

3 **Éditorial**
8 **Agenda**

L'ÉVÈNEMENT
10 Drive, le temps des questions

16 **LES ESSENTIELS**

LES STRATÉGIES
22 Les fabricants de MDD résistent à la pression
24 Naissance d'un embouteilleur de dimension européenne
26 Le premier Costco français à Villebon-sur-Yvette en 2015
28 Nature & Découvertes explore de nouvelles voies
30 Vincent Mignot, l'homme qui fait bouger les lignes chez Auchan

LES MAGASINS
32 Mango déploie ses quatre formats à Aéroville
34 Mondevillage, retail park ergonomique et vert
35 En bref

LES MÉTIERS
36 La déferlante du click & collect
40 Un dimanche avec les salariés de Castorama
42 Réussir l'implantation de son stand à sushis

DOSSIER
44 Hygiène-papier, une apparente simplicité
50 Peur sur les lingettes pour bébé
52 Le pari audacieux de Pure Care

LES PRODUITS
54 Y'a pas de « mâle » à se maquiller!
56 Les lessives tambour battant
58 L'électrobeauté tout en contradiction
60 Les céréales veulent faire craquer les adultes
61 La boulangerie-pâtisserie en quête de fréquence
62 Qilive, l'ambitieuse MDD high-tech d'Auchan
64 Nouveautés

LE LAB'
68 Des insectes dans nos assiettes, c'est pour bientôt?
69 Le magasin du futur
70 La campagne « sexiste » de Darty
71 2 questions à Olivier Saguez

LA SAGA
74 PlayStation, le fruit d'une guerre fratricide

10 En croissance, le drive aborde une phase de maturité, avec des questions émergentes.



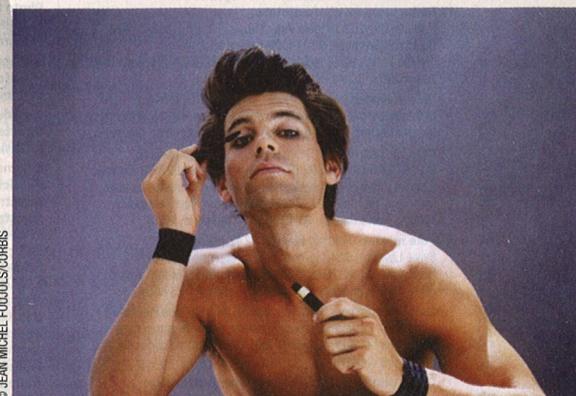
© GAUJEL/ANDIA

32 À l'ombre d'Inditex et de H&M, Mango croît à toute vitesse et se diversifie.



© MURIELLE DOMIC

54 Le maquillage masculin fait sourire, mais les mentalités pourraient changer.



© JEAN MICHEL FOUJOLIS/CORBIS