



One to One IA x Expérience Client dévoile de nouveaux temps forts autour de l'IA, de l'humain et de la transformation des marques

Paris, le 8 septembre 2026 – One to One IA x Expérience Client dévoile de nouveaux rendez-vous qui viendront nourrir les débats à Biarritz du 6 au 8 octobre prochains. De la place des marques face aux agents intelligents à l'impact de l'IA sur les investissements média et la création de liens, cette nouvelle séquence de contenus approfondit la réflexion sur les transformations de l'expérience client.

Conférence d'ouverture - mardi 6 octobre à 12h

NO BRANDS - Stupeur, tremblements et IA

L'IA s'installe entre les marques et leurs clients : elle recommande, compare et arbitre à leur place. Dans ce nouveau paysage, la question n'est plus seulement de savoir comment être visible, mais comment rester désirable lorsque la décision se prend ailleurs. Exploration des nouveaux rapports de force entre marques, consommateurs et agents intelligents.

Speakers

Maya Noël, Directrice Générale - France Digitale

Modérée par Matthieu Stefani, Entrepreneur & hôte des podcasts - Génération Do It Yourself, La Martingale et Fleurons

Conférence plénière - mercredi 7 octobre à 9h30

No Brands, No Humans ? Quand l'IA redéfinit les frontières de l'humain augmenté

Avec l'IA, le transhumanisme quitte l'imaginaire futuriste pour devenir une question concrète : jusqu'où la technologie peut-elle augmenter les capacités, les décisions, le rapport au corps, à la santé, au travail et aux autres ?

De l'IA qui assiste à celle qui anticipe, de l'outil qui optimise à la technologie qui répare, prolonge ou amplifie l'humain, une nouvelle frontière se dessine. Elle promet davantage de performance, de précision et de maîtrise, mais soulève aussi un risque majeur : celui d'un humain augmenté... ou progressivement dépossédé.

Une plénière pour interroger ce que nous voulons vraiment augmenter : nos corps, nos décisions, nos performances, ou notre capacité à rester pleinement humains.

Speakers

Olivier Véran, Fondateur de InnOV & Ancien ministre des solidarités et de la santé, député de 2012 à 2024, médecin neurologue.

Modérée par Clémence Lepic, Productrice - Génération Do It Yourself & Créatrice du podcast - "Combien ça gagne ?"

Table ronde - mardi 6 octobre à 17h30

CPA : Pub digitale & IA : agent double ou allié ? Récupérer 20 % de votre budget média

Depuis des années, les algorithmes des grandes plateformes pilotent vos campagnes tout en étant de moins en moins transparents.

La conséquence : vous êtes spectateur de vos campagnes. L'arrivée de l'IA agentique change la donne. Découvrez comment redevenir le copilote de vos campagnes médias.

Speaker

Alban Peltier, Coprésident - CPA

Meet-up - mercredi 7 octobre à 17h

Stupeur, tremblements ... et système nerveux : ce que l'IA fait à notre capacité à créer du lien

Nous mesurons ce que l'IA change dans nos métiers. Beaucoup moins ce qu'elle change en nous. À mesure que nous délégons, optimisons et « tokenmaxxons » chaque interaction, quelque chose se déplace dans notre rapport à l'autre — et jusque dans notre corps.

La théorie polyvagale offre une grille de lecture éclairante : la confiance, la fidélité, le sentiment d'être compris ne se décrètent pas, ils se vivent dans un état physiologique de sécurité que seule une certaine qualité de présence déclenche. Or l'usage compulsif de l'IA, la dette de sommeil et la sur-sollicitation permanente érodent justement cette capacité — la nôtre comme celle de nos clients — à se sentir en lien.

Le paradoxe est fécond : bien utilisée, l'IA peut redevenir ce qui nous rend disponibles à la relation, au lieu de ce qui nous en coupe. À condition d'identifier les compétences profondément humaines qu'elle ne remplacera pas — présence, régulation, écoute — et de réapprendre à les cultiver.

Trois questions en substance : comment l'accélération par l'IA agit-elle concrètement sur notre attention, notre sommeil et notre aptitude au lien ? À quel moment l'optimisation se retourne-t-elle contre la relation qu'elle prétend servir ? Et quelles soft skills deviennent le véritable avantage compétitif d'une expérience client que les agents ne savent pas (encore) reproduire ?

Speaker

Sandra Giuliani, Entrepreneur indépendant - Cohaes Accompagnement

[Programme détaillé des conférences, tables rondes et meet-ups.](#)

Avec ces nouveaux rendez-vous, One to One IA x Expérience Client entend dépasser les seuls enjeux technologiques pour interroger les transformations profondes que l'IA impose aux marques, aux métiers et aux consommateurs. A Biarritz, experts, entrepreneurs et professionnels de l'expérience client confronteront leurs regards pour décrypter ces nouveaux rapports de force et réfléchir à ce qui fera, demain, la différence entre une expérience simplement optimisée par l'IA et une expérience véritablement humaine.

À 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.

À 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.

À 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 Resende - 06 78 83 15 95 - jessica@lanouvelle-agence.com

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