



IA x Expérience Client

COMMUNIQUE DE PRESSE

10 octobre 2025

Bilan – One to One IA x Expérience Client 2025

Biarritz, du 30 septembre au 2 octobre 2025

Une édition 2025 placée sous le signe de l'innovation et de l'humain

La 11^e édition du **One to One IA x Expérience Client** a une nouvelle fois rassemblé à Biarritz l'écosystème de référence de l'intelligence artificielle et de la relation client.

L'événement, qui s'est tenu à guichets fermés, a confirmé son statut de **rendez-vous incontournable pour les décideurs du marketing digital et de l'expérience client**. Ils se sont réunis pendant trois jours pour partager leurs expériences, leurs visions et leurs solutions autour d'un même objectif : faire de l'IA un **levier concret d'amélioration de l'expérience client et de transformation positive des entreprises**.

Ce cru 2025 s'est également distingué par son **atmosphère alliant convivialité, écoute et curiosité**, et sa capacité à **faire dialoguer innovation, inspiration et passage à l'action**.

[RETROUVEZ LES PHOTOS DES 3 JOURS](#)

Les chiffres clés du One to One IA x Expérience Client 2025

3 jours

460 décideurs

113 sociétés partenaires

10 startups sélectionnées pour participer au Village Startups

4 600 échanges business (+10% par rapport à 2024)

3 000 rendez-vous One to One

45 prises de parole (conférences, pitch des startups, tables-rondes, keynotes, meetups et ateliers)

13 membres du **comité éditorial** ayant contribué à l'élaboration du programme



« Cette 11^e édition du One to One IA x Expérience Client a marqué un véritable tournant : jamais nous n'avions réuni autant de participants, d'échanges et d'énergie autour d'une conviction commune — l'intelligence artificielle n'a de sens que lorsqu'elle sert l'humain. Ces trois jours ont démontré que l'innovation, la créativité et la responsabilité peuvent coexister pour construire une expérience client plus juste, plus émotionnelle et plus performante. Le succès de cette édition 2025 est la preuve que notre écosystème continue de grandir, porté par l'envie d'expérimenter, de partager et d'agir collectivement. »

Sonia Mamin, Directrice des événements One to One.

Jour 1 – Inspiration et ouverture sur l'avenir

La première journée a donné le ton avec une **conférence d'ouverture** animée par **Matthieu Stefani, Thomas Husson (Forrester)** et **Mathieu Lehanneur (Designer de la vasque de Paris 2024)**, qui ont exploré tour à tour la place croissante de l'IA dans les entreprises et la créativité.

Les intervenants ont rappelé que la réussite de l'intégration de l'IA passe par un **changement de culture et de méthode**, mais aussi par la capacité à **replacer l'émotion et l'humain au cœur de la technologie**.

L'après-midi a mis à l'honneur **10 startups** prometteuses, sélectionnées pour leurs innovations dans le domaine de l'intelligence artificielle appliquée à l'expérience client : **Actionable, AlloBrain, Deebr, Klark, Newton, Primelis market, POWER.xyz, SmartEvo, Spyne** et **StackEasy**.

Cette session a illustré la richesse de l'écosystème français et la vitalité de l'innovation au service de la performance marketing.

Deux tables rondes ont ensuite marqué la journée :

- « **Nouveaux contenus, nouveaux codes** » : comment les marques captivent la Gen Z sur TikTok et Instagram tout en préservant authenticité et créativité avec Kuider Akani (**Social Commerce & Live Shopping expert**), et Graziella Kaeuffer (**Courir**)
- « **L’ultra-personnalisation sans intrusion** » : échanges entre Bianca Roatis (**SUEZ Recyclage et Valorisation France**), Stanislas Duthier (**Groupe Rocher**) et Jérémie Herrmann (**Fixerz**) sur les stratégies de data unifiée et d’expérience sur-mesure.

Enfin, un **meet-up dédié au networking**, animé par **Fanny Auger (Networking evangelist)**, a permis aux participants de découvrir une approche plus humaine et stratégique de la mise en relation professionnelle.

A l’issue de cette journée d’échanges, les participants ont pu mettre en pratique ces conseils de networking pour construire leur réseau et rencontrer leurs pairs dans un cadre différent, lors de la **soirée aux Halles de Biarritz**.

Jour 2 – Créativité, confiance et responsabilité

La deuxième journée s’est ouverte avec une **session running & yoga** sur la plage, incarnant la philosophie de l’événement : allier bien-être et performance.

Le **Prix de la Communauté** a été décerné à **Actionable** pour sa solution d’analyse prédictive de la satisfaction client, symbole de la convergence entre **IA, data et expérience utilisateur**.

La **keynote Amazon Ads**, animée par **Claudine Duong (Amazon Ads)** et **Marine Gissy (AXA Group)**, a dévoilé le potentiel du **streaming publicitaire** pour construire des marques fortes, tandis que les **tables rondes** du jour ont mis en lumière :

- Le duo **IA & créativité** avec Pierre Antoine De Saint Légier (**Pernod Ricard**) et Matthias Oehler (**FDJ United**), montrant comment l’IA devient un véritable allié des équipes créatives.
- La **data émotionnelle** avec Bruce Hoang (**Orange**) et Clarisse Blanc (**MatchGroup Europe**), soulignant l’importance des signaux faibles et de l’authenticité dans les interactions digitales.

Les **meet-ups**, nouveauté de cette édition, ont rencontré un fort succès :

- *Leadership et mouvement* avec **Sébastien Mary** (Auteur du Pouvoir du Mouvement) et **Bruce Hoang (Co-Auteur du Pouvoir du Mouvement)**, reliant santé et performance managériale.
- *Performance vs humain* avec Simon Millesse (**Beauté Privée**) et Claire Guelton (**Leroy Merlin**), explorant le rôle de l’IA comme copilote des collaborateurs.

- *Marketing responsable à l'ère de l'IA* avec **Arthur Millet (Alliance Digitale)**, qui a rappelé la nécessité d'une approche éthique et transparente.

Enfin, la **keynote de Michael Beresin (Cosmo5)** a offert une réflexion stratégique sur les mutations du web génératif et la place de la confiance dans les nouveaux écosystèmes numériques.

Les participants ont pu profiter d'une seconde et dernière soirée pour poursuivre leurs échanges dans le **cadre prestigieux de l'Hôtel du Palais**.

Jour 3 – Clôture et perspectives

La dernière journée a été consacrée à la prospective et à la mise en action.

La **table ronde sur les tendances publicitaires 2026**, animée par **Alban Peltier (CPA : Collectif Pour les Acteurs du Marketing Digital)**, a mis en lumière les nouveaux défis du marketing digital face à la multiplicité des plateformes et à la montée du **search génératif**.

La **conférence de clôture** a ensuite réuni :

- **Salime Nassur (Maars)**, qui a insisté sur l'importance d'une approche *test & learn* et d'une gouvernance claire des données dans un monde "VUC.AI" (volatile, incertain, complexe et accéléré par l'IA).
- **Grégory Sion (Pierre & Vacances)** et **Mélissa Levailant (SELDON Conseil)**, qui ont partagé une vision inspirante de la transformation culturelle, fondée sur l'humour, la confiance et le leadership humain.

Cette conclusion a invité les participants à **passer de la réflexion à l'action**, en intégrant l'IA de manière pragmatique, éthique et collective.

Les grandes tendances à retenir

1. **L'IA comme moteur de créativité** : elle ne remplace pas l'inspiration humaine, elle la démultiplie.
2. **L'humain au centre** : que ce soit dans le leadership, la communication ou la relation client, l'émotion reste la clé.
3. **La confiance et l'éthique** : conditions essentielles d'un marketing digital durable.
4. **La donnée comme socle** : unifier, sécuriser et activer les data pour une expérience client réellement personnalisée.
5. **La culture comme levier de transformation** : faire cohabiter technologie, vision et plaisir au travail.

Une édition record et inspirante

Avec **une fréquentation et un engagement inédit**, le One to One IA x Expérience Client 2025 s'impose comme un **accélérateur d'idées et de connexions** dans un secteur en pleine mutation.

Les trois jours ont démontré que **l'intelligence artificielle, loin d'éloigner l'humain, peut au contraire renforcer la proximité, la créativité et la performance collective.**

[LIEN DES REPLAYS](#)

La 12ème édition du One to One Biarritz se tiendra du 6 au 8 octobre 2026

Nous vous donnons d'ores-et-déjà rendez-vous pour l'année prochaine !

A propos de One to One IA x Expérience Client

Créé en 2014, One to One IA x Expérience Client est le rendez-vous des marques qui créent de la valeur avec le digital, le contenu et la data. Organisé par Comexposium One to One (ex-DG Consultant), filiale du Groupe Comexposium, l'événement est un véritable accélérateur de business, offrant aux décideurs 3 jours de rendez-vous one to one qualifiés, de conférences et de networking autour des enjeux de l'expérience client, et de moments de networking business. Aujourd'hui, One to One IA x Expérience Client est devenu le rendez-vous incontournable de tous les acteurs du marché, à la recherche des meilleures solutions d'acquisition, de marketing client, de Brand Content et de Data/IA.

A propos de Comexposium One to One

Comexposium One to One est une filiale du Groupe Comexposium. En 30 ans d'expérience, Comexposium One to One 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 Comexposium One to One est de permettre aux invités (les décideurs) et aux partenaires (les fournisseurs de solutions exposant) 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, NRF Europe, One to One Retail E-Commerce & One to One IA x 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.

CONTACT PRESSE

Agence Weber Shandwick - onetonefr@webershandwick.com

Romain Merle / Louise Weber - 06 60 35 18 43 / 06 89 59 12 54