

3 **Éditorial**
6 **Agenda**

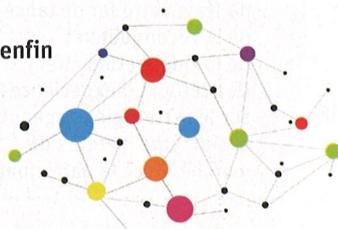
L'ÉVÉNEMENT
8 **Bilan 2013, les centres commerciaux plus créatifs que performants**

14 **LES ESSENTIELS**

LES STRATÉGIES
22 Carrefour et Casino concentrés sur la France
24 Le commerce liste ses impôts et taxes
26 La Fnac s'arme de patience pour se développer en franchise
28 Conforama multiplie les initiatives pour se consolider
30 Les Bricoleurs du dimanche, un collectif bien encadré

LES MAGASINS
32 Intermarché dévoile son savoir-faire sur les grands hypers
34 Marionnaud séduit les marques aux Champs-Élysées

LES MÉTIERS
38 Spécial réseaux sociaux
38 Les distributeurs profitent enfin des réseaux sociaux
40 Monoprix, les secrets d'une enseigne affinitaire
42 Comment recruter sur les réseaux sociaux



DOSSIER
44 Licences, le temps d'oser !
48 Les licences, entre fans et pirates

LES PRODUITS
52 Les marques de distributeurs dans la tourmente
54 La Chandeleur fait la fête en magasins
58 Petit millésime pour le CES de Las Vegas
60 Sélection

LE LAB'
62 Pourquoi voit-on de plus en plus d'animaux dans les pubs ?
63 Six secondes pour se laver les dents
64 L'un des plus gros piratages bancaires aux États-Unis
65 2questions À Philippe Cantet, cofondateur du service mobile Shopmium

LA SAGA
68 Victoria's Secret, les dessous dorés des Anges

Crédits couverture : Getty Images/iStockphoto
1 surcouverture totale
1 encart abonnement 4 pages non foliotées en p. 2

22 Le marché français concentre encore tous les efforts de Carrefour et Casino.



© MATHIEU GEOFFROY

34 Le flagship rénové de la marque sur les Champs-Élysées est une réussite.



© CHARLY HELIX/HELIX/MARIONNAUD

44 Peu de nouveautés dans le jouet, mais la prise de risque peut s'avérer payante.



© 1976, 2013 SANRIO CO., LTD. TM & © DC COMICS. (S13)