

3	Éditorial
6	Agenda
	L'ÉVÉNEMENT
8	Top 100 des enseignes en France : le commerce poursuit sa transformation
20	VU SUR LSA.FR
	LES STRATÉGIES
22	Les arguments des candidats à la reprise de Bio c'Bon
26	Entretien avec Cathy Collart Geiger, PDG de Picard
28	Racheté par But, Conforama ouvre un « nouveau chapitre »
30	Interview de Thierry Petit, cofondateur de Showroomprivé
	LES MAGASINS ET LES MÉTIERS
32	Comment la franchise affronte la crise
33	14 réseaux à la loupe
46	Interview de Véronique Discours-Buhot, déléguée générale de la Fédération française de la franchise : « La franchise ? Un modèle parfaitement dans l'air du temps »
	DOSSIER
50	La beauté au temps du Covid
	LES PRODUITS
66	Les industriels du yaourt s'investissent pour une croissance durable
72	La confiserie boudée par les Français
	SPÉCIAL PME
76	L'heure du rebond
78	Une cote d'amour intacte
82	Témoignages de 50 dirigeants issus de 8 secteurs
	LA CONSO S'ENGAGE
135	JouéClub lance un label écoresponsable

Les rendez-vous de LSA.FR



Recevez les newsletters qui vous concernent, pour ne rien rater de l'actualité de VOS secteurs !

- **Commerce connecté** tous les lundis à 11 h
- **Immobilier commercial** un lundi sur deux à 14 h
- **Boissons** tous les mardis à 11 h
- **Bio et responsable** tous les mardis à 14 h
- **Franchise** tous les mardis à 15 h
- **DPH** tous les mercredis à 11 h
- **Équipement et supply chain** tous les mercredis à 11 h
- **Kids** tous les mercredis à 12 h
- **High-tech et électroménager** tous les jeudis à 11 h
- **Alimentaire** tous les jeudis à 12 h
- **Marketing** tous les jeudis à 14 h
- **Meuble, brico et jardin** tous les vendredis à 11 h

Et bien sûr, tous les jours à 17 h, **LSA Quotidienne**

Crédit de couverture : Getty Images/montage LSA

8 Le cumul des ventes 2019 des 100 premières enseignes de distribution en France est moins dynamique qu'en 2018. Toutes les enseignes d'hypers reculent, sauf E. Leclerc.



© LAETITIA DUARTE

46 Selon la déléguée générale de la FFF, la franchise est un modèle porteur, qui peut affronter les défis post-Covid.



© LAETITIA DUARTE

50

La crise a changé les comportements d'achat au détriment de nombreuses catégories cosmétiques. Elle a aussi fait émerger de nouveaux besoins d'hygiène et renforcé la demande de produits sains et naturels.



© STUDIO-LASKA/GETTY IMAGES