



**ONE**<sup>TO</sup>**ONE**  
DIGITAL MARKETING

**DOSSIER DE PRESSE**

## Sommaire

### **1TO1**

En quelques mots	2
En quelques chiffres	3

### **1TO1 PEOPLE**

Le comité édito	5
-----------------	---

### **1TO1 PROGRAMME**

Déroulé des 3 jours	6
Zoom sur les plénières	7

### **1TO1 BUSINESS**

Écosystème partenaires	12
Workshops	13

### **1TO1 NETWORKING**

Quoi de neuf	15
Off	16

L'étude	18
Les décideurs présents	19

## One to One Digital Marketing Biarritz



### en quelques mots

En quatre éditions, One to One Digital Marketing Biarritz s'est différencié sur le marché des événements business, essentiellement grâce à son format ROIste et à la sélection de ses participants, tant du côté des invités que du côté des fournisseurs de solutions.

Cette année, pour la 5<sup>e</sup> édition, 700 professionnels du marketing digital, seront là pour multiplier leurs opportunités de business autour de projets concrets et de networking.

Les rendez-vous en « one to one » organisés en amont restent la colonne vertébrale de l'événement, et les agendas des partenaires comme ceux des invités seront plus denses ; la plateforme de « matchmaking » mise en place génère par exemple des recommandations en fonction des projets des annonceurs et des offres des fournisseurs de solutions.

Avec une journée supplémentaire en 2018, One to One Digital Marketing Biarritz, c'est aussi plus d'inspiration avec une 5<sup>ème</sup> conférence plénière, et toujours plus de moments dédiés aux rencontres entre pairs dans des ambiances et lieux aussi superbes qu'insolites : ne manquez pas cette année la désormais incontournable soirée basque Digit'Halles et la nouvelle soirée à l'Hôtel du Palais ★★★★★ privatisé et revisité façon « Urban Culture » pour l'occasion!

# One to One Digital Marketing Biarritz

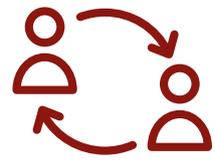
## en quelques chiffres

**3**  
JOURS

- + de rendez-vous
- + de business
- + de contenu
- + de networking
- + d'annonceurs



**+700**  
PARTICIPANTS



**+2000**  
RENDEZ-VOUS

**100%**  
DES INVITÉS  
ont des intentions  
d'investissement



**+400**  
INVITÉS en 2018

**98%**  
DE SATISFACTION  
globale sur la participation  
à l'édition 2017

**94%**  
DE SATISFACTION  
sur la qualité des partenaires  
rencontrés



**60**  
PARTENAIRES  
en 2018

**96%**  
DE SATISFACTION  
globale sur la participation  
à l'édition 2017

**96%**  
DE SATISFACTION  
sur la qualité des invités  
rencontrés

# One to One people

## Le comité édito



**Sophie Ak-Gazeau**  
VP Southern Europe Hub  
Meetic / Match Group Europe



**David-Bernard Bret**  
Directeur stratégie marketing  
Eurosport



**Fabienne Blanquart**  
Directrice marketing  
stratégique & études  
Groupe Canal Plus



**Benoit Bouffart**  
Directeur produits  
& innovation  
Oui.SNCF



**Sylvain Caubel**  
Directeur de la  
communication,  
digital et CRM  
Béaba



**Hélène Chartier**  
Directrice générale  
SRI



**Paul Choppin de Janvry**  
Directeur marketing  
et communication  
Groupon



**Julie Dardour**  
Global digital manager  
Lancaster



**Carole Ginda**  
Digital Director  
Electrolux



**Adrien Guerra**  
Directeur marketing  
et communication  
France-Benelux  
Bandai Namco Entertainment



**Bruce Hoang**  
Digital & Data Communication  
Director  
Orange France



**Nathalie Hoffherr**  
Head of Digital marketing  
BIC



**Olivier Laborde**  
Innovation & Digital  
Transformation Leader,  
auteur  
Natixis Assurances

«Ce comité permet d'échanger sur les sujets digitaux actuels mais surtout de parler des bons sujets avec le bon format pour capter un maximum d'attention. Nous avons eu une vraie collaboration transversale avec différents profils et entreprises ce qui permet de bien couvrir les besoins de l'ensemble des participants.»

«... un panel assez large de responsables marketing : grande conso, marché plus niches, pure players, b2b, sociétés internationales ou locales... Des sujets ressortent clairement du lot, d'autres sont plus débattus, dans tous les cas nous espérons que ces échanges constructifs permettront à tous les visiteurs de ces rencontres de trouver des réponses aux questions qui les intéressent ou qui les préoccupent plus particulièrement.»

«Une grande qualité d'écoute et d'ouverture avec la volonté de creuser les sujets digitaux du moment tout en évitant les buzz topics et les déjà vus»



**Renaud Menerat**  
Président  
MMA



**Gilles Pacault**  
Vice-président délégué  
Prodimarques



**Pierre Penneç**  
Director of Innovation in  
Solutions & Marketing Tools  
E-Commerce  
Accor



**Ghita Taoujni**  
Directrice marketing  
numérique et data  
France Télévisions

## Déroulé des trois jours

### MERCREDI

10 OCTOBRE 2018

9h30

Accueil des participants

11h00

Plénière d'ouverture

**La créativité, boîte secrète de l'excellence marketing**

12h30

Déjeuner au Casino de Biarritz

**webedia.**  
ENGAGING AUDIENCES WITH PASSION

14h00

Workshops

et rendez-vous One to One

18h15

Plénière

**Master Class Dominique Farrugia**

20h30

Soirée Networking

aux Halles de Biarritz

### JEUDI

11 OCTOBRE 2018

8h30

Accueil des participants

9h30

Workshops

et rendez-vous One to One

11h30

Plénière

**Brandvocracy & KPI**

12h30

Déjeuner au Casino de Biarritz

avec **webedia.**  
ENGAGING AUDIENCES WITH PASSION

Tables annonceurs



14h30

Workshops

et rendez-vous One to One

18h15

Keynote Sanrio (Hello Kitty)

**La créativité, ce 'Golden ticket' du business et de la notoriété trop souvent oublié...**

20h30

Soirée à l'Hôtel du Palais

avec **Acquia**  
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

### VENDREDI

12 OCTOBRE 2018

8h30

Accueil des participants

9h30

Workshops

et rendez-vous One to One

11h30

Plénière One to One Voice

**L'audio est-il en train de challenger la vidéo sur le terrain de l'expérience client ?**

12h30

Déjeuner au Casino de Biarritz

avec **webedia.**  
ENGAGING AUDIENCES WITH PASSION

Tables annonceurs



14h30

Rendez-vous One to One

17h00

Fin de l'événement

# Zoom sur les plénières

## PLÉNIÈRE D'OUVERTURE

MERCREDI 10 OCTOBRE • 11h00

# La créativité au cœur de l'excellence marketing



**Thomas Husson,**  
VP Principal Analyst,  
Marketing & Strategy  
**FORRESTER**

### Talk Forrester

En préambule de ces 3 jours riches en business, en networking et en inspiration, Forrester présentera en exclusivité un digest des tendances marketing et digitales.



**Nicolas Jaimés,**  
Journaliste  
**JDN**  
JOURNAL DU NET

### Table ronde

Le fond et la forme poursuivent depuis plusieurs années une course effrénée. D'abord vers la performance, puis vers la qualité. Aujourd'hui, le niveau technologique sur lequel les marques s'appuient est tel qu'il n'est même plus posé comme une problématique : quel que soit l'objectif, le moyen existe. Pour se démarquer, la question qui doit se poser est celle de la créativité, celle qui permet de produire des contenus toujours plus pertinents et de stimuler l'innovation.

Avec

**Sophie Ak Gazeau**

VP Southern Europe Hub | MEETIC

**David-Bernard Bret**

Directeur Stratégie Marketing | EUROSPOORT

**Adrien Guerra,**

Directeur Marketing et Communication France-Benelux | BANDAI NAMCO

**Bruce Hoang,**

Digital & Data Communication Director | ORANGE

## KEYNOTE #CONTENT

MERCREDI 10 OCTOBRE • 18h15

# Masterclass Dominique Farrugia

Une discussion avec Alice Vachet, passionnée de digital, dont le leitmotiv ambitieux est parfaitement ancré dans cette édition 2018 de One to One Biarritz :

**« Créer pour se démarquer. Oser pour briller. »**

Le bon message, la bonne personne, le bon moment... on sait faire, et les consommateurs sont aujourd'hui éduqués aux contenus sur-mesure, cela ne suffit plus. Bienvenue dans l'ère de l'écosystème de contenu! Celui qui fait cohabiter dans un cercle vertueux le physique et le digital, le gratuit et le payant, le média traditionnel et les nouveaux entrants, le management collaboratif et le marketing participatif..

Pendant cette Master Class, Dominique Farrugia nous fera partager sa vision de la conception et de la production de contenus originaux ; grâce notamment à sa double «casquette» de réalisateur-producteur et délégué général adjoint de Productions de StudioCanal.



Directeur général adjoint des productions de la filiale cinéma de Canal +, réalisateur et producteur incontournable, il est en charge de l'accompagnement des productions françaises adaptables à l'étranger.

En 1997, il fonde la chaîne du câble et du satellite Comédie et y découvre notamment Les Robins des Bois. En 2002, il devient directeur général délégué à l'antenne et aux programmes de Canal+, puis président de la chaîne, d'avril 2002 à février 2003. À ce jour, il est le seul assistant à être devenu président de Canal+!

# TABLE RONDE #INFLUENCE

## Brandvocacy & Kpi

JEUDI 11 OCTOBRE • 11h30



**Emmanuel Charonnat,**  
Directeur et Rédacteur  
en Chef de CB Expert



Le marketing d'influence prend de plus en plus de place dans les stratégies des annonceurs. S'appuyer sur les influenceurs pour développer sa notoriété et engager ses clients est aujourd'hui une priorité incontournable.

Si le choix de macro-influenceurs, célébrités ou personnalités reconnues pour représenter sa marque semble simple, c'est surtout la stratégie à développer pour s'appuyer sur les micro-influenceurs qui aujourd'hui pose débat. Et c'est d'autant plus important que l'image authentique renvoyée par ces derniers répond à la recherche de sens et de valeur des consommateurs. Quels sont les bons usages? les bons outils? les bonnes stratégies?

Avec

**Alexandre Malsch**

Global Digital Brand Manager | Quicksilver & Roxy

**Sylvain Caubel**

Directeur de la Communication, Digital et Crm | BEABA

**Nathalie Hoffherr**

Head of Digital marketing | BIC

**Paul Choppin de Janvry**

Head of Digital marketing | GROUPON



Alexandre Malsch s'est fait connaître en co-fondant Melty, le site au contenu créatif pensé par et pour les Millenials. Il travaille aujourd'hui pour le compte de Quicksilver et Roxy, marques pour lesquelles il dirige l'image de marque sur les supports digitaux.

## KEYNOTE #BUSINESS

JEUDI 11 OCTOBRE • 18H15

# La créativité, ce « Golden ticket » du business et de la notoriété trop souvent oublié...

**Le processus de création semble devenir l'essence du business au sein des stratégies marketing : sans créativité, comment une marque peut-elle espérer être différenciante et créer de la notoriété ?**

Avec Daisuke Otake, cette plénière racontera notamment le cas de Sanrio, la compagnie japonaise qui conçoit, licence et produit une série de produits inspirés de la culture populaire japonaise. Notamment le personnage d'Hello Kitty, qui est vendu dans le monde entier. Depuis le 1<sup>er</sup> copyright en 1976, au catalogue de 22 000 produits dérivés aujourd'hui, en passant par sa nomination en tant qu'ambassadeur pour l'UNICEF en 1983, comment une société se différencie et crée une notoriété à travers des processus créatifs systématiquement renouvelés...

Le business a décidément tout à voir avec la créativité...

**Daisuke OTOBE ,**

Chief Adviser Marketing Strategy, SANRIO (Hello Kitty)

Chief Marketing Officer passé par Danone, Unilever, Nissan et plus récemment Shiseido, Daisuke Otake est PDG de Coup Marketing Company Inc. et conseiller en stratégie marketing pour Sanrio Co., Ltd (Hello Kitty).

En 2016, il est récompensé par un « CMO Award » décerné par CNet Japan ; Directeur de la Japan Marketing Academy, il est aussi l'auteur du livre « Pourquoi les stratégies font la différence ? », sur la stratégie marketing.

## PLÉNIÈRE DE CLÔTURE

VENDREDI 12 OCTOBRE • 11H30

Le track qui vous permet  
d'imaginer la voix autrement !



**Selon une étude menée par Havas, 91% des français consomment des contenus audio.**

Du succès des services de streaming musical et des podcasts à la multiplication des assistants musicaux, l'audio serait-il en train de challenger la vidéo sur le terrain de l'expérience client ? Actu, culture, programmes originaux... l'audio change de voix avec le #podcast!



### 20" pour la #marque

La voix : la techno que les marques n'avaient pas vu venir

**Loïc Cessot**

Creative Innovation Leader  
Associate Director Productman



### 20" pour le #podcast

Actu, culture, programmes originaux... l'audio change de voix avec le podcast !

**Gabrielle Boeri-Charles**

Co-fondatrice et directrice générale  
Binge Audio

# Écosystème partenaires

## MOBILE MARKETING / MOBILE WEBSITE & APP

1000 MERCIS  
AD4SCREEN  
ADICTIZ  
BMOBILE-DARTAGNAN  
DOLMEN  
GAMELOFT ADVERTISING  
SOLUTIONS  
MOBSUCCESS  
MOZOO  
ORANGE ADVERTISING  
SINGLESLOT  
SUBLIME  
USERADGENTS  
WAZE

## AUDIENCE TARGETING / RETARGETING

1000 MERCIS  
3W.RELEVANC.  
ADLPERFORMANCE  
ADMO.TV  
ALLO MEDIA  
ALTIMA - ACCENTURE  
INTERACTIVE  
AVIS VERIFIES  
DOLEAD  
EFFILAB  
ESV DIGITAL  
EULERIAN TECHNOLOGIES  
IADVIZE  
INTEGRAL AD SCIENCE  
JVWEB  
KAMELEON  
KAMP'N  
LIVE DATA SOLUTIONS  
ORACLE  
ORIXA MEDIA  
PERSADO  
QUANTCAST  
R-ADVERTISING  
RAKUTEN MARKETING  
SALECYCLE  
SINGLESLOT  
VUBLE  
WEBEDIA  
WIZALY

## RELATIONAL MARKETING

ADLPERFORMANCE  
ALLO MEDIA  
ALTIMA - ACCENTURE  
INTERACTIVE  
AVIS VERIFIES  
BMOBILE-DARTAGNAN  
DOLMEN  
DR. BANNER  
EFFILAB  
GROUPE TEAMINSIDE  
HOOTSUITE  
IADVIZE  
IBM FRANCE  
KAMELEON  
KAMP'N  
LIVE DATA SOLUTIONS  
MARKETO  
MAZEBERRY  
MILKY  
NOMINATION  
NOTIFY  
ORACLE  
ORIXA MEDIA  
PERSADO  
QUALIFIO  
REPUTATION.COM  
SALECYCLE  
SELLIGENT MARKETING  
CLOUD  
SPRINKLR  
TOKYWOKY

## PROGRAMMATIC / AD SERVING

1000 MERCIS  
3W.RELEVANC.  
ADMO.TV  
CONVERTEO  
DR. BANNER  
ESV DIGITAL  
GAMELOFT ADVERTISING  
SOLUTIONS  
INTEGRAL AD SCIENCE  
LIGATUS  
MOBSUCCESS  
MOZOO  
ORANGE ADVERTISING  
ORIXA MEDIA  
QUANTCAST  
R-ADVERTISING  
RAKUTEN MARKETING  
RHYTHMONE  
SUBLIME  
VUBLE  
WAZE  
ZEBESTOF

## CONTENT MARKETING / BRAND CONTENT / MULTI-CHANNEL NETWORKS

ACQUIA  
ADICTIZ  
AKENEO  
AVIS VERIFIES  
GROUPE TEAMINSIDE  
LIGATUS  
MARKETO  
MILKY  
PITCHY  
QUALIFIO  
RHYTHMONE  
SPOKING POLLS  
SPRINKLR  
TOKYWOKY  
USERADGENTS  
WEBEDIA

## ADVERTISING AGENCIES / ADNETWORKS

3W.RELEVANC.  
AD4SCREEN  
ADICTIZ  
DOLEAD  
DR. BANNER  
EFFILAB  
ESV DIGITAL  
GAMELOFT ADVERTISING  
SOLUTIONS  
INTEGRAL AD SCIENCE  
KAMP'N  
LIGATUS  
MOZOO  
ORIXA MEDIA  
R-ADVERTISING  
SUBLIME  
VUBLE

## DATA MARKETING

DOLMEN  
EULERIAN TECHNOLOGIES  
IBM FRANCE  
MAZEBERRY  
NOMINATION  
NOTIFY  
RHYTHMONE  
SINGLESLOT  
WIZALY

## RESEARCH / CONSULTING

CONVERTEO  
GROUPE TEAMINSIDE  
SPOKING POLLS  
WIZALY

## INFLUENCE MARKETING

MILKY  
PITCHY  
R-ADVERTISING  
REPUTATION.COM  
RHYTHMONE  
SPRINKLR  
WEBEDIA

## PREDICTIVE MARKETING

ADLPERFORMANCE  
LIVE DATA SOLUTIONS  
NOTIFY  
QUANTCAST  
ZEBESTOF

## INTERACTIVE AGENCY / WEB DESIGN

USERADGENTS

## Les ateliers

Best cases, témoignages clients... les ateliers sont des réponses concrètes aux problématiques du marché.

# MERCREDI

10 OCTOBRE 2018

🕒 14h00  
🏠 ADOUR

### JVWEB

Comment optimiser Google et Facebook Ads comme un expert de l'agence JVWEB, le tout illustré par des cas clients

Jonathan VIDOR, Président, JVWEB  
Maël BARTHELEMY, Strategic Partnership Manager, GOOGLE

🕒 16h00  
🏠 ADOUR

### SUBLIME

Comment concilier branding et performance en multi-device ?

Jérôme MARÉCHAL, Managing Director France, SUBLIME

🕒 14h00  
🏠 NIVE

### CONVERTEO

La transparence de l'achat media passe-t-elle par l'internalisation ?

Guilhem BODIN, Senior Manager, CONVERTEO  
Rassem BELHOUADJEB, Responsable Marketing Digital - Acquisition Groupe La Poste  
Stéphanie CHAPLAIN, Responsable Acquisition Digitale, Direct Energie

🕒 16h00  
🏠 NIVE

### MILKY

Social Media : tout change, rien ne change

Camille FAURE, Directeur / Délégué - Général / Régional, MILKY

🕒 15h00  
🏠 ADOUR

### ALLO MEDIA

Améliorer l'expérience client grâce à la donnée contenue dans les conversations téléphoniques.

Romain SAMBARINO, CEO, Founder, ALLO MEDIA  
Frédéric DANIEL, COO ALLO MEDIA

🕒 17h00  
🏠 ADOUR

### MAZEBERRY

5 conseils pour utiliser les résultats d'attribution dans votre plan media

Romain BAERT, Co-founder & Head of Solution Consultants, MAZEBERRY

🕒 15h00  
🏠 NIVE

### DOLMEN

De l'embasement au drive to purchase : le marketing local au service de votre stratégie centrale.

David GODEST, CEO, DOLMEN

🕒 17h00  
🏠 NIVE

### PERSADO

Une IA qui pese ses mots pour des campagnes plus performantes et plus pertinentes!

Hani RAMZI, Managing Director France, PERSADO

# JEUDI

11 OCTOBRE 2018

🕒 9h30  
🏠 ADOUR

## ALTIMA° PART OF ACCENTURE INTERACTIVE

Data & performance digitale chez Ubisoft

**Perrine DEWALLY**, Digital Marketing Manager, ALTIMA° PART OF ACCENTURE INTERACTIVE  
**Clément TARDY**, ecommerce conversion manager, UBISOFT

🕒 15h30  
🏠 ADOUR

## QUALIFIO

Les dernières techniques de marketing viral et de collecte de données 'RGPD-friendly' : 15 success stories de grandes entreprises européennes.

**Jimmy BLEUZE**, Country Manager France, QUALIFIO

🕒 9h30  
🏠 NIVE

## 1000 MERCIS

DMP : découvrez enfin comment rentabiliser votre DMP!

**Pascale BUÉ**, CRM display product Director, 1000 MERCIS  
**Yann LACHESNAIS**, Directeur de communication et de marketing digital, Sofinco

🕒 15h30  
🏠 NIVE

## REPUTATION.COM

Améliorer l'Expérience Client Grâce à une Gestion Intégrée de la Réputation en Ligne de Votre Entreprise

**Mimoun KHALLOUFI**, Directeur / Responsable Commercial  
REPUTATION.COM

🕒 10h30  
🏠 ADOUR

## HOOTSUITE

Médias sociaux : usages, enjeux et défis pour les entreprises françaises en 2018

**Catherine ZAMORA BARBOSA**, Marketing Specialist SER, HOOTSUITE  
**Clara LESAULNIER**, Social Media Manager Europe, MEETIC

🕒 16h30  
🏠 ADOUR

## AKENEO

L'information produit, vecteur essentiel de l'identité de marque en multicanal

**Valérie DESBORDES**, Directrice commerciale, Akeneo  
**Hervé HUBERLANT**, DSI, CORA Benelux

🕒 10h30  
🏠 NIVE

## ORIXA MEDIA

Découvrez comment Wall Street English a développé ses performances publicitaires en acquisition digitale sur le Search marketing par l'utilisation des 3A?

**Fabrice CUIGNIEZ**, PDG - DG - Gérant, ORIXA MEDIA  
**Gonzague DRION**, CEO, ORIXA MEDIA

🕒 16h30  
🏠 NIVE

## ALTIMA° PART OF ACCENTURE INTERACTIVE

Content leadership : too strategic to be shared

**Martial VIUDES**, Managing Director, ALTIMA° ACCENTURE INTERACTIVE

🕒 14h30  
🏠 ADOUR

## GAMELOFT ADVERTISING SOLUTIONS

La gamification au service de l'engagement : comment les marques peuvent-elles tirer profit des mécaniques de jeu pour impliquer les consommateurs de manière significative?

**Cola SAUER**, Head Of Sales, Gameloft Advertising Solutions  
**David MOSER**, Brand Operations Manager Gameloft Advertising Solutions

🕒 10h30  
🏠 NIVE

## USERADGENTS

5 best practices pour concevoir un service vocal

**Solange DERREY**, Directrice du Pôle Trenwatchers et de la Communication, USERADGENTS  
**Hugo SUBIL**, Responsable Business Développement, USERADGENTS

🕒 14h30  
🏠 NIVE

## IBM FRANCE

Le marketing fondateur de l'expérience client, mise sur la mobilité

**Olivier BOREL**, Watson Marketing Software, France Business Leader, IBM FRANCE  
**Guillaume ARTHUR**, Technical Sales Manager, IBM Watson Marketing, IBM FRANCE

# VENDREDI

12 OCTOBRE 2018

# Quoi de neuf sur One to One Digital Marketing Biarritz



## Le One to One Off



Un programme de networking complétant parfaitement les rendez-vous « one to one ». Soirées aux thématiques très fortes, entraînements avec les joueurs de rugby du Biarritz Olympique, séances de running, découverte de la pelote basque, etc... Ces « social events » permettent aux participants de multiplier les occasions d'échanger dans le contexte très convivial et authentique de Biarritz.

## Les One to One Connect



Des déjeuners réunissant les annonceurs ayant le même type de projets sont intégrés à l'agenda cette année. Régulièrement réunis autour de leurs thématiques verticales (mode/beauté, banque/assurance ou encore transport et tourisme), les représentants des plus belles marques maîtrisent parfaitement les problématiques de leur secteur mais ils recherchent aussi la transversalité. Comme la vraie richesse réside dans le partage d'expériences, ces déjeuners seront autant d'occasions supplémentaires.

## Soirée Digit'Halles

espace networking  
au Bellevue

Pelote basque

Surf

Running et initiation au rugby  
avec les joueurs du BO

**Golf**

Soirée Urban Culture au Palais

Tout au long des trois jours, les participants ont la possibilité d'identifier leurs interlocuteurs pour faciliter les rencontres grâce à de nombreux outils : le trombinoscope, des codes couleurs sur les badges, des bracelets connectés (blanc pour les invités et rouge pour les partenaires) et un chat déployé sur l'application de l'événement.

# ONE<sup>TO</sup>ONE OFF

11 et 12 octobre, de 7h30 à 8h30

## le Réveil Tonique

*sur la Grande Plage de Biarritz*

**2 séances d'initiation au rugby** avec les anciens joueurs du Biarritz Olympique : Christophe Lamaison, Julien Saubade, Jean-Baptiste Peyras-Loustalet, Shaun Hegarty, Brendon Hegarty,...

Ils partageront leur passion et initieront les participants aux bases de ce sport roi au Pays Basque. Ne manquez pas le Haka avec le Néo-Zélandais Nick Marshall !

**2 séances de running** le long de la côte basque encadrées par Olivier Rieg, 3 fois champion de France avec le Biarritz Olympique et préparateur physique reconnu internationalement

10, 11 et 12 octobre  
**Déjeuners au Casino**

10 octobre, 20h30

### La Soirée Digit'Halles

Pour vous proposer une soirée inédite aux accents basques, One to One Biarritz a privatisé les iconiques Halles de Biarritz, pour un networking savoureux et original à base de dégustations sur les étals des marchands et producteurs locaux, et de txaranga !



11 octobre à 20h30

### La Soirée Urban Culture à l'Hôtel du Palais

Au jeu des contraires, prenez la soirée du 11 octobre ! Le palace de Biarritz s'offre un bain de culture urbaine avec des rampes de skate, des breakdancers, du graff,... Transformation et étonnement garantis !



12 octobre, de 14h30 à 17h00

## Activités basques

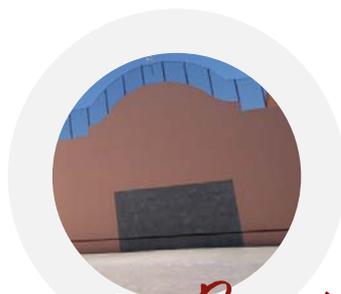
Pour la dernière demi-journée, vous pouvez compléter votre planning de rendez-vous en profitant de la région : initiation à la pelote basque, sessions de golf ou encore découverte de la côte en vélo électrique...

*Découverte de la côte en*



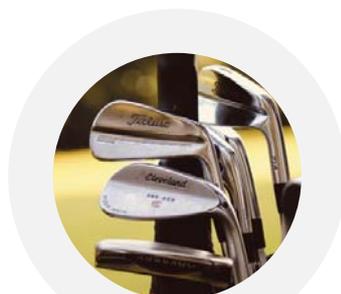
*vélo électrique*

*Initiation à la*

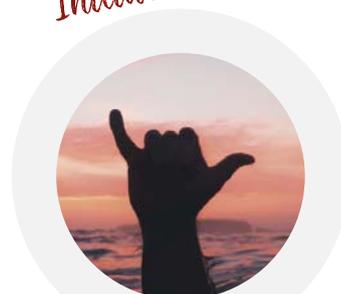


*Pelote Basque*

*Initiation au*



*Golf*



*Surf*

Et tous les jours au Bellevue

*massages et glaces plantxa sur l'espace networking !*

## L'étude

Thomas Husson, Vice-Président et analyste principal chez Forrester, interviendra en ouverture pour résumer les principales tendances marketing et digitales attendues d'ici 2020. Voici quelques extraits des thématiques et des données qu'il partagera en avant-première :

FORRESTER®

Les résultats du Baromètre France 2017 de l'expérience client « Customer Experience Index » étaient déjà sans appel à la fin de l'année dernière : là où 31 % des consommateurs anglais et 17 % des consommateurs allemands considèrent que les marques délivrent une bonne expérience client, les consommateurs français sont moins de 1 % ! Je dévoilerai en avant-première à Biarritz les résultats 2018 mais je crains que peu de marques françaises n'aient progressé. Ce retard s'explique en partie par le fait que l'expérience client n'est pas encore une vraie discipline d'entreprise en France. C'est d'ailleurs en France que l'on constate le plus faible taux de responsables marketing qui se disent en charge de l'expérience client : 31 % contre 45 % en moyenne en Europe. L'autre facteur explicatif est celui de l'absence d'évolution organisationnelle et culturelle profonde au sein des entreprises françaises. C'est pourtant le facteur le plus important de la transformation numérique et les modes de management freinent le changement d'état d'esprit, la mue des organisations et la rapidité d'évolution requise à l'ère numérique.

Pourtant l'usage et l'innovation sont bien au rendez-vous. Les usages des consommateurs français continuent d'évoluer rapidement et ils sont de plus en plus nombreux à utiliser les réseaux sociaux et les applications de messagerie : 48 % d'entre eux utilisent Facebook Messenger au moins une fois par semaine, contre 26 % pour WhatsApp et 21 % pour Snapchat. Sur une cible 18/29 ans, l'écart se resserre significativement avec respectivement 68 %, 34 % et 56 % d'usage hebdomadaire. Si l'usage des chatbots est encore restreint, le taux d'équipement en assistants vocaux connectés progresse et se stabilise à 6% avant les fêtes de fin d'année. Les marques se préparent activement à interagir avec leurs consommateurs sur ces nouvelles interfaces conversationnelles et près de 2/3 d'entre elles pilotent actuellement des projets de chatbots ou d'assistants vocaux ! Nous sommes certes encore loin d'un vrai marketing conversationnel, alimenté par le machine learning, où la marque aurait un dialogue authentique avec ses clients. Les avancées de l'intelligence artificielle nous y amèneront progressivement dans les années qui viennent, mais pour l'heure, les cas d'usage marketing de l'intelligence artificielle se limitent pour l'essentiel à l'achat média programmatique et dans une bien moindre mesure à la personnalisation de mail ou de sites web, et à un début d'automatisation des campagnes marketing. Les directeurs marketing devraient s'y préparer davantage, car l'IA à terme va profondément modifier les organisations marketing en créant de nouvelles fonctions et en permettant de se concentrer sur ce qui fait la valeur de la stratégie d'une marque : **sa créativité et sa capacité à délivrer une expérience personnalisée.**

# Les décideurs présents

## Les plus grandes sociétés françaises représentées !

64 • ACCORHOTELS • AGROSERVICE 2000 • AIR CORSICA • AIR FRANCE • AIR TRANSAT • ALES GROUPE • ALLIANZ • AMALINE ASSURANCES (AMAGUIZ) • AMERICAN EXPRESS • ANTARGAZ • APTUS HEALTH • ATID CONSULTING • AVENUE DES VINS • AXA • AXA BANQUE • BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT FRANCE • BANQUE CASINO • BANQUE CIC • BATIWEB • BAYARD PRESSE • BEABA - RED CASTLE • BECQUET • BELLE ET BIO • BEMOBI LA POSTE • BERNARD MAGREZ • BEST DRIVE • BHV MARAIS • BIC • BJORG, BONNETERRE ET COMPAGNIE • BLIZZARD ENTERTAINMENT • BOARDRIDERS • BOOSTHEAT • BOULANGER • BOUYGUES TELECOM • BRANDALLEY • BRANDT • BRASSERIES KRONENBOURG • BURGER KING • BYMYCAR • CAFPI • CANAL PLUS • CARNET DE VOL • CARREFOUR • CASE FOR YOU • CASTEX • CDISCOUNT • CHAMBRE RÉGIONALE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT • CLARINS • CLUB MED • COLUMBIA • COMEXPOSIUM • COMPAGNIE DES ALPES • CORA BELGIQUE • COTY INC • CREDIT AGRICOLE • CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE • CRESCENDO RESTAURATION • CULTURA • DAMART ENSEIGNE JOURS HEUREUX • DASSAULT SYSTEMES - HOMEBYME • DECATHLON SA • DELHAIZE • DÉPÊCHE EVENTS / FILIALE ÉVÉNEMENTIELLE DU GROUPE LA DÉPÊCHE DU MIDI • DEVIALET • DIGIT RE GROUP • DIRECT-ENERGIE • DISTRI ARTISANS • DJO FRANCE • DOME PHARMA • DOMOTELEC • DOMOTI - TEMPS L • DUCASSE PARIS • EASYVOYAGE • EDITIS GROUP • EKORNES - STRESSLESS • ELECTRO DEPOT • ELECTROLUX • ELIOR • EMMA & CHLOE • ESSENTIAL PHONE • ESSILOR • EUROSPORT • EXCO • FLEURY MICHON • FLEUX • FRANCE ALZHEIMER • FRANCE TÉLÉVISIONS • FRIZBIZ • GALERIES LAFAYETTE • GALWAYS - MON MAGASIN GENERAL • GAMM VERT / PLANTES ET JARDINS • GMF • GOOGLE • GRANDSVINS-PRIVES.COM • GRIMBERGEN • GROUPAMA • GROUPE ETCHART • GROUPE LABEYRIE FINE FOODS • GROUPE PIERRE ET VACANCES - PV CP DISTRIBUTION • GROUPE ROYER • GROUPE YVES PONROY • Groupon • GYMLIB • HAVANA CLUB • HUMENSIS • ILEC • IMEDIACENTER - AUCHAN • INSTITUT ARNAUD • INTERFLORA • INTERSPORT • IPAG BUSINESS SCHOOL • JE CHANGE • JULES • KIABI • KIDILIZ GROUP • KUSMI TEA - ORIENTIS • LA FRANCAISE DES JEUX - FDJ • LA POSTE • LA REDOUTE • LABORATOIRES AUVEX • LABORATOIRES EXPANSCIENCE • LABORATOIRES LEBEAU • LACOSTE • LAFOURCHETTE • LAMIE MUTUELLE • LE SLIP FRANCAIS • LEROY MERLIN • LIGHTONLINE • LINVOSGES • L'OCCITANE • LOGIC IMMO • L'ORÉAL • LOUIS VUITTON • LULLI SUR LA TOILE • LUNCHR • M POUR TOUJOURS • M6 BOUTIQUE (HOME SHOPPING SERVICE) • MAXI TOYS • MEETIC • MICROSOFT • MONOPRIX • MOUSQUETAIRES/ INTERMARCHÉ • MSC CRUISES • MUTUELLE APREVA • NATIXIS • NEREIDES DISTRIBUTION • NEXITY • NIKON • NRJ • NUXE • OLIVER'SSTORES • OLLY GAN • OLYMPIQUE LYONNAIS • ORANGE • ORCHESTRA • OUI.SNCF • PATATAM • PERFETTI VAN MELLE • PETIT BATEAU • PIERRE-FABRE • PSA • QUICKSILVER EUROPE • RELAIS & CHÂTEAUX • RENAULT • RENAULT-TRUCKS SAS/ VOLVO GROUP • ROBIN'FINANCE • ROSTAING • SALOMON • SAMSUNG • SANDRO • SAS JARDINDECO • SEB • SECTION PALOISE • SFR • SHISEIDO EMEA • SIDER • SNAPCAR • SO WEE • SOFRADIR • SOLOCAL • STORES DISCOUNT • SUEZ GROUPE • SUSHI SHOP • SYMAG • SYNDICAT DES RÉGIES INTERNET • TENDANCES DÉCO • THOMAS COOK • TOTALE REGIE • TRANSAVIA • TRAVELSKI • UBISOFT EMEA • ULIS • UN JOUR AILLEURS • VAAP - FILE DANS TA CHAMBRE • VENTADIS • VEOPRINT • VERISURE • VINATIS • VIRBAC • VOLCOM • VOYAGES RIVE GAUCHE • VOYAGES-SNCF • WANIMO • WEBER • WEEKENDESK • WIKICAMPERS • WIKO • WRUNG DIVISION • XYLEM WATER SOLUTIONS • YOUPIJOB • YVES ROCHER

LISTE NON EXHAUSTIVE



#1to1Biarritz

Centre de Congrès Le Bellevue - Biarritz  
Du 10 au 12 octobre 2018

[www.imedia-summit.fr](http://www.imedia-summit.fr)

**Contact Presse**

Carine Lennuyeux – [carine.lennuyeux@rp-aucarre.com](mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com) - Tel. +33 (0)6 84 10 73 02

**A propos de One to One Digital Marketing Biarritz**

Créé en 2014, One to One Digital Marketing Biarritz est un événement COMEXPOSIUM. Véritable accélérateur de business, One to One Digital Marketing Biarritz 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.

**A propos de Comexposium :**

Comexposium est l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public, organisant plus de 132 événements B2B et B2C dans le monde entier couvrant de nombreux secteurs d'activité et notamment l'agroalimentaire, l'agriculture, le commerce et la distribution, le e-commerce, la mode, la sécurité, le digital, la construction, le high-tech, l'optique, l'éducation, la santé et les transports. 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 regroupe aujourd'hui près de 880 employés, répartis dans 17 pays: Allemagne, Australie, Canada, Chine, Danemark, Emirats Arabes Unis, Espagne, États-Unis, Hong Kong, Inde, Indonésie, Japon, Mexique, Royaume-Uni, Singapour et Suède. Comexposium se positionne comme un créateur d'échanges et de rencontres entre les individus et le business.

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