

LSA n°2349

LES PRODUITS

- [Le nouveau geste pour nettoyer ses fruits et légumes](#)
- [Lifting américain pour les saucisses Brats](#)
- [Café au lait signé Grand'Mère](#)
- [Ebly se lance dans la farine « made in France »](#)
- [Diadermine se concentre sur l'anti-âge](#)
- [Des fesses au sec](#)
- [Un regard illuminé](#)
- [La voix du parfum](#)

- [Mixa étoffe sa gamme de cosméto-textiles](#)
- [La bière fruitée qui peut se boire jusqu'au bout de la nuit](#)
- [À la pulpe d'orange](#)
- [Du café dans le whisky](#)
- [Smoothie lacté](#)
- [Trois nouvelles gammes signées Val de Rance sinon rien](#)
- [Le sans-gluten se démocratise à tout-va](#)
- [Le repassage à la recherche d'un second souffle](#)

EDITO

- [La longue traversée](#)

EVÉNEMENT

- [Conso 2015 : 12 dossiers sensibles](#)

LA SAGA

- [La chocolaterie Monbana, le frère "caché" de Banania](#)

LE DOSSIER

- [Bel théâtralise son offre en magasins avec une maison](#)
- [L'avenir prometteur des yaourts concentrés](#)

- [Crémerie : À la conquête du drive](#)
- [Le Brésil, nouvel eldorado de Danone](#)

LE LAB'

- [Le dico décalé : Le spornosexuel](#)
- [Livre : Tout sur le marketing de la peur](#)

- [Marsala, couleur de l'année 2015](#)
- [Vers un renouveau de la « french tech » ?](#)

LES MAGASINS

- [Oskab veut rénover la vente en équipement de la maison](#)
- [Un hyper « à la française » fait un tabac à Essen](#)

LES METIERS

- [Les centres d'Ikea ouvrent les portes de la Russie aux enseignes internationales](#)
- [Ces « opés » qui réveillent vos magasins](#)

LES STRATEGIES

- [Easy Cash prend position sur le créneau du « premium de l'occasion »](#)
- [Bilan d'une année boursière « compliquée »](#)
- [Tesco prend le taureau par les cornes](#)

- [Lavazza prêt à avaler les cafés L'Or et Grand'Mère](#)
- [Les ouvertures de parcs d'activités s'effondrent en 2014](#)