



Communiqué de presse

Février 2024

ONE TO ONE RETAIL E-COMMERCE 2024 DÉVOILE SON PROGRAMME COMPLET

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 13ème édition sous le thème : **“Sous pression, un e-commerce créatif et exigeant”**

Au programme, 3 jours de rendez-vous one to one, de **keynotes** et de **conférences** inspirantes, [d'ateliers experts](#) animés par les partenaires exposant, et de soirées networking.

Pour la cinquième année consécutive, le **Village Startups** fera son retour, avec pour la première fois, **20 jeunes pousses** mises à l'honneur. Une visibilité unique auprès de l'écosystème retail e-commerce ainsi qu'une reconnaissance du secteur en concourant aux **deux prix décernés : le Prix de la Communauté et le Prix Coup de Cœur du Comité.**

LE 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 13ème édition de One to One Retail E-commerce, offre aux participants l'opportunité inédite de réfléchir et débattre sur des sujets de société à enjeu business fort.

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...

Avec **Jessica Ifker Delpirou**, *Operating Partner, Board Member, Senior Advisor Serena*,
Marc Ménasé, *Sérial Entrepreneur* et **Matthieu Stefani**, *Président Cosavostra*

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.

Avec **Paul Lê**, Co-fondateur La Belle Vie, **Véronique Torner**, Présidente Numeum et **Cyril Artur du Plessis**, Founder Podcast Les Digital Doers

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 et **Marjolaine Grondin**, CEO & Co-fondatrice Jam, **Alexandre Meerson**, Directeur Digital, Data, IT / Systèmes d'Information Europe et Moyen Orient, **Sephora**

Commission 3 : Et si l'impact de la révolution écologique sur les organisations générerait des opportunités business?

Avec l'accélération des obligations et des réglementations RSE, les organisations doivent désormais mener des actions concrètes, inscrites dans le temps. Pour les déployer, de nombreuses structures ont créé une fonction RSE, chargée d'acculturer et accompagner les métiers, et/ou en formant ces mêmes équipes à leurs nouveaux enjeux. Sur ce plan des métiers, le changement est assez clair pour tous; en revanche, sur le plan des opportunités, ça l'est moins ! Concrètement, quand les sociétés font évoluer leurs structures et leurs organisations pour s'adapter à ce nouveau paradigme, comment peuvent-elles s'en saisir comme d'une opportunité pour faire évoluer leur business model, voire leur offre ?

Animée par **Mélanie Benard Crozat**, Fondatrice et Rédactrice en chef Impact Magazine, **Arthur Auboeuf**, Cofondateur Team for Planet et **Lucie Basch**, Co-fondatrice Too Good To Go

Mardi 12 Mars

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

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

En ouverture de conférence, Marc Lolivier, DG Fevad mettra en perspective le baromètre FEVAD sur l'humeur des patrons du e-commerce.

Par **Marc Lolivier**, Directeur Général Fevad

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

Une session de 3 interviews de grands patrons du secteur pour décrypter les enjeux de la Data, de l'IA et de l'écologie.

Animée par **Alexandre Kouchner**, Rédacteur en chef du groupe l'ADN, **Thomas Métivier**, CEO Cdiscount et **Enrique Martinez**, Group CEO Fnac Darty et **Gonzague De Pirey**, Chief Omnichannel and Data Officer LVMH

- **14h-14h30 - Keynote :**

MIRAKL : "Retail media : est-il encore temps de saisir l'opportunité ?"

Avec 125 milliards de dollars de revenus générés en 2023, le retail media attire retailers et annonceurs qui y voient le moyen d'augmenter leurs performances, d'accroître la notoriété de leur marque et leur rentabilité e-commerce. Une réelle opportunité dans un contexte "sous pression" : inflation, réduction des marges, diminution de la fidélisation client et baisse de ROI publicitaire.

Mais derrière ces promesses, les retailers font face à de nombreux enjeux : comment capturer les investissements de tous les annonceurs ? Comment concilier retail media et qualité de l'expérience d'achat ? Comment exploiter la data et l'IA pour optimiser ses performances à long terme ? Et enfin, comment engager les marques à long terme, avec un impact prouvé sur leurs résultats ?

Mirakl et Havas, vous donnent les clés pour relever ces défis grâce à l'association d'une technologie de pointe avec une expertise unique du retail.

Animée par **Charlotte Bricard**, Directrice Éditoriale Influencia, **Octavie Gosselin**, Vice-Présidente Mirakl Ads, **Philippe Corrot**, Co-fondateur et CEO Mirakl, **Capucine Pierard**, Vice Présidente d'Havas Media Network

- **17h30-18h - Keynote :**

VISA : "Visa x Vestiaire Collective x Adyen : Le collectif, moteur d'innovation"

Dans un marché sous pression, améliorer le taux de conversion est une priorité absolue, qu'il faut cependant concilier avec une expérience client innovante et bien sûr sécurisée... Conversion / UX / Sécurité, le triptyque parfait pour booster la performance des marchands. Vestiaire Collective, précurseur sur le marché de la seconde main, innovant et créatif par nature, partage avec notre partenaire Adyen le contexte, la mise en place et les insights de l'intégration de Click to Pay, à la veille de son déploiement en France.

2024, année olympique, le e-commerce au diapason des athlètes, et plus que jamais à la recherche de la performance !

Par **Sophie Noel**, Head of Merchant Sales and Acquiring, FBL, VISA, **Bernard Osta**, CFO, Vestiaire Collective, **Virginie Melaine Christensen**, Directrice Générale France, Adyen

- **18h-18h30 - Keynote :**

PAYPLUG : "Commerce en mutation : ces nouvelles tendances du paiement qui vous permettront de prendre une longueur d'avance"

Le paiement nous permet d'identifier les tendances émergentes en termes de parcours et d'habitudes d'achat. En les décryptant, nous identifierons les attentes des consommateurs pour prévoir les évolutions futures et permettre aux commerçants de pouvoir les adopter avec une longueur d'avance.

Nous sommes dans l'ère de l'omnicanal sans couture : comment y intégrer une expérience de paiement à la hauteur ? En ligne, cela se traduit par une exigence croissante en termes de fluidité demandant une optimisation constante de cette étape. En magasin, de nouveaux usages comme le Tap to Pay viennent changer le rapport au TPE et impacter les interactions avec l'écosystème. Le paiement diffère encore drastiquement selon les parcours en ligne ou physiques, mais jusqu'à quand ? Comment paierons-nous à l'horizon 2040 ? Venez explorer les dernières innovations qui changeront les règles du jeu.

Par **Antoine Grimaud**, CEO Payplug

Mercredi 13 Mars

- **9h30-10h15 - Conférence One to One :**

Atelier Digital Native Group : "Le parti-pris du client" - Comment reconnecter les entreprises Consumer avec leurs clients ?

Le consommateur devient de plus en plus paradoxal, il est au cœur de l'ère du "et-et", symbole d'une société plus digitale et plus durable. Ces attentes contradictoires transforment la Consumer Journey. Nous allons décrypter ces nouveaux modes de consommation et ses impacts sur le modèle économique qui devient consumer centric et piloté par les données (data-driven). Nous prendrons également le temps d'analyser les changements dans le rapport entre la valeur à vie du client (LTV) et le coût d'acquisition client (CAC).

Par **Vincent Redrado**, Founding Partner & CEO, DNG et **Odile Szabo**, Chief E-commerce Officer, Member of the Executive Committee, Christian Louboutin

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

Monter en compétences, l'enjeu phare de 2024 pour les e-commerçants

Pour surmonter la somme de bouleversements que connaît actuellement l'e-commerce, entre retournements de marché, impératifs écologiques et accélérations technologiques, posséder les bonnes compétences dans les équipes sera absolument impératif.

Quels sont les nouveaux rôles à créer aujourd'hui qui feront la différence demain ? Et les fonctions à doter de nouveaux savoir-faire ? Avec la spécialisation incessante des métiers de l'e-commerce, un besoin de polyvalence émerge-t-il parallèlement pour créer des passerelles ? Lorsqu'un nouvel enjeu majeur surgit (IA générative, économie circulaire...), faut-il monter un pôle d'expertise, ou diffuser d'emblée ces compétences dans les métiers ? Devant l'accélération technologique, comment s'assurer que les opérationnels ont l'envie et les moyens de continuer à s'approprier les nouveaux outils ? Outre le recrutement et la formation continue, quels moyens existent pour faire monter en compétences les équipes ? Eduteka, spécialiste des compétences e-commerce, recueillera le point de vue de deux décideurs à la pointe des grands enjeux tech&business du moment et de leurs implications métiers (marketplaces, IA générative, data...). Mais nous dessinerons aussi ensemble, de manière collaborative, les compétences, postes et mindsets qui feront la différence aujourd'hui et demain, ainsi que les plans d'actions pour accélérer votre time-to-skill.

*Par **Flore Fauconnier**, Co-fondatrice Eduteka, **Yann Rivoallan**, Président de la Fédération française du prêt à porter féminin et **Thierry Leron**, Directeur général marketing, expérience client, Data et e-commerce de But*

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

Réinventer le marché

Le marché de la beauté est l'un des plus concurrentiels dans lequel opérer. Comment exister, grandir vite et changer les usages en transformant cette contrainte en opportunité ?

*Avec **Sabrina Herlory** (Aroma Zone), **Cyril Artur du Plessis**, Founder Podcast Les digital doers*

- **12h30-13h - Keynote :**

PINTEREST (intervention en anglais) : "AI and the human shopping experience"

Gen Z shops differently than previous generations—but probably not in the ways you think. Pinterest VP of Product Marketing Julie Towns shares how AI is delivering a more meaningful online shopping experience. And why Gen Z shoppers are loving it.

*Avec **Julie Towns**, VP, Product Marketing & Product Operations*

- **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 **Stéphanie Hospital**, Fondatrice & CEO One Ragtime et **Philippe Berlan**, CEO La Redoute et animée par **Elsa Ferreira**, Journaliste, Pigiste pour l'ADN Groupe

- **14h30-15h15 - 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 entre 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, **Lisa Nakam**, Directrice Générale Jonak, **Thomas Huriez**, Fondateur 1083, **Gilles Attaf**, Président de l'Association Origine France Garantie et Co-fondateur des Forces Françaises de l'Industrie et animée par **Mélanie Bénard-Crozat**, Fondatrice et Rédactrice en chef Impact Magazine

- **16h30-17h15 - Conférence One to One :**

Challengers, même pas peur

Le bruit médiatique explose, les taux d'acquisition suivent la même courbe, la tension monte pour tous les acteurs du commerce et du e-commerce. L'objectif, toujours plus prégnant, reste le même pour tous : exister dans l'esprit des consommateurs, capter leur attention et savoir la retenir.

Bien décidés à ne pas se laisser gagner par un possible complexe d'infériorité en arrivant sur le marché français, les équipes de Burger King en ont fait le second marché de l'enseigne derrière les Etats-Unis. Agilité, créativité et complicité sont les marques de fabrique. Partage d'expérience et feuille de route de son directeur général, Alexandre Simon.

De son côté, Aude Viaud, à la tête de Smala, a revu sa copie en rebaptisant son site marchand. Un choix qui a changé la perception de son marché, mais aussi de l'interne, et assis les ambitions de l'équipe dirigeante, sûre de la place qui reste à prendre sur le marché de plus en plus prisé de la seconde main.

Avec **Aude Viaud** Co-fondatrice Smala, **Alexandre Simon**, Directeur Général Burger King et animée par **Charlotte Bricard**, Directrice Editoriale, INfluencia

- **17h30-18h - Keynote :**

BREVO : "Assurez un ROI positif à vos investissements en IA"

L'IA a le potentiel de transformer le marketing et de révolutionner l'engagement clients... mais est-ce vraiment le cas ?

Si l'accès à l'IA générative et aux outils SaaS alimentés par l'IA s'est démocratisé, de nombreux avantages concurrentiels restent encore à débloquer. Les immenses investissements que requièrent les nouveaux systèmes d'IA ne seront que peu rentables si l'indispensable synergie entre l'intelligence humaine et l'IA n'est pas mise en place.

Rejoignez Mickaël Arias, Chief Engagement Officer chez Brevo, entrepreneur en série, investisseur et leader technologique, pour comprendre les limites actuelles des solutions d'IA et leur intégration avec les systèmes CRM. Mickaël abordera la question des stratégies de préparation, telles que la centralisation des données, l'amélioration des processus de mesure ou encore le choix de systèmes flexibles et rentables.

Cette présentation est un appel à l'action, incitant à repenser l'intégration de l'IA dans le marketing, pour ouvrir la voie à des pratiques marketing impactantes, efficaces et prêtes pour l'avenir.

Par **Mickaël Arias**, Chief Engagement Officer, Brevo

- **18h-18h30 - Keynote :**

COMMERCE TOOLS (intervention en anglais) : "Composable Commerce in the Age of AI : How to transform your brand?"

In an economy demanding more from commerce platforms, how do you ensure your brand is providing the best possible customer experience? Join this session with Michael Scholz, VP of Product and Customer Marketing at commercetools, and Nicolas Pastorino, Group Chief Product & Digital Officer at Interflora Group, as they delve into how technologies like AI and composable commerce are redefining commerce innovation. Learn how to enhance your brand's digital strategy and embrace the rapidly evolving e-commerce landscape.

Par **Michael Scholz**, VP Product & Customer Marketing et **Nicolas Pastorino**, Group Chief Product & Digital Officer, Interflora

Jedi 14 Mars

- **10h-10h45 - Conférence One to One :**

Edgar, Dunn & Company : " Paiements : fonction support ou accélérateur de croissance ?"

Les paiements sont parfois perçus comme une fonction support au sein de certains commerçants. Est-ce une réalité ou au contraire un mythe, avec des paiements qui deviennent un véritable accélérateur de croissance ? Cette table ronde - composée

uniquement de grands commerçants - abordera ce sujet et explorera la manière dont les paiements peuvent soutenir la croissance des commerçants

La table ronde abordera les questions suivantes :

- Quelle est l'organisation interne optimale pour un commerçant ?
- Comment s'assurer d'avoir une gouvernance pertinente et de bénéficier d'une perception positive en interne ?
- Quels sont les sujets doit-on prioriser en tant que commerçant (ex : lutte contre la fraude, reporting, buy now pay later, orchestration des paiements, tokenisation) ?
- Comment les paiements peuvent-ils soutenir la croissance des commerçants ?

Par **Grégoire Toussaint**, Directeur Général France Edgar, Dunn & Company, **Eric Van Zurk**, Responsable des projets Monétique & Trésorerie - Auchan Retail International (groupe), **Myriam Bourgeot**, Head of Payment, fraud prevention & seller finance chez ManoMano et **Florence Segurel**, Directrice de la Stratégie et du Pilotage des Paiements Groupe SNCF Voyageurs

● 12h-13h - Conférence de clôture :

L'IA sous toutes les coutures

Une série de 3 entretiens pour aborder l'IA sous toutes les coutures, de la vision la plus globale à la vision la plus opérationnelle, une synthèse des discussions menées pendant ces 3 jours à Monaco.

- La dimension politique / géopolitique de l'IA : une vision globale de l'IA du point de vue des relations internationales, de la politique publique et de la démocratie. Avec Asma Mhalla, Spécialiste des enjeux politiques et géopolitiques de la Tech, Enseignante à Columbia GC, Sciences Po, Polytechnique, Sciences Po
- La dimension tech / business de l'IA : pourquoi et comment les entreprises, toutes les entreprises peuvent et doivent adopter l'IA si elles ne veulent pas rester sur le carreau. Avec Ori Goshem, Co Founder & CO CEO of AI 21 Labs
- La dimension expérience client de l'IA : en tant qu'outil, quels sont les usages marketing actuels de l'IA ? Quels sont ceux sur lesquels parier ? Avec Romain Roulleau, Directeur du Digital de Kingfisher et Amandine de Souza, Directrice Générale, leboncoin

Une série d'entretiens menée par **Guillaume Ledit**, Directeur de la Rédaction de l'ADN

Avec **Ori Goshen**, Fondateur & CEO AI21 Labs, **Asma Mhalla**, Spécialiste des enjeux politiques et géopolitiques de la Tech, Enseignante à Columbia GC, Sciences Po, Polytechnique, **Amandine De Souza**, Directrice Générale Leboncoin, **Romain Roulleau**, Chief Marketing, Digital & Customer Officer & Digital Strategy Kingfisher France

[**Cliquez ici pour retrouver les startups présentes sur le Village**](#)
[**Startups de cette édition**](#)

A propos de One to One Retail E-Commerce

Créé en 2011, One to One Retail E-commerce est un événement COMEXPOSIUM. 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



Contacts médias

Agence 14 Septembre

Laurie Giraud - 06 66 72 45 10 - lauriegiraud@14septembre.com

Laura Sergeant - 06 08 75 74 24 - laurasergeant@14septembre.com