

3 **Éditorial**
6 **Agenda**

L'ÉVÈNEMENT

8 Les opticiens se préparent aux grandes manœuvres

12 **LES ESSENTIELS**

LES STRATÉGIES

18 Interview de Thierry Blandinières, DG du groupe Invivo,
« L'alimentaire est la suite logique de notre histoire »

22 Lytess parie sur la cosmétotextile

23 Interview de Pierre Cuilleret, ex-PDG de Micromania,
« C'est la stabilité du management
qui a fait le succès de Micromania »

24 Uniqlo passe enfin à la vitesse supérieure

LES MAGASINS

26 Decathlon Campus renonce aux boutiques de marques

29 Lafayette, le « retailer » de la pharmacie

30 Cheap Monday, l'atout jeans de H & M

31 En bref

LES MÉTIERS

32 Ces expatriés qu'il faut gérer

36 La journée d'une chef de caisses chez Auchan

38 Cerner les nouveaux enjeux de la PLV dynamique

DOSSIER produits de la mer

42 Sortir des eaux troubles

46 Hisser haut Pavillon France au stand marée

LES PRODUITS

50 Le rasage masculin se cherche

56 La vigne française voit l'avenir en rosé

58 Le mexicain affirme son leadership au rayon ethnique

59 Asko, la marque de blanc (re)venue du grand froid

60 Sélection

LE LAB'

62 À quand des algues dans nos assiettes ?

63 C'est quoi ce nom ? Amazon Dash,
s'imposer dans l'univers de l'alimentaire

LA SAGA

66 Smiley, souriez, c'est français !

8 Fini le bon temps pour les enseignes
d'optique, place aux concentrations.



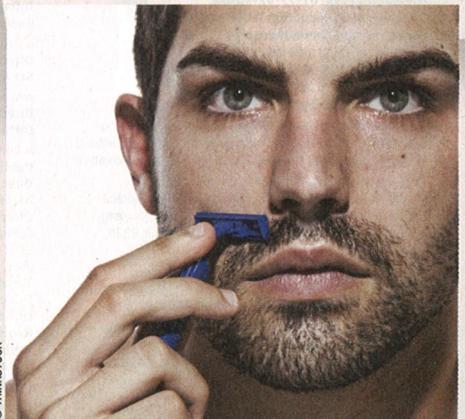
© THINKSTOCK

26 Le magasin amiral du groupe Oxyane recentre
son aménagement sur les pratiques sportives.



© FRANÇOIS LECOCO

50 Face à la baisse des volumes, les acteurs
du rasage cherchent de la croissance.



© THINKSTOCK