

3 **Éditorial**
6 **Agenda**

L'ÉVÈNEMENT

8 Pourquoi Kingfisher veut racheter Mr. Bricolage

12 **LES ESSENTIELS**

LES STRATÉGIES

20 Comment La Halle organise son grand retour
24 Deux coopératives régionales dans la tourmente
27 Les ambitions retrouvées de M & S
28 Ce « marché gris » qui inquiète le high-tech

LES MAGASINS

30 Intersport se pose en spécialiste dans Paris
32 Jean Bouteille inaugure le vrac des liquides
33 En bref

LES MÉTIERS

34 L'antichambre du recrutement dans un Simply Market
36 L'ADN chimique, arme de dissuasion antibraquage

DOSSIER hygiène-beauté

38 Donner de la voix
42 Des opérations beauté si stratégiques

LES PRODUITS

46 Les Français prêts pour la révolution verte
48 Fête des Mères et des Pères, avantage aux mamans!
56 Tout baigne pour les produits vaisselle
62 Les boissons énergisantes seront-elles victimes des taxes?
63 Société joue la tranche pour séduire les jeunes
64 Sélection

LE LAB'

66 Les déconnectés, future cible marketing?
67 Magasin du futur : les casiers de livraison
68 Parole de consommateurs sur les produits et l'innovation
69 2 Questions à Bertrand Dessauce, PDG de Picourt-Cabis

LA SAGA

72 La Vache qui rit sourit toujours

24 Une Coop d'Alsace et des Coopérateurs de Normandie Picardie en souffrance.



34 Le 20 mars, une journée de recrutement était organisée dans 16 Simply Market en France.



46 Une enquête d'Ethicity Greenflex révèle un besoin de consommation durable.



Avec ce numéro retrouvez notre hors série Frais

Crédits couverture : Thinkstock -
1 cavalier - 1 encart abonnement 4 pages
non foliotés en p. 2

* Organisme Génétiquement Modifié - ** Source études TNS Sofres juin 2013 - *** IRI HW/SM P4-P9 2013 mois sans sucres ajoutés, format 1/2