**

**L'ÉVÉNEMENT**

6 L'appétit sans fin des nouveaux discounters

10 **VU SUR LSA.FR**

**LES STRATÉGIES**

16 Auchan dit au revoir à la Chine pour se recentrer  
18 Avec Innit, Carrefour veut personnaliser son offre alimentaire  
20 L'Oréal à l'aube d'une nouvelle ère  
22 Interview de Nathalie Balla, coprésidente de La Redoute: « L'objectif reste 1 milliard d'euros de volume d'affaires d'ici à 2021 »

**LES MAGASINS ET LES MÉTIERS**

24 Decathlon s'installe sur 360 m<sup>2</sup> dans un Auchan  
26 La transformation numérique de Castorama s'accélère  
27 Amazon France muscle toujours un peu plus sa logistique

**DOSSIER**

28 La filière viande face à de multiples tensions

**LES PRODUITS**

38 Le rayon bières sait entretenir la flamme  
42 Les ventes de la charcuterie s'emballent  
46 Le petit électroménager ne perd pas pied  
50 Les loisirs créatifs se reprennent  
53 Sélection boissons

**LSA SAIN & NATUREL**

55 Un marketing porteur de sens  
56 Interview de Luc Speisser, président de l'association française des agences de design  
58 Le jeu des sept familles des marques  
60 La quête du matériau plus que parfait  
62 Des formes très soumises aux contraintes  
66 Comment les designers tentent de sortir du vert

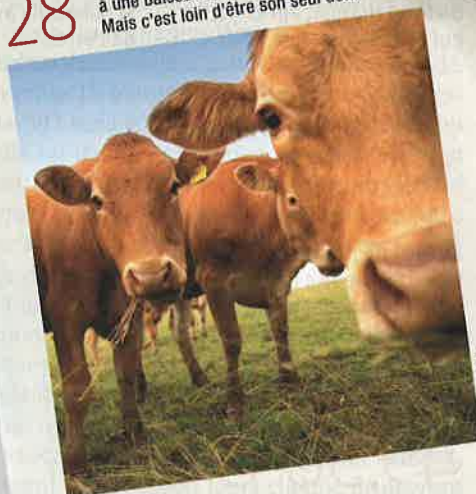
**LA CONSO S'ENGAGE**

70 Les ambitions culottées de Dim en matière de RSE

16 Auchan quitte la Chine en cédant ses parts détenues dans Sun Art à Alibaba, ce qui devrait lui rapporter 3 milliards d'euros en cash.



28 La filière viande doit faire face à une baisse de la consommation. Mais c'est loin d'être son seul défi.



55 Quels sont les ressorts marketing des produits et des marques au positionnement « sain et/ou naturel » ?

