



Retail E-Commerce

Communiqué de presse

Novembre 2023

ONE TO ONE RETAIL E-COMMERCE RÉVÈLE SON FIL ROUGE, LES NOUVEAUX MEMBRES DE SON COMITÉ EDITO ET ANNONCE L'OUVERTURE DES CANDIDATURES DU VILLAGE STARTUPS

du 12 au 14 mars 2024
Grimaldi Forum Monaco



© Mat Beaudet - One to One Retail E-Commerce

Pour sa 13^{ème} édition, **One to One Retail E-commerce** met l'accent sur la capacité d'adaptation et d'innovation du secteur dans un contexte de permacrisis, avec le thème **“Sous pression, un e-commerce créatif et exigeant”**.

Pour faire vivre cette thématique, l'événement incontournable des décideurs du retail e-commerce abordera notamment 4 sujets particulièrement incontournables pour le marché : **Retail media, Cookieless, E-commerce responsable et IA générative**. Il s'appuiera sur un **comité éditorial** d'experts, garant de la ligne éditoriale de l'événement, qui accueille cette année **deux**

nouveaux membres : Lisa Nakam, Directrice Générale, Jonak et Edouard Caraco, Cofondateur, The Bradery.

Et pour la 5^{ème} année consécutive, l'**appel à candidatures du Village Startups** est lancé, offrant aux startups sélectionnées une visibilité unique auprès de l'écosystème retail e-commerce ainsi qu'une reconnaissance du secteur en concourant aux **deux prix décernés**. Elles ont **jusqu'au 1^{er} décembre pour candidater**.

One to One Retail E-commerce en quelques chiffres :

- **2 000 participants**
- **180 sociétés partenaires**
- **8 000 rendez-vous one to one**
- **+ de 400 speakers experts**
- **99% des participants sont satisfaits de l'événement et 92% considèrent qu'il est important pour leur business.**

“Sous pression, un e-commerce créatif et exigeant” : fil rouge de l'événement

Avec un socle technologique d'une grande souplesse et une capacité à aller là où on ne l'attend pas, le e-commerce n'aura jamais de forme définitive. Il est le premier symptôme de ce qu'il se passe dans le monde, la première variable d'ajustement pour les clients.

S'il s'est un peu essoufflé en 2022, il reste dans l'action, porté par l'innovation et les attentes de ses consommateurs. Il est malin et s'adapte partout, tout le temps.

Nous sommes entrés dans l'ère de la permacrise. Les consommateurs et clients sont impactés par un flot continu de crises de toutes natures, et face à elles, le e-commerce doit prioriser ses actions, optimiser ses budgets tout en gérant des ressources sous tension... un véritable exercice d'équilibriste.

La machine est à la fois bien huilée et de plus en plus perméable : l'explosion des IA génératives rebat les cartes, on passe d'une démarche de question / réponse, de solution / problème, à une démarche d'amélioration automatique et permanente. Le e-commerce doit être particulièrement exigeant avec lui-même. Il n'a d'autres choix que de sortir des sentiers battus pour construire le bon discours, proposer la meilleure offre, le produit ou le service le plus en phase avec notre époque et oser être créatif !

Tirailé entre le rationnel nécessaire à l'exigence et la part d'irrationnel qu'induit la créativité, le e-commerce est sous pression, et ça le rend meilleur !

One to One a la chance et la responsabilité d'accompagner ce marché inspirant, innovant, résilient, et d'accélérer à ses côtés depuis 13 ans, avec créativité et exigence.

Un comité éditorial d'excellence renforcé

Composé de grands patrons du retail et du e-commerce, **le comité éditorial accompagne** tout au long de l'année **One to One Retail E-commerce dans la construction du programme de conférences, la sélection des meilleurs partenaires** et la définition de nouveaux formats d'échanges permettant de répondre aux attentes et aux besoins du marché le plus pertinemment possible.

Cette année, **Lisa Nakam**, Directrice Générale Jonak et **Edouard Caraco**, Cofondateur The Bradery rejoignent ce [comité éditorial](#) de prestige aux côtés de 16 autres membres :

- Guillaume Darrousez, CEO - Yves Rocher
- Jérôme Fauquembergue, Global Innovation and New Business Director - KIABI
- Pierre-Arnaud Grenade, CEO & Associé - Bash
- Thomas Husson, Vice Président, Principal Analyst - Forrester
- Thierry Leron, DG Marketing & Expérience Client, Data, E-Commerce - BUT
- Olivier Le Garlantezec, Global Digital & Tech Partnerships Director - LVMH Group
- Jean-Philippe Marazzani, Directeur Marketing - Le Galec
- Marc Menasé, Sérial Entrepreneur Français, Business Angel et Founding Partner du fond d'investissement Founders Future
- Edouard de Miollis, précédemment Group Chief Expérience & Digital Officer - Groupe Louis Delhaize
- Amélie Poisson, Directrice Générale Adjointe - La Redoute
- Romain Roulleau, Directeur Marketing Digital et Client - Kingfisher France,
- Mickael Soleau, Chief Marketing & Digital Officer - Krefel NV
- Amandine De Souza, Directrice Générale - Le Bon Coin
- Mathieu Staat, Chief Omnichannel Officer - Groupe Printemps
- Fabien Versavau, PDG Rakuten France & Executive Officer - Rakuten Group,
- Justin Ziegler, Président - SAAS Partners
- Marie-Laure Cassé, Précédemment Directrice du Digital - Maisons du Monde

• Lisa Nakam



Diplômée d'un master de Distribution et Relation Client de l'université Paris Dauphine, Lisa Nakam a commencé sa carrière aux Etats Unis chez InterParfums, puis dans le Groupe Beaumanoir à Londres. C'est riche de ces expériences internationales qu'elle a ensuite rejoint l'entreprise familiale avec pour objectif de positionner la marque Jonak comme une référence dans la mode, tant au niveau du produit que de l'expérience client. Depuis 12 ans, Lisa Nakam articule la stratégie de Jonak comme la savante rencontre entre héritage et innovation.

- **Edouard Caraco**



Edouard Caraco est le co-fondateur & CEO de The Bradery. Diplômé de la London School of Economics, Edouard se lance dans l'entrepreneuriat dès l'âge de 18 ans avec son meilleur ami d'enfance Timothée Linyer. Après plusieurs créations d'entreprises, ils lancent ensemble The Bradery en 2018. 5 ans après sa création, The Bradery est devenue une référence e-commerce sur une cible jeune : 18-35 ans.

Lancement des candidatures pour la 5^{ème} édition du Village Startups

Espace dédié à l'innovation du retail et du e-commerce, le Village Startups met en lumière les sociétés les plus innovantes du secteur.

Stratégiquement situé au cœur de l'événement, il offre une visibilité unique auprès des +1000 annonceurs participant à l'événement, tous décideurs et porteurs de projets.

L'appel à candidatures pour cette édition est lancé. **Pour participer, les start-ups peuvent s'inscrire [via un formulaire](#) jusqu'au 1^{er} décembre 2023.**

Chaque dossier est ensuite étudié par le **Comité Éditorial qui sélectionne les 12 startups qui participeront** à One to One Retail E-Commerce.

A l'issue de deux sessions de pitches de 3 minutes pendant l'événement, **deux prix seront remis aux jeunes pousses les plus innovantes**, une véritable reconnaissance de l'industrie :

- **Le Prix de la Communauté**, récompensant la startup ayant obtenu le plus grand nombre de votes des participants de l'événement,
- **Le Prix du Comité**, récompensant la startup coup de cœur du Comité éditorial.

Lors de la précédente édition, le **Prix du Comité avait été remporté par Ekoo.**

Ekoo est la plateforme qui donne la voix aux commerces pour raconter l'histoire et les bénéfices de leurs produits. Les clients peuvent déposer des avis vocaux authentiques.

Quant au **prix de la Communauté**, récompensant la startup ayant obtenu le plus grand nombre de votes des participants, il avait été attribué à **CircularX.**

CircularX est une plateforme technologique SaaS permettant aux retailers et aux marques de créer une offre de Seconde Vie omnicanale pour capter la valeur du marché de l'occasion, acquérir et fidéliser leurs clients tout en s'inscrivant dans une démarche de durabilité. CircularX fournit une solution en marque blanche pour piloter la reprise, le reconditionnement et la revente de produits de toutes catégories.

Les acteurs majeurs du marché sont à One to One

142 partenaires ont déjà confirmé leur présence, parmi eux :



« Le salon m'a permis de faire la rencontre de nouveaux marchands, de mieux comprendre leurs enjeux et leurs besoins tout ça dans un cadre très agréable. Nous avons pu renforcer nos liens avec nos clients et échanger sur de nouveaux sujets. » - **Riskified**

« Le One to One Monaco est devenu l'événement incontournable pour tous les décideurs du marketing digital. » - **Captain Wallet**

One to One Retail E-commerce : le rendez-vous incontournable des décideurs du secteur

Les 12, 13 et 14 mars 2024, les leaders du retail e-commerce seront réunis à Monaco pour 3 jours de **Business**, des rendez-vous one to one ultra qualifiés ; d'**Inspiration**, avec des conférences animées par des speakers de renom apportant une vision prospective du marché, et de **Networking** entre pairs pour développer son réseau et partager ses expériences.

One to One Retail E-commerce est l'événement incontournable pour les porteurs de projets (les "invités") que sont les CEO, Directeur e-commerce, Directeur Digital... et les meilleurs fournisseurs de solutions (les "partenaires").

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