

3 **Éditorial**
6 **Agenda**

L'ÉVÉNEMENT
8 Un an après... D'autres « horsegates » sont-ils possibles ?

14 **LES ESSENTIELS**

LES STRATÉGIES
20 Les hypermarchés Auchan s'organisent face à la crise
22 Les Galeries Lafayette en quête de croissance
24 La loi sur le commerce et l'urbanisme entre en scène
26 Amazon et le fragile équilibre de la rentabilité
27 Système U passe en mode déflation
28 2013, une consommation paradoxale

LES MAGASINS
30 « Les Bellista », petite sœur serviable de Nocibé
32 Usines Center se revigore à Paris Nord 2
33 En bref

LES MÉTIERS
34 Le magasin de demain, c'est aujourd'hui !
42 Nouveautés équipement

DOSSIER
44 Épicerie sucrée, toujours plus d'audace !
50 Les marques se font plus « responsables »

LES PRODUITS
54 Les consoles « next gen » démarrent en trombe
56 Les produits de la mer à la peine pour les fêtes
58 Le soin du linge dans la spirale promotionnelle
62 Les apéritifs se relancent grâce à de nouveaux arrivants
63 Et Sodebo réinventa le sandwich
64 Sélection

LE LAB'
66 Où en est le phénomène hipsters ?
67 Gutenberg, le bar à domicile de Pernod-Ricard
68 Barney's met les transsexuels à l'honneur
69 2 questions à Bruno Watine, président du groupe Asap

LA SAGA
76 Bernardo Trujillo, « le prophète de la distribution »

28 Retour, avec Kantar Worldpanel, sur les comportements d'achats des Français en 2013.



© MARTINE PALFRAY

30 Avec sa nouvelle enseigne et ses services, Nocibé s'adapte à l'évolution du marché des cosmétiques.



© FRANCIS DABURON

34 Le salon de l'équipement Euroshop ouvre ses portes le 16 février, en Allemagne. Aperçu des innovations.



© RÉAL. SAGLIEZ & PARTNERS. AGENCE CONSEIL ET CRÉATION EN DESIGN GLOBAL

Crédits couverture : ©Hervé Pinel -
1 encart abonnement 4 pages non foliotées en p. 4
1 cahier Produits de l'année de 10 pages foliotées de I à X
1 catalogue Formations de 16 pages (148 x 210) jeté
en aléatoire sur Paris et la région parisienne

ynfluence