



Votre magazine consultable
depuis votre espace abonné



LES PRODUITS

- Au rayon traiteur, les pâtes fraîches montent en gamme
- Mercurochrome à la conquête de l'hygiène féminine
- La couleur de l'année de Dulux Valentine
- Le froid profite d'une embellie

EDITO

- [No « no logo »](#)

EVÉNEMENT

- [Les enseignes de meubles accélèrent sur le web](#)

LA SAGA

- Le « drôle » de destin de Coca-Cola en France

LE DOSSIER

- [Des licences toujours plus fortes](#)
- [Licences : De l'art de perpétuer les grandes sagas](#)

LES MAGASINS

- [Castorama revisite son magasin phare à Antibes](#)
- [Un Super U centré sur le frais et le local](#)

LES METIERS

- [Le PVC anime les sols des magasins](#)
- [Comment impulser une meilleure relation client ?](#)

LES STRATEGIES

- [Qui est le groupe Bolton ?](#)
- [La gestion des crises agricoles sur la sellette à Bruxelles](#)
- [Lidl se rêve dorénavant en faiseur de marques](#)

- [Interview de Jacques-Antoine Granjon, PDG de vente-privee.com : « Cross-canal, mobile-to-store... nous ne sommes qu'au début d'une nouvelle ère »](#)
- [Travail le dimanche, où en sont les enseignes ?](#)

SPÉCIAL GRANDES MARQUES

- Toujours en quête d'innovation
- Des freins qui pénalisent la création d'emplois
- « Les atouts des grandes marques sont trop ignorés »
- Un nouveau souffle sur les animations commerciales
- De multiples relais de croissance

- Les groupes familiaux ont un « truc » en plus
- Quand les capitaines de catégories jouent leur rôle
- Ces groupes qui se cachent derrière les marques
- Plus que jamais génératrices de trafic en magasins