



Après deux magazines distincts, nous parolons. **Gondola** est le magazine **B2B** avec la plus importante diffusion du marché.

Contrôle de distribution : Centre d'Information sur les Médias (CIM)

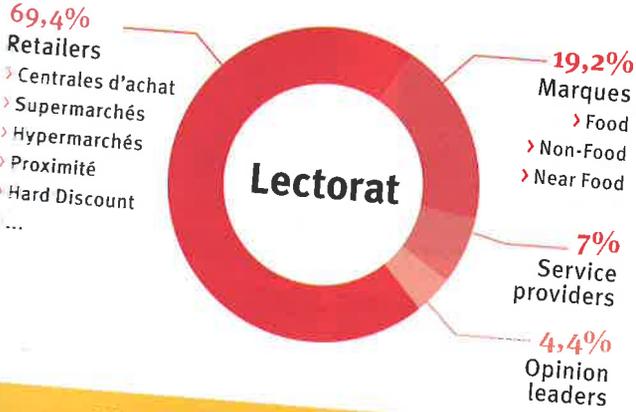


Plus de **40.000** contacts uniques



Plus de **120.000\*** visites / mois sur **gondola.be**

\* visiteurs professionnels



### Abonnez-vous !

Marie Hirsoux via [abonnement@gondola.be](mailto:abonnement@gondola.be)  
**ANNUEL (PRIX HTVA)**  
 490€ (étranger : 539€) | **Pack Basic Plus** : 490€ (étranger : 539€) |  
 Plus d'infos via [abonnement@gondola.be](mailto:abonnement@gondola.be)

Le magazine a été tiré à 10.500 exemplaires.  
**RESPONSABLE**: Pierre-Alexandre Billiet - Retail Today NV - Woluwelaan 100, 1830 Macheelen  
 02 760 00 00 - [info@gondola.be](mailto:info@gondola.be) | **RÉGIE PUBLICITAIRE**: Managing partner: Frederik Matthys,  
 Sales Media: Emille Delval, Media sales: Thijs Devos. **Contact: [pub@gondola.be](mailto:pub@gondola.be)**  
**ÉDITEUR**: Rédacteur en chef: Christophe Sancy, Rédacteurs: Laura Ferreira Porto, Ljisa  
 en. **Journalistes**: Géry Brusselmans, Wim De Mont, Dominique Soenens, Patrick  
 Anthony Planus. **Contact: [news@gondola.be](mailto:news@gondola.be)** | **STUDIO**: Conception graphique:  
 Photographie: Christophe Sancy, Laura Ferreira Porto, The Image Factory, Emy Elleboog,  
 to, Flaticon. **Contact: [studio@gondola.be](mailto:studio@gondola.be)** | **IMPRESSION**: Daddy Kate



Tous droits de reproduction, traduction et adaptation, même partiels, sont strictement réservés  
 de la rédaction. Gondola Magazine ne s'adresse pas aux consommateurs.

© 2020 in het Nederlands.

## 6 Poisson, mollusques et crustacés nagent à marée haute

La pandémie a exercé un effet positif sur les ventes des produits de la marée : la hausse est supérieure à celle qu'on connaît d'autres produits alimentaires, nous apprend le VLAM.



## 16 Une viande durable

Manger de la viande est une habitude commune aux réflexes durables. Une fausse impression. Il circule bien trop de malentendus sur cette pratique alimentaire. signale l'auteure et diététicienne américaine Diana Rogers, qui préfère plutôt, dans son livre son film "Sacred Cow" pour un élevage repensé.



## 8 Louis Delhaize apporte une nouvelle dynamique à Match et Smatch

Le secret était bien gardé, même si certains indices ne nous avaient pas échappés. Cette fois, Jean-Marc van Cutsem, CEO de Delfood mais désormais aussi de Match et Smatch, nous révèle l'ambitieux plan de métamorphose construit pour les magasins de proximité belges du groupe.



## 20 La compensation carbone, vice ou vertu ?

Les rayons des supermarchés sont toujours mieux garnis de produits au bilan neutre en carbone, et les entreprises sont toujours plus nombreuses à réduire au seuil minimum leur empreinte en la matière.