

3 **Éditorial**
6 **Agenda**

L'ÉVÈNEMENT

8 L'appétit grandissant des distributeurs pour la foodtech

16 **VU SUR LSA.FR**

LES STRATÉGIES

- 20** Interview de Michel Biero, directeur exécutif des achats de Lidl France : « Je veux des produits français, le plus possible, autant que possible »
- 24** Les enseignes omnicanales grandes gagnantes de la crise
- 26** Le magasin-entrepôt prend corps chez Amazon... et les autres
- 28** Huawei mène sa contre-offensive
- 30** Les salons professionnels font leur retour en douceur

LES MAGASINS ET LES MÉTIERS

- 32** Les deux magasins les plus innovants de la rentrée
- 36** Le Covid déplace les points de repère du commerce

DOSSIER

38 Foie gras : les armes de la reconquête

LES PRODUITS

- 46** Les hard seltzers débarquent en France
- 48** Les capsules de café face au casse-tête des déchets
- 52** Les machines à dosettes défendent leur pré carré

55 **LSA BIO**
La parole aux dirigeants

- 56** Comment ils ont géré la crise
- 66** Quels impacts sur la stratégie ?
- 78** Ce qu'ils attendent et espèrent pour l'avenir
- 88** Le bio sera-t-il vraiment plus fort « après » ?
- 90** Indicateurs : la croissance du bio en GMS a un peu fléchi au premier semestre

LA CONSO S'ENGAGE

103 Sephora prône une beauté responsable

8 Les enseignes alimentaires collaborent de plus en plus avec les acteurs de la foodtech, des start-up novatrices prêtes à révolutionner l'alimentation, voire les absorbent.



20 Michel Biero, directeur exécutif des achats chez Lidl, veut plus d'origine France dans ses MDD.



Avec ce numéro, retrouvez notre hors-série Boissons