

3 **Éditorial**
6 **Agenda**

L'ÉVÉNEMENT

8 Les cyberpirates à l'assaut du commerce

12 **LES ESSENTIELS**

LES STRATÉGIES

22 Les négociations se sont clôturées sous haute tension

24 Carrefour confirme son redressement en France et en Espagne

25 Mattel s'invite, avec Mega Brands, sur le terrain de jeu de Lego

26 Les clés du succès de Showroomprivé

28 La Fnac a-t-elle une chance face à Deezer et à Spotify?

LES MAGASINS

30 Un Jardiland géant axé sur le jardin et les loisirs

LES MÉTIERS

32 La course aux mètres carrés plus stratégique que jamais

36 Vivre les « 24 heures du recrutement » d'Électro Dépôt

38 Dans l'usine de vélos « made in France » d'Intersport

DOSSIER

40 Produits d'été - Profiter de l'éclaircie

44 La minceur tente le massage en force

LES PRODUITS

48 Le smartphone, inépuisable filon du mobile

52 Le petfood met le cap sur la sophistication

57 Les phytosanitaires ont huit ans pour se réinventer

58 Sélection

LE LAB'

60 Ferons-nous un jour nos cosmétiques dans la cuisine ?

61 Un shampoing suédois qui décoiffe

62 La pub « très excitante » des supermarchés Edeka

63 2 questions à Laurence Béthines, directrice tendances et innovations de l'agence de design Team Créatif :

« L'univers du sucré reflète les changements de la société »

LA SAGA

66 Et Amora créa le verre à moutarde



Avec ce numéro, retrouvez notre hors série

Crédits couverture: Buena Vista Images
1 encart abonnement 4 pages non foliotées en p. 2

30 Un franchisé Jardiland vient d'ouvrir un magasin XXL dans le Val-d'Oise.



© LETITIA DUARTE

32 La croissance des parts de marché dépend de plus en plus de la stratégie d'expansion.



© ORANT PHOTO

40 Des résultats disparates pour les produits d'été. État des lieux.



© THINKSTOCK / DR