

LSA N°2378 du 10 septembre 2015

LES PRODUITS

- [L'oeuf, sous toutes ses formes, séduit toujours autant](#)
- [Le chocolat se fait plus premium](#)
- [Charal fait le pari du bœuf premium](#)
- [Juva Santé s'attaque aux huiles essentielles](#)
- [Le maquillage The Balm, en exclusivité chez Monoprix](#)
- [Coca-Cola s'engage un peu plus dans le recyclage](#)
- [Les coffrets cadeaux cultivent leur succès](#)

EDITO

- [Les batailles du bio \[Édito de la semaine\]](#)

EVÉNEMENT

- [Fnac/Microsoft : les dessous d'un partenariat](#)

LA SAGA

- [La Trinitaine, les petits biscuits bretons à l'appétit de géant](#)

LE DOSSIER

- [Le marché du jouet rebat ses cartes](#)

LE LAB'

- [Cuatro Almas, des bouteilles à message personnalisé](#)

LES METIERS

- [Dans les travées du Perle, l'entrepôt robotisé d'E. Leclerc](#)

LES STRATEGIES

- [Atol connecte ses lunettes pour assurer son avenir](#)
- ["Pour devenir leaders, Paris est notre priorité", Emmanuel Deschamps, directeur opérationnel de Boulanger](#)
- [Le meuble amorce une sortie de crise](#)
- [Le rapprochement d'Auchan et Système U en phase d'examen](#)
- [L'Oréal promet un bilan carbone neutre d'ici à 2020](#)
- [L'agilité des PME plébiscitée](#)
- [Innovation, les PME jouent la carte de la différence](#)
- [Comment les PME font fi de la crise](#)

LES MAGASINS

- [L'omnicanal replace l'humain au centre des services](#)
- [Spécial digital : 10 approches pour réinventer le point de vente](#)

LES STRATEGIES

- [Les nouveaux e-commerçants de l'alimentaire aux États-Unis](#)
- [Pourquoi la Fnac refond son site internet](#)
- [La distribution entre de plain-pied dans le multicanal](#)
- [Le Chat, trente ans d'efforts en faveur de la planète](#)
- [Showroomprivé bien décidé à soutenir sa folle croissance](#)