



## News

Janvier 2024

# ONE TO ONE RETAIL E-COMMERCE 2024 DÉVOILE LES PREMIERS ÉLÉMENTS DE SON PROGRAMME ET SES SPEAKERS

du 12 au 14 mars 2024  
Grimaldi Forum Monaco



L'événement incontournable des décideurs du retail et du e-commerce revient à Monaco pour une 13<sup>ème</sup> édition sous le thème : **“Sous pression, un e-commerce créatif et exigeant”** et présente les premiers éléments de son programme et ses nouveaux speakers :

- **Philippe Berlan** : CEO **La Redoute**
- **Amandine De Souza** : Directrice générale **Leboncoin**
- **Sabrina Herlory Rouget** : CEO **Aroma-Zone**
- **Stéphanie Hospital** : Fondatrice & CEO **OneRagtime**
- **Jessica Ifker Delpirou** : Operating Partner, Board Member, Senior Advisor **Serena**
- **Marc Lolivier** : Directeur général **FEVAD**
- **Enrique Martinez** : Group CEO **Fnac Darty**
- **Romain Roulleau** : Directeur Marketing, Digital et Client **Kingfisher**
- **Julien Sylvain** : Fondateur **Tediber**
- **Thomas Métivier** : Directeur Général **Cdiscount**
- **Aude Viaud** : Co-fondatrice **Smala**
- **Grégoire Toussaint** : Directeur Général **Edgar, Dunn & Company**
- **Matthieu Stefani** : Président **Cosavostra**
- **Flore Fauconnier** : Co-fondatrice **Eduteka**
- **Philippe Corrot**, Co-fondateur et CEO, **Miraki**
- **Capucine Pierard**, Vice Présidente, **Havas Media Group**
- **Mikaël Arias**, Chief Revenue Officer, **Brevo**

---

## PROGRAMME DES CONFÉRENCES

### Lundi 11 Mars - Le Before

Le Before est le rendez-vous One to One réservé exclusivement à 100 grands patrons du retail et du e-commerce

Cet événement qui précède la 13<sup>ème</sup> édition de One to One Retail E-commerce, offre aux participants l'opportunité inédite de réfléchir et débattre sur des sujets de société à enjeux business fort.

- **15h-15h30 - Conférence d'ouverture :**

#### **Financer la croissance, un casse-tête français**

L'inflation ralentit, doucement mais sûrement. Le ministre de l'Economie Bruno Le Maire explique que « le prix à payer, ce sont des taux d'intérêt plus élevés, des financements plus difficiles et donc un ralentissement économique » (France Inter, Nov. 2023). La promesse de

croissance est donc encore soumise à des contraintes fortes. Quels sont les modes de financement les plus adaptés à ce contexte ? Par exemple, la rentabilité donne accès à la dette, à défaut de levée de fonds, c'est une autre solution de financement à envisager avec d'autant plus de sérieux qu'elle n'entame pas le capital des sociétés concernées. Mais avec elle vient le risque... l'accompagnement des startups est crucial

Avec **Jessica Ifker Delpirou** : Operating Partner, Board Member, Senior Advisor Serena

### **Commission 1 : Le pouvoir d'achat au cœur des relations entre fournisseurs et retailers, comment rester constructif ?**

Entre vœux pieux et réalité des marchés, haro sur les prix !

En 2023, One to One Retail E-commerce a choisi comme thème « Sous pression, un e-commerce créatif et exigeant ». Il est sous pression mais malin, alors il s'adapte partout, tout le temps. Pour cela, il doit sortir des sentiers battus (être créatif) et respecter un client de plus en plus expert, qui ne tolère aucune friction ni aucune incohérence (exigeant).

Et dans tout ça, le prix est sans aucun doute la question la plus critique pour les consommateurs et le sujet le plus central pour les enseignes : peut-on être exigeant dans un contexte inflationniste ? Comment concilier ces contraintes économiques avec la réalité du coût des matières premières ?

Panorama des intentions – louables et réalistes ? - vis-à-vis des clients, et de la réalité d'une industrie en première ligne dans la bataille des prix.

### **Commission 2 : Comment l'IA va changer nos structures (en vrai) ?**

Depuis 12 mois, l'IA générative la donne : on lui prête un pouvoir mal compris, souvent sur ou sous estimé, mais rarement rationnel ! Elle est un outil pour certains, une révolution pour d'autres... et entre eux un océan de possibilités et de conséquences sur les organisations. Concrètement, entre l'IT, le juridique et la sécurité qui ont besoin de mieux la comprendre pour accompagner son déploiement, et les métiers (marketing, e-commerce en première ligne) qui poussent pour l'intégrer dans un usage quotidien, les utilisateurs sont dans le flou. Alors, posons nous les vraies questions : quelles nouvelles compétences faut-il acquérir pour un bon usage de l'IA générative ? Y a t il réellement des métiers voués à disparaître ?

Animée par **Matthieu Stefani** : Président Cosavostra

---

## **Mardi 12 Mars**

- **11h-12h30 - Plénière d'ouverture :**

### **Partie 1 : "Comment les dirigeants du e-commerce français abordent-ils 2024 ?"**

Mise en perspective du baromètre FEVAD sur les tendances du moment.

Par **Marc Lolivier**, DG Fevad

## Partie 2 : "Sous pression, un e-commerce créatif et exigeant !"

Table ronde composé d'experts du secteur retail e-commerce

Avec **Thomas Métivier**, CEO Cdiscount

et **Enrique Martinez**, Président Fnac Darty

- **16h30-17h - Conférence One to One :**

### IA générative, mythes, réalités et perspectives

Un an après l'entrée fracassante de l'IA générative dans nos discussions, nos métiers et plus généralement nos vies ; il y a autant d'écoles que de manière de faire ! Où s'est-elle vraiment fait une place dans nos usages ? Quelles sont les idées reçues à déconstruire ? Et à quoi s'attendre dans les prochains mois ?

---

## Mercredi 13 Mars

- **10h30-11h15 - Conférence One to One :**

### Croissance, innovation et vice versa

Avec la baisse drastique des fonds levés depuis deux ans, l'écosystème startups s'est assaini et le principe de précaution a redonné sa place à la rentabilité. Parallèlement, en plaçant l'innovation au cœur de la discussion politique et économique, France 2030 ré-injecte des liquidités, boostant les marchés, et donc les startups. Dans ce contexte d'"up & down" permanent, comment les startups peuvent-elles piloter leur croissance ?

Avec **Stéphanie Hospital** (One Ragtime)

- **11h30-12h15 - Conférence One to One :**

### La marque sauvera-t-elle le retail ?

Le commerce est sous pression, c'est le thème du One to One cette année. Il s'adapte mais il souffre, les fermetures d'enseignes qui se multiplient en sont le triste mais meilleur exemple. Les coûts d'acquisition, eux, augmentent, et pour émerger dans le bruit ambiant, il est crucial de s'appuyer sur une communauté solide et engagée... c'est là que la marque entre en scène. La marque peut et doit mettre de la valeur dans sa relation avec le client, condition sine qua non pour atteindre le graal de la reconnaissance et de la fidélité. Découvrez les insights de quelques-unes des marques françaises les plus fortes de ces dernières années.

Avec **Sabrina Herlory** (Aroma Zone)

- **14h-14h30 - Table ronde :**

## L'écologie, problème de riche ?

La transition énergétique met tout le monde d'accord. Mais concrètement elle a un coût, et dans le contexte inflationniste tendu que le marché connaît, les bonnes intentions durables et responsables peuvent ressembler à des vœux pieux. Et pourtant les réglementations s'accroissent, il est désormais temps d'agir et de déployer. Il n'y a pas d'égalité face au climat : une ETI n'a pas les mêmes budgets RSE qu'un géant de la grande distribution; un géant de la grande distribution se trouvera bien peu mature dans son processus de transition énergétique vs une DNVB responsable by design... bref, il existe autant de scénarios que d'entreprises et autant de contraintes que de solutions. Quelles sont les bonnes pratiques pour tenir le rythme imposé par les réglementations ? Comment faire entrer le rond écologique dans le carré du P&L?

Avec **Amandine de Souza**, Directrice Générale Leboncoin  
et **Philippe Berlan**, CEO La Redoute

- **14h-15h15 - Conférence One to One :**

### **Relocalisation, filières courtes, réindustrialisation des territoires, seconde-main : la souveraineté est-elle la solution à tous nos problèmes ?**

Quand les crises sanitaires et géopolitiques nous ont montré à quel point nous dépendons des autres pays du monde pour nous approvisionner, et quand les crises écologiques et économiques sonnent l'avènement de la seconde main, la vulnérabilité de notre économie, et de notre manière de consommer est exacerbée. En parallèle, la notion de souveraineté est au cœur de toutes les discussions : pour des raisons économiques évidentes, mais aussi pour des raisons de sécurité et de sobriété énergétique. Mais concrètement, comment les enseignes / marques peuvent-elles aborder le virage de la souveraineté ?

Avec **Julien Sylvain**, CEO-Fondateur Tediber

**Aude Viaud**, Co-fondatrice Smala

et animée par **Mélanie Bénard-Crozat**, Fondatrice et Rédactrice en chef Impact Magazine

## LES KEYNOTES PARTENAIRES



## [Cliquez ici pour retrouver les détails du programme](#)

### **A propos de One to One Retail E-Commerce**

Créé en 2011, One to One Retail E-commerce est un événement COMEXOSIUM. Véritable accélérateur de business, One to One Retail E-Commerce propose 3 jours de conférences, business et networking dans un cadre prestigieux, et est devenu le rendez-vous incontournable de tous les acteurs du marché.

En savoir plus : <https://www.one-to-one-monaco.com/>

### **A propos de DG Consultants**

DG Consultants a développé une expertise unique dans la conception et l'organisation d'événements BtoB accélérateurs de business.

En 20 ans d'expérience, DG Consultants a développé un écosystème d'événements premium à destination des décideurs. Chaque rendez-vous est pensé pour répondre aux problématiques et aux enjeux actuels et à venir de secteurs stratégiques. Le savoir-faire de DG Consultants est de permettre aux invités et aux partenaires sélectionnés, de se choisir sur la base de leurs affinités.

### **A propos de Comexposium**

Le Groupe Comexposium est l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements et de l'animation de communautés autour de leur business et de leurs passions. Comexposium organise plus de 150 événements professionnels et grand public, couvrant plus de 10 secteurs d'activité (agriculture/alimentation, retail/digital, mode/accessoires, loisirs...). Le groupe met en relation 48 000 exposants et 3,5 millions de visiteurs, 365 jours par an.

Créateur d'expériences et de rencontres entre les individus, Comexposium permet, grâce à ses événements (SIAL, All4Pack, Paris Retail Week, One to One Retail E-Commerce & One to One Expérience Client, Foire de Paris, Rétromobile...) et aux contenus associés, à ses communautés d'être connectées toute l'année via des leviers omnicanaux efficaces et ciblés.

[www.comexposium.com](http://www.comexposium.com)



### **Contacts médias**

#### **Agence 14 Septembre**

**Laurie Giraud** - 06 66 72 45 10 - [lauriegiraud@14septembre.com](mailto:lauriegiraud@14septembre.com)

**Laura Sergeant** - 06 08 75 74 24 - [laurasergeant@14septembre.com](mailto:laurasergeant@14septembre.com)