

3 **Éditorial**
6 **Agenda**

L'ÉVÈNEMENT

8 Les effets Coupe du monde de football, 1,2,3, à vos marques !

14 **LES ESSENTIELS**

LES STRATÉGIES

20 Entretien avec Bruno Witvoet, directeur général d'Unilever France : « Unilever France doit retrouver sa dynamique de croissance »
24 Zôdio, le supermarché de la déco, vise de trois à cinq ouvertures par an
26 Interview d'Éric Broussard, d'amazon.com, et Céline Vuillequez, d'amazon.fr, « Le client final est notre seul marqueur ! »

LES MAGASINS

28 Uniqlo ouvre sa cinquième boutique dans l'Hexagone
31 En bref

LES MÉTIERS

32 À Reims, la machine de guerre des drives Leclerc

DOSSIER **marqués de distributeurs**

38 Des MDD à l'arrêt, avant un rebond ?
42 Les MDD en chiffres
46 Interview de Brian Sharoff, président de la PLMA « Les distributeurs sont restés fidèles à de hauts niveaux de qualité pour leurs MDD »
50 365 Everyday Value, l'atout complice de Whole Foods
51 Carrefour Espagne relook sa marque blanche premium
52 Remix repense l'équipement modulaire de salle de bains
53 Les innovations de la PLMA

LES PRODUITS

56 Ambiance samba dans tous les rayons
60 La pâtisserie industrielle veut se faire bien voir
66 La volaille s'envole vers de nouveaux territoires
68 Sélection

LA SAGA

74 Quarante-quatre ans de ballons signés Adidas

20

Le DG d'Unilever France, Bruno Witvoet, dévoile sa stratégie pour cette année.



© LAETTIA QUARTE

38

À la veille du salon PLMA d'Amsterdam, état des lieux sur les MDD en France.



© MIREL DOVIC

56

En juin, foot oblige, les magasins se mettront à l'heure brésilienne.



PHOTOS DR

Avec ce numéro retrouvez notre hors-série **NON-ALIMENTAIRE**



Crédits couverture : Getty Images/Vetta -
1 encart abonnement 4 pages non foliotées en p. 2

Lapins Créatifs TM & © 2014 Ubisoft Entertainment. Tous droits réservés.