

RÉTAIL MORNING #6

MARDI 12
SEPTEMBRE 2023



IPG MEDIABRANDS

LA PART DU LION, ENTRE ATTENTION ET INFLATION

PROGRAMME

INTRODUCTION

Thomas Husson, VP Principal Analyst, Forrester Research

Interview d'ouverture :

COMMENT PRIMARK S'EST TAILLÉ LA PART DU LION ?

Christine Loizy, directrice générale, Primark France

Étude :

OÙ EN SONT LES FRANÇAIS ?

Dominique Levy, CEO, George(s)

Bruno Ricard, directeur général adjoint, 366

Conversation :

LES CENTRES COMMERCIAUX, BOUSSOLE DE NOS CENTRES D'INTÉRÊT

Salma Kharchafi, directrice marketing France & Belgique, Klépierre

Laurent Thoumine, Head of Retail, Fashion & Luxury Europe, Accenture

Point de vue :

LE POUVOIR D'ACHAT, AU CENTRE DU COMBAT

Pierre-Yves Larvor, directeur général adjoint, «150€»

Interview :

SECONDE MAIN, PREMIER CHOIX

Amandine de Souza, directrice générale, Leboncoin

Keynote :

LE PLUS DUR N'EST PAS D'ATTIRER L'ATTENTION MAIS DE LA RETENIR

Eric Troussel, directeur des relations externes de la BU Media, La Poste

Conversation :

RETOUR D'EXPÉRIENCE(S)

Julien Guagliardo, Sales Director France, Teads

Keynote :

LES MEILLEURES STRATÉGIES MÉDIA DU COMMERCE

Thomas Jamet, jury Cannes Lions 2023, CEO, Mediabrand

Débat :

LA BATAILLE DE L'ATTENTION, UN SUJET DE CRÉATION ?

Sandra Baldini, directrice marketing, RE-Fashion

Bastien Schupp, Senior Vice President, DS Automobiles

Keynote :

IA PAS PHOTO

Régis Langlade, Head of growth & marketing, UM

Interview de clôture :

LE ROI DE LA JUNGLE DU BIO

Pierrick de Ronne, président, BioCoop