



L'IA redistribue les cartes de la relation client : One to One IA x Expérience Client signe une édition record

À Biarritz, 465 décideurs et 124 partenaires ont échangé autour du défi « NO BRANDS ». Au bilan : 3 000 rendez-vous d'affaires, 44 prises de parole et le Prix Startups décerné à Review Collect.

Paris, le 19 octobre 2026 – Quelques jours après la clôture de son édition 2026 à Biarritz, One to One IA x Expérience Client dresse le bilan d'un cru particulièrement stratégique. Dans un contexte où l'essor des agents intelligents et de l'IA générative bouscule le lien direct entre les marques et leurs clients, l'événement a pleinement joué son rôle de catalyseur : transformer l'incertitude technologique en opportunités business concrètes.

L'édition 2026 en chiffres : une dynamique business et prospective au sommet

Témoignant de la maturité des projets et du besoin urgent d'arbitrages clairs au sein des états-majors marketing et tech, One to One IA x Expérience Client 2026 franchit un nouveau cap :

- 465 décideurs invités (CMO, CDO, Directeurs Marketing, CX, Data/IA et Relation Client) porteurs de feuilles de route d'investissement concrètes ;
- 124 partenaires technologiques parmi les offreurs de solutions les plus innovants du marché ;
- 3 000 rendez-vous d'affaires One to One ultra-qualifiés et préprogrammés, dédiés à l'accélération de projets réels ;
- 15 pépites innovantes réunies au sein du Village Startups ;
- Un programme de haute volée, bâti avec les 11 membres du comité éditorial, déployé à travers 44 prises de parole (plénières, keynotes, ateliers, tables rondes, meetups et pitches de startups).

Les faits marquants : dépasser le choc technologique pour réinventer la valeur client

Articulée autour du fil rouge percutant « NO BRANDS – Stupeur, tremblements et IA », cette édition a mis en lumière un basculement clair : après l'effet de sidération provoqué par les nouveaux intermédiaires algorithmiques, l'heure est à

la reconquête du lien direct avec le consommateur. Trois constats majeurs se dégagent des débats :

De l'expérimentation à l'industrialisation des agents IA : les retours d'expérience ont montré comment passer de simples PoC (Proof of Concept) à des intégrations profondes au sein des parcours d'achat et du CRM, tout en garantissant performance, gouvernance éthique et protection des données. Le tangible et l'émotion comme remparts à la standardisation : dans un environnement où les moteurs de recommandation automatisés filtrent les choix des consommateurs, la différenciation d'une marque ne réside plus dans la seule efficacité technique, mais dans sa capacité à susciter du désir et une relation humaine authentique.

Réaligner la culture interne sur la vitesse technologique : les dirigeants ont partagé leurs clés pour adapter les compétences des équipes face à l'accélération des outils IA, afin que l'humain reste le pilote de l'expérience délivrée.

Review Collect décroche le Prix Startups One to One IA x Expérience Client 2026

Temps fort très attendu, le Village Startups (qui accueillait cette année 15 jeunes pousses innovantes sélectionnées pour leur maturité opérationnelle) a rendu son verdict. Succédant à Ekoo et Actionable, lauréates des précédentes éditions, c'est Review Collect qui remporte le Prix Startups 2026.

Face à la multiplication des contenus générés par l'IA et au risque d'érosion de la confiance, Review Collect s'est distinguée grâce à sa solution SaaS permettant de collecter, centraliser et valoriser de façon automatisée les avis et feedbacks clients sur les canaux conversationnels (SMS, WhatsApp, e-mail). En remettant la preuve sociale, la transparence et le dialogue authentique au cœur du parcours e-commerce et retail, la startup répond parfaitement aux priorités immédiates des directeurs marketing : réengager les clients, doper les taux de conversion et consolider la réputation de marque.

« L'arrivée des agents intelligents a profondément modifié la donne : ils s'immiscent désormais entre l'acheteur et la marque. Nos 465 décideurs réunis à Biarritz sont venus chercher bien plus que des discours d'intention : ils voulaient des réponses opérationnelles, des alliances solides et des preuves tangibles d'impact business. Les 3 000 rendez-vous d'affaires et la consécration d'une pépite comme Review Collect prouvent que l'expérience client de demain ne se résumera pas à des algorithmes froids. Elle appartiendra aux marques qui savent utiliser la puissance de l'IA pour amplifier le lien humain et la confiance. »

déclare Sonia Mamin - Directrice de One to One IA x Expérience Client

En route vers One to One IA x Expérience Client 2027

Alors que le secteur s'apprête à vivre de nouvelles mutations d'envergure, One to One IA x Expérience Client confirme sa place d'observatoire et d'accélérateur incontournable pour l'ensemble de la chaîne de valeur du commerce et du marketing digital.

L'organisation donne d'ores et déjà rendez-vous à la communauté pour sa prochaine édition, qui se déroulera à Biarritz en octobre 2027.

A propos de One to One IA x Expérience Client

Créé en 2014, One to One IA x Expérience Client est un événement COMEXPOSIUM ONE TO ONE. Véritable accélérateur de business, il propose 3 jours immersifs de rendez-vous business, de conférences et de networking dans un cadre prestigieux. L'événement réunit CEO, CMO, CDO, Directeurs Marketing, Innovation, Fidélisation, e-CRM, Data/IA et Brand Content avec les meilleurs fournisseurs de solutions du marché.

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. 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.

Contacts presse - La Nouvelle Agence

Jessica Tamisier - 06 78 83 15 95 - jessica@lanouvelle-agence.com

Axelle Lebrun - 06 22 45 28 49 - axelle@lanouvelle-agence.com