

ONE TO ONE DIGITAL MARKETING BIARRITZ

Pour cette 8ème édition de One to One Digital Marketing Biarritz, les marques ont OSÉ !

Du 4 au 6 octobre dernier, se tenait à Biarritz la 8ème édition de One to One Digital Marketing. Cet événement unique en son genre a réuni les principaux acteurs du marketing : 3 jours de conférences inspirantes, de rendez-vous business entre marques et fournisseurs de solutions.

L'occasion de faire le point sur les dernières tendances et de trouver des solutions adaptées pour réinventer l'expérience client de demain.



Cette année, le thème fédérateur pour les invités et partenaires était :

OSONS L'EXPÉRIENCE CLIENT !

Le rendez-vous de l'audace. Celui de ceux qui osent explorer, de ceux qui cherchent à se laisser surprendre et inspirer, de ceux qui changent les règles pour créer les leurs : le rendez-vous des marques qui ne suivent pas, mais inventent.

Des chiffres qui positionnent #1to1Biarritz comme l'événement de référence en termes de marketing digital :

- + de 650 participants**
- + de 2000 rendez-vous**
- 320 décideurs marketing**
- 84 partenaires**
- 17 prises de parole**
- 3 keynotes**
- 24 ateliers**



Crédit photo : One to One Digital Marketing Biarritz @Mat Beaudet

L'événement qui se réinvente chaque année pour proposer la meilleure expérience possible à sa communauté, ne cesse d'attirer de nouveaux participants, preuve de son rayonnement et de la qualité des formats qui y sont proposés. Cette année, +50% nouveaux partenaires et +59% nouveaux invités !

“Après l'authenticité en 2021, l'audace s'est clairement imposée cette année à Biarritz. Et quelle édition ! Des partenaires au complet 6 mois avant l'événement, un record absolu de rendez-vous pour nos participants, des tops speakers visionnaires et inspirants à nous en donner des frissons et nous convaincre d'OSER... et surtout toujours ce même plaisir de retrouver la communauté autour de l'expérience client. Avec ce fil rouge, Osons l'expérience client, nous aussi avons voulu oser avec 3 nouveaux formats. Différenciants, plus courts et plus percutants, nous y avons vu s'engager des discussions fondamentales sur la diversité, la RSE, l'écologie et ses récits ou encore le métaverse et eu l'honneur d'accueillir des entrepreneurs et explorateurs engagés. Biarritz 2022, c'étaient 3 jours de Food for thoughts pour faire grandir l'expérience client !”



souligne Sonia Mamin, Directrice des événements One To One Retail E-commerce Monaco et Digital Marketing Biarritz chez COMEXPOSIUM

Retour sur les temps forts et les nouveaux formats : Cette année, de nouveaux formats étaient proposés aux participants.

TALKS : *des personnalités out of the box interprétant le thème OSONS pour bousculer, donner de la matière à penser :*

On retiendra parmi elles **Peggy Bouchet**, navigatrice inspirante sur l'importance de ne jamais renoncer ; **Laurence Devillers**, professeur en intelligence artificielle sur les enjeux éthiques et sociétaux autour des chatbots ; **Axel Dauchez**, fondateur de Make.org sur le marketing conversationnel, **Marc Obéron**, fondateur du Festival Cinema for Change sur l'audace ou encore **Charles Pépin**, philosophe et écrivain sur les vertues de l'échec.



FIRESIDE CHATS : *une discussion entre deux acteurs de l'expérience client pour comprendre et décrypter leurs vraies problématiques derrière les buzzwords du moment :*

De riches moments d'échanges et de partages, avec **Warner Bros et SNCF Voyageurs, Nature & Découvertes, Live Magazine, ou encore Printemps.com...**

OSEZ PITCHER ! : *10 minutes pour partager les bonnes pratiques en tant qu'entreprise responsable :*

Fanny Auger, (Directrice de la Marque Nature et Découvertes et nouvelle membre du comité éditorial de cette édition), **Céline Boudière** (Chief Marketing and Digital Officer, Meetic), **Annie Lichtner** (Directrice de MyDigitalWeek & Fondatrice de La Brigade Du Web, collectif d'influenceurs B2B), **Jérémy Lopes** (Responsable tendances et perspectives à l'ADN Studio), **Bruce Hoang** (Digital & Data Communication Director, Media & Social CRM – Orange France)... se sont relayés pour présenter leurs modèles.



KEYNOTES :

Côté **Tiktok**, **Arnaud Cabanis**, General Manager Global Business Solutions et **Fabien Le Roux**, Brand Strategy Lead échangeaient autour de l'expérience client sur la plateforme avec l'apparition du community commerce.

Sinch et son Sales Director **Matthieu Guerineau** étaient accompagnés de **Nespresso** pour présenter ensemble comment la plateforme permet de créer des conversations ultra-personnalisées dans le but de développer une relation client omnicanale.

Braze, en présence de **Magith Noohukhan**, Head Evangelist, proposaient une keynote en anglais sur la manière dont l'engagement des clients aide les marques à fidéliser leurs clients et à stimuler leurs activités

TIKTOK ET L'ANNONCE DE SON OFFRE BRANDED MISSION :

Arnaud Cabanis, General Manager Global Business Solutions de TikTok France, a profité de sa présence sur l'événement pour annoncer le déploiement en France de son **offre Branded Mission**.

Cet outil publicitaire permettra aux marques d'exploiter le contenu développé par des créateurs sur TikTok et de transformer les vidéos les plus performantes en publicités.

Pour cela, les marques pourront partager un brief auprès des créateurs afin qu'ils participent à la campagne. Une fois le contenu publié par ces créateurs, les marques pourront sélectionner leurs vidéos préférées et amplifier leur visibilité grâce à de l'achat publicitaire.



LE BEFORE EN PARTENARIAT AVEC L'ADN

Organisé le mardi matin avant l'ouverture officielle, le Before est un nouveau rendez-vous exclusif et privé, réservé à une vingtaine de décideurs. La conférence d'introduction permet dans un premier temps de dresser la « big picture » de 2 sujets sociétaux à fort impact business, avant que le groupe ne se scinde en deux ateliers distincts pour partager, comprendre, questionner et échanger autour de l'un des sujets présentés.

Pour sa première édition, le Before s'est articulé autour de deux thématiques, portées par des experts et journalistes de l'ADN.

L'ADN

Benjamin Bruel, journaliste nouvelles technologies à L'ADN et **Romain Saguy**, CRO de Coinhouse ont animé ensemble la conférence : faut-il débrancher Bitcoin ?

Quant à eux, **Guillaume Ledit**, directeur éditorial L'ADN Studio et **Nastasia Hadjadji**, journaliste indépendante économie numérique chez Cryptos, s'interrogeaient sur : faut-il détester le Woke ?

[Cliquez ici pour consulter la synthèse du before](#)

Trois jours de discussions sur la manière dont les marques interagissent, échangent, co-construisent avec leurs communautés pour réinventer l'expérience client. Cette édition, audacieuse, a rempli ses promesses :

Des sujets passionnants et des speakers passionnés, des marques engagées : alors OSONS !

Liste non exhaustive :

PRINTEMPS



MAKE.
ORG



PROCHAIN RENDEZ-VOUS DU 3 AU 5 OCTOBRE 2023

A propos de One to One Biarritz :

Créé en 2014, One-to-One Digital Marketing Biarritz est un événement COMEXPOSIUM / DG Consultants. Véritable accélérateur de business, One-to-One Digital Marketing Biarritz propose 3 jours de conférences, de rendez-vous business ultra qualifiés et de moments de networking dans le cadre incomparable de Biarritz. Il est devenu le rendez-vous incontournable de tous les acteurs de l'expérience client. <https://www.one-to-one-biarritz.com/>

À propos de Comexposium

Comexposium est l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public, organisant des événements B2B et B2BC dans le monde entier et couvrant de nombreux secteurs d'activité comme l'agriculture, la construction, la mode, le retail, la santé, les loisirs, l'immobilier, l'agroalimentaire, la sécurité, l'éducation, le tourisme et les comités d'entreprise. Présent dans plus de 30 pays, Comexposium accueille annuellement plus de 3,5 millions de visiteurs et 48 000 exposants. Avec un siège basé en France, Comexposium dispose d'un réseau commercial et de collaborateurs présents dans 20 pays.

AGENCE
14
SEPTEMBRE

Contacts presse :

14 Septembre

Laurie Giraud - 06 66 72 45 10

lauriegiraud@14septembre.com