EUROSIMA

SURF SUMMIT

17TH EDITION

OCT 1&2 2018

BELAMBRA CLUBS

SEIGNOSSE FRANCE

photo ©WSL/Poullenot

Région Nouvelle-Aquitaine · MACS · Mutuelle Prévifrance · Cafés Richard · Département des Landes · CCI Landes · Carlbreak · Eau Source · Océan 52

Welcome to the 17th edition

On behalf of EUROSIMA and its partners the New Aquitaine region, the Departmental Council of the Landes, the Chamber of Commerce and Industry of the Landes, MACS, Mutuelle Prévifrance, Boardsport Source, Carlsberg, Cafés Richard and Ocean52, I would like to welcome you to the 17th edition of the EUROSIMA Surf Summit.

The Surf Summit was created in 2002 to keep an eye on the world around us. Our world is continuously changing and evolving at the speed of light! That is why, EUROSIMA invites you to join us in a laid-back environment for a two-day conference packed with key information and inspirational speakers from within and without our industry.

Come take in the intense discussions about their paths, their experience, their commitment, their desire to move mountains but also their passion. Because passion is what truly links us all. Whether it's a passion for the ocean or for the mountains, we are all in this industry by passion; and it is that passion that we put into the products and services we offer.

So give yourself a break, be curious and come learn from the expertise of our Surf Summit speakers to draw inspiration, innovate and build the future of the Action Sports industry together. Keeping in mind our key values, you are all invited to enjoy the many laid back and fun activities around the event (official happy hour event, surfing initiations...) and take the opportunity to meet new people and create new relationships. In other words, to purely and simply join the #EUROSIMAFAMILY.

Alongside the Surf Summit, EUROSIMA will hold the Surfing Lounge exhibit, which displays a selection of the most innovative products and services within the Action Sports industry, showcasing the skills, creativity and dynamic energy of our industry.

I would especially like to thank our speakers, moderator and translator for their work, time and expertise that contributed to the creation of this conference. Thank you for taking part in the Surf Summit #17 and I wish you an informative conference.

Wilco Prins
EUROSIMA President

Eurosima Surf Summit 17th

9:00 AM - 9:30 AM

CAFÉ D'ACCUEIL
WELCOME COFFEE
In association with CAFÉS RICHARD

9:30 AM - 10:00 AM

DISCOURS D'INTRODUCTION
EUROSIMA ADDRESS
Wilco PRINS – EUROSIMA President

10:00 AM - 11:15 AM

LA VIE DE KAI
LIFE OF KAI
Kai LENNY - Professional waterman

11:30 AM - 12:45 PM

SURF : ORIGINES ET RÉSISTANCE
SURF: ORIGINS AND RESISTANCE
Gibus DE SOULTRAIT – Managing editor at Surfer's Journal France and head of Vent de Terre publishing

1:00 PM - 2:15 PM

PAUSE DÉJEUNER
LUNCH BREAK
In association with CARLSBERG and OCEAN52

2:30 PM - 3:30 PM

QUEL MODÈLE ÉCONOMIQUE POUR LE COMMERCE MULTIMARQUES ?
WHAT MODEL TO USE FOR MULTI-BRAND BUSINESS?
Frédéric TAIN – Journalist, conference speaker and director of SPORT-GUIDE.COM

3:30 PM

PAUSE CAFÉ
COFFEE BREAK
In association with CAFÉS RICHARD

4:00 PM - 4:45 PM

SNOWLEADER OU L'HISTOIRE D'UNE SUCCESS STORY E-COMMERCE
SNOWLEADER, AN E-BUSINESS SUCCESS STORY
Thomas ROUAULT - Co-founder and CEO of SNOWLEADER

5:00 PM - 6:00 PM

PRÉSENTATION DES LAURÉATS DU PARRAINAGE D'ENTREPRISES EUROSIMA ET DE L'APPEL À PROJETS 2018
PRESENTATION OF THE WINNERS OF THE 2018 EUROSIMA SPONSORSHIP PROGRAM AND CALL FOR INNOVATION PROJECTS

7:00 PM - 11:00 PM

APÉRO SUNSET DU SURF SUMMIT
SURF SUMMIT SUNSET HAPPY HOUR EVENT
Cabane TERRAMAR, plage Santocha in Capbreton

8:00 AM - 9:30 AM

SESSION SURF ET INITIATIONS GRATUITES
SURF SESSION AND FREE SURFING INITIATIONS
In association with HOSSEGOR SURF CLUB
> À confirmer en fonction des conditions de surf

9:30 AM - 10:00 AM

CAFÉ D'ACCUEIL
WELCOME COFFEE
In association with CAFÉS RICHARD

10:00 AM - 11:15 AM

NÉ DANS LES MONTAGNES, ÉLEVÉ PAR LES VAGUES
BORN IN THE MOUNTAINS, RAISED BY THE WAVES
Mathieu CREPEL - Professional snowboarder and World Champion

11:30 AM - 12:45 PM

HYPNOSE ET PRÉPARATION MENTALE : MYTHES ET RÉALITÉS
HYPNOSIS AND MENTAL PREPARATION: MYTH AND REALITY
Claude DE PIANTE - Showman, hypnotherapist, trainer and conference speaker

1:00 PM - 2:15 PM

PAUSE DÉJEUNER
LUNCH BREAK
In association with CARLSBERG and OCEAN52

2:30 PM - 3:30 PM

QUE FAUT-IL POUR ÊTRE UNE MARQUE ICONIQUE ?
WHAT DOES IT TAKE TO BE AN ICONIC BRAND?
Camilla GUIMARD - Director at NEON-C
Arnaud DUTILH - Founder at INSIGHT 76

3:30 PM

PAUSE CAFÉ
COFFEE BREAK
In association with CAFÉS RICHARD

4:00 PM - 5:00 PM

FANS D'ACTION SPORTS : QUI SONT-ILS ?
ACTION SPORTS FANS : WHO ARE THEY?
Julien VIVIER - Head of Market Research France Benelux at NIELSEN SPORTS

ECONOMIE ET EMPLOI

LA NOUVELLE-AQUITAINE
1ÈRE RÉGION Surf

1ère destination surf de France, avec 970 km de côtes océanes

Un des 1ers pôles mondiaux de l'industrie de la glisse

Des valeurs et une identité partagées

LA RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE agit au cœur de la filière

> Accompagnement du **cluster EuroSIMA**
> **Soutien aux entreprises** de la filière surf, de leur **création** à leur **développement**
> **Structuration** et **promotion touristique** de la destination surf
> Accueil de **6 compétitions** du **circuit mondial professionnel**
> **Soutien aux fédérations sportives**
> **Parrainage de surfeurs de haut niveau**

l'esprit nouvelle vague

NOUVELLE-AQUITAINE.FR

RÉGION Nouvelle-Aquitaine

Innovons aujourd'hui, explorons demain

Conception-réalisation : Agence | Région Nouvelle-Aquitaine - Sphère Agency Paris-Londres

Eurosima Surf Summit 17th

KAI LENNY

Waterman professionnel
Professional waterman

LA VIE DE KAI

LIFE OF KAI

Kai Waterman Lenny est un pur produit de l'océan. Il est né sur l'île de Maui en 1992, l'année où Laird Hamilton, Darrick Doerner et Buzzy Kerbox ont commencé à faire du surf tracté. Fils de passionnés de surf et de windsurf, il a grandi sur les plages de Maui, admirant les stars du moment surfer des vagues énormes, faire du windsurf, du tow foil, du kitesurf et du stand-up-paddle. Il n'a pas fallu longtemps pour que Kai suive leurs traces.
Aujourd'hui, il repousse toujours plus loin les limites de ce qui peut être fait sur l'océan...

Kai Waterman Lenny is purely a product of his ocean environment. He was born on the island of Maui in 1992, the same year that Laird Hamilton, Darrick Doerner, and Buzzy Kerbox first started tow surfing. The son of avid surfing and windsurfing parents, he grew up on the beaches of Maui, watching the icons of the day surf huge waves, windsurf, tow foil, kitesurf and SUP. It did not take long, as a grom, for Kai follow in their footsteps.
And now, he is pushing the limits of what can be done on the ocean...

LES LANDES TERRE DE JEU XL

© Photo S.Lambert - Composition DpHD 09/18

landes.fr

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES LANDES
Direction des Entreprises et des Initiatives Économiques
23 rue Victor-Hugo - 40025 Mont-de-Marsan cedex - France
Tél. : +33 (0) 558 05 40 22 - Mél. : actioneco@landes.fr

Département des Landes

Eurosima Surf Summit 17th

GIBUS DE SOULTRAIT

Directeur de publication de SURFER'S JOURNAL France et dirigeant de la société d'édition VENT DE TERRE
Managing editor at SURFER'S JOURNAL France and head of VENT DE TERRE publishing

Natif de Biarritz (1957) et surfeur élevé à la sauce voyage des 60's/70's, Gibus de Soultrait est co-fondateur avec Pierre-Bernard Gascogne du magazine Surf Session (1986) dont il a dirigé la rédaction pendant une trentaine d'années. Depuis 1994, il s'occupe de la version française du bimestriel Surfer's Journal. Avec d'autres surfeurs comme Tom Curren il crée en 1990 Surfrider Foundation Europe, fort d'une sensibilité écologique de longue date, et reste toujours proche de l'association.
Il est l'auteur de plusieurs livres sur la culture et l'histoire du surf dont un ouvrage référence « Le monde du surf » (Editions Minerva 2005). Parallèlement à son travail journalistique, il a écrit des essais autour d'une philosophie du mouvement tirée du surf et a réalisé quelques films spécifiques à cet effet. Il est le président actif du surf club de Guéthary, où il surfe régulièrement.

Born in Biarritz, both a surfer and a child born in the traveling spirit of the 60s and 70s, Gibus de Soultrait co-founded Surf Session magazine with Pierre-Bernard Gascogne. Together, they shared editing of the magazine for three decades. Since 1994, Gibus has managed the French edition of Surfer's Journal. In 1990, having a strong connection to the environment, Gibus along with other surfers like Tom Curren, founded Surfrider Foundation Europe, which he still maintains close ties with today.
He is the author of several books on the culture and history of surfing, including "Le monde du surf" (Editions Minerva 2005). In addition to his career as a journalist, he has also written essays and produced several films about a philosophy of movement based on surfing. He is the current and highly active President of the Guéthary Surf Club, where he can often be seen surfing nearby.

SURF : ORIGINES ET RÉSISTANCE

SURF: ORIGINS AND RESISTANCE

En présentant les origines du surf dans la migration polynésienne à travers l'océan Pacifique, Gibus de Soultrait montrera, à travers des points marquants de l'histoire du surf, comment l'idée de résistance est également constitutive de la culture surf. Avec une approche à la fois historique et factuelle, il posera également les jalons possibles d'une réflexion sociétale et écologique, à partir de la spécificité du surf comme angle d'approche.

By presenting the origins of surfing in Polynesian migration through the Pacific, Gibus de Soultrait will demonstrate through various key events in surfing history how the idea of resistance is also a founding element of surfing culture. With a historical perspective and a fact-based approach, he will encourage us to raise environmental and social questions, using surfing as a lens through which to approach these issues.

11:30 AM - 12:45 PM

Entreprendre
Créer
Financer

S'installer
Recruter
Céder...

Pôle Caunègre
14 avenue du Maréchal Leclerc
à Soustons

escaleeco@cc-macs.org
Tél. : 05 58 70 06 96

MACS
Communauté de communes Maremne Adour Côte-Sud

cc-macs.org

FRÉDÉRIC TAIN

Journaliste, conférencier et chef d'entreprise de SPORT-GUIDE.COM

Journalist, conference speaker and director of SPORT-GUIDE.COM

Frédéric Tain est un journaliste, conférencier et chef d'entreprise. Il s'intéresse à l'évolution de la consommation et ses impacts sur le commerce non-alimentaire. Il dirige sport-guide.com et son magazine dédié au business sectoriel. Ce média cross-canal indépendant, référent pour les commerçants et les acheteurs, passe au crible les bonnes et les moins bonnes pratiques des entreprises. Tous les jours les plus grands responsables d'enseignes, les challengers et les porteurs de projets sont interviewés par une équipe européenne de journalistes aguerris. Les datas sur les enseignes et les marques sont au cœur de leurs analyses. Leur crédo est celui de l'information à « valeur utile ».

Frédéric Tain is a journalist, conference speaker and business director. He specialises in the evolutions of consumption and its impacts on the non-food business. He manages sport-guide.com and its independent magazine, which has become a key source of information for buyers and retailers, providing in-depth analysis of the best and not so good practices to be found in the industry. Every day, the hardened team of European journalists interview key players from heads of leaders in retail, challengers as well as project carriers. Their analysis focuses on data from brands and retailers. Their motto: "information that is useful".

QUEL MODÈLE ÉCONOMIQUE POUR LE COMMERCE MULTIMARQUES ?

WHAT MODEL TO USE FOR MULTI-BRAND BUSINESS?

Le développement important des puresplayers internet, et du premier d'entre-eux, et le poids grandissant des ventes directes aux consommateurs des marques via le web et les magasins, changent l'équation économique pour les magasins multimarques multisports et monosport. Sont-ils pour autant condamnés à voir leurs parts de marché se réduire sérieusement ? Dans l'histoire, les commerçants ont su se réinventer face à la concurrence des nouveaux canaux de distribution et ils le prouvent encore. La différence d'aujourd'hui, par rapport aux ainés, réside dans la vitesse des changements et dans l'agilité permanente dont font preuve les différents acteurs. Dans son intervention, Frédéric Tain illustrera son analyse par des exemples concrets de stratégie d'enseignes.

The significant rise in online pure players and the leader among them as well as the increasing significance of direct sales to end customers by brands through physical and online shops are all factors that are changing the economic equation for multi-brand and single-brand stores. Does that, however, necessarily mean losing significant market shares is inevitable? History has shown that businessmen have constantly rebounded and reinvented in the face of competition by using new distribution channels and this still holds true today. The difference however, with our predecessors is how quickly such changes occur and the incredible agility that players need to have to survive. Through his presentation, Frédéric Tain will illustrate his analysis through concrete examples of retail strategies.

BOARDSPORT
source.
EUROPEAN SURF/SKATE/SNOW BUSINESS

Vitamin B2B

How you want it
Where you want it
When you want it

www.boardsportsource.com

Eurosima Surf Summit 17th

THOMAS ROUAULT

Co-fondateur et CEO de SNOWLEADER
Cofounder and CEO of SNOWLEADER

Diplomé d'un Master en Project Management et Marketing à la SKEMA Business School, Thomas Rouault rejoint l'entreprise Nike en 2004 comme coordinateur de projet marketing pour Nike ACG puis Nike 6.0. Passionné de sport de montagne et de digital, il lance en 2008 Snowleader, un site de vente en ligne d'articles de sports spécialisé dans les univers snow, outdoor et street.

After graduating from the SKEMA Business School with a Master's Degree in Project Management and Marketing, Thomas Rouault joined Nike in 2004. He started as a marketing project coordinator for Nike ACG and later moved to Nike 6.0. Driven by a passion for mountain sports and digital technology, in 2008 he launched Snowleader, an online store that sells products from street, outdoor and snow sports.

SNOWLEADER OU L'HISTOIRE D'UNE SUCESS STORY E-COMMERCE

SNOWLEADER, AN E-BUSINESS SUCCESS STORY

Snowleader qui vient de fêter son 10ème anniversaire a réussi à opérer une transformation d'un modèle pure player à un modèle ominacal. Depuis 2008 Snowleader propose en ligne du matériel et du prêt à porter dans 3 univers, les sports d'hiver, l'outdoor et les sports urbains. Le commerçant haut savoyard compte désormais 3 points de vente, et est présent dans 7 pays. Avec une équipe de près de 75 personnes, Snowleader renseigne ses clients 6 jours sur 7. L'objectif étant de se différencier des acteurs de mass market qui ne sont pas en mesure d'apporter des renseignements techniques sur les produits. La croissance régulière de Snowleader, de 20% à 40% par an s'appuie sur le développement du réseau retail mais aussi du développement de nouveaux pays comme l'Italie prochainement. Depuis sa création, Snowleader a toujours eu une stratégie marketing atypique. Depuis 2 ans, la création du réseau de boutiques ouvre de nouvelles possibilités à l'enseigne en créant de nombreux évènements dans ses magasins, ce qui lui permet de créer une relation de confiance avec ses clients.

Snowleader, which has recently celebrated its 10th anniversary, is a business that has managed to successfully transition from a pure player to an omni-channel model. Since 2008, Snowleader has offered both hardware and apparel in winter sports, outdoor and urban sports. The retailer from Haute Savoie now has 3 sales locations and is present in 7 countries. With a team of 75 people, Snowleader provides customer support 6 days a week. The objective is to stand out from mass market competitors who can't provide such in depth technical advice on products. The company's constant growth (between 20% and 40% per year) is driven by an effort to expand their retail network and reach out to new countries. Italy for instance is the next target. From the very beginning, Snowleader has always had an atypical marketing strategy. For the past 2 years, the development of a network of shops has added new possibilities for the company, with various events held in stores to create strong ties and trust with its customers.

POUR UNE ÉTUDE PERSONNALISÉE ET SANS ENGAGEMENT CONTACTEZ :

BORDEAUX
118, cours Alsace-Lorraine
bordeaux@previfrance.fr

BISCARROSSE
246, avenue Alphonse Daudet
biscarrosse@previfrance.fr

DAX
72, cours Joffre
dax@previfrance.fr

MONT-DE-MARSAN
2, allées Brouchet
mont-de-marsan@previfrance.fr

SAINT-VINCENT-DE-TYROSSE
76, avenue Nationale
tyrosse@previfrance.fr

PAU
7, rue Carnot
pau@previfrance.fr

0 800 31 0800 Service & appel gratuits

www.previfrance.fr

Partenaire

© Agence coRco -09/2018 - Crédit photos : ©istock. - Mutuelle Prévifrance soumise aux dispositions du livre II du Code de la Mutualité - SIREN n° 776950 669 - Mutuelle Prévifrance - Siège social : 80, rue Matabiau - BP 71269 - 31012 Toulouse Cedex 6.

APPEL À PROJETS INNOVATION

En collaboration avec Outdoor Sport Valley, l'Appel à Projets Innovation 2018 vise à contribuer au dynamisme de l'industrie des Action Outdoor Sports en soutenant des démarches innovantes. Le lauréat sera présenté lors du Surf Summit, le 1er octobre.

CALL FOR INNOVATION PROJECTS

In partnership with Outdoor Sport Valley, the 2018 Call for Innovation Projects is a mean to help boost the Action Outdoor Sports industry by supporting innovative initiatives. The laureate will be introduced during the Surf Summit, on October 1st.

PARRAINAGE D'ENTREPRISES

Organisé une fois par an, le parrainage d'entreprise EUROSIMA est destiné à de jeunes entrepreneurs désireux d'être accompagnés par des chefs d'entreprises et cadres dirigeants expérimentés. Les deux entreprises sélectionnées seront présentées lors du Surf Summit, le 1er octobre.

BUSINESS SPONSORSHIP PROGRAM

Held once a year, the EUROSIMA sponsorship program is designed for young entrepreneurs who wish to get support and assistance from seasoned business owners and executives. The two laureates will be introduced during the Surf Summit, on October 1st.

5:00 PM - 6:00 PM

SURF SUMMIT SUNSET HAPPY HOUR EVENT

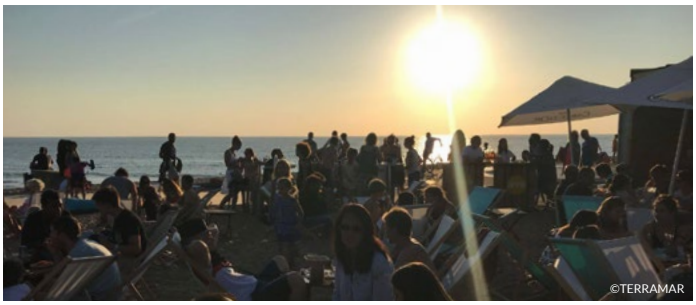
Profitez de la soirée officielle du Surf Summit pour rencontrer de nouvelles personnes et tisser des liens. EUROSIMA vous invite à un apéritif-tapas à la cabane Terramar, sur la plage du Santocha. Venez profiter du coucher de soleil les pieds dans le sable.

Rendez-vous à 19h, cabane Terramar, impasse de la Savane, Capbreton.

Join us for the official Surf Summit happy hour event to meet new people and expand your network. EUROSIMA invites you to a laid back tapas-happy hour at the Terramar beach cabana, at the Santocha beach. Come to enjoy the sunset with us.

7pm at the Terramar beach cabana, impasse de la Savance, Capbreton.

7:00 PM - 11:00 PM


©TERRAMAR

MATHIEU CREPEL

Snowboarder Professionnel et Champion du Monde
Professional Snowboarder and World Champion

L'océan et la montagne sont pour Mathieu Crépel une paire inséparable. Depuis son plus jeune âge, il voyage au gré des saisons en suivant le cycle de l'eau recherchant les flocons l'hiver et les vagues l'été. Il rejoint le monde professionnel du snowboard grâce à un voyage au Groenland à l'âge de 10 ans. Il se dirige alors vers la compétition parcourant ainsi le monde en quête de médailles. 4 titres mondiaux, 2 participations aux Jeux Olympiques, une médaille d'argent aux X-Games ont plus que rempli ses objectifs. Il est le snowboardeur freestyle français le plus titré et est considéré comme l'un des riders les plus polyvalents au monde. Il se lance aujourd'hui le challenge de combiner ses deux principales passions pour le snowboard et le surf, dans une quête unique qui l'amène à parcourir le monde à la recherche des plus belles montagnes et des plus belles vagues.

For Mathieu Crépel, the ocean and the mountains are inseparable. Ever since he was a child, he has travelled back and forth, following the seasons, chasing snow in the winter and waves in the summer. At 10 years old, he joined the professional snowboarding world on to a trip to Greenland. He went towards the competitive scene travelling the world to win medals. 4 world titles, 2 Olympic Games and a silver medal at the X-Games later, he had exceeded his objectives. He is the most accomplished French freestyle snowboarder and is recognised as one of the most versatile riders in the world. Today he has taken on the challenge of combining is two passions, surfing and snowboarding, in search of the most amazing mountains and waves.

OCTOBER 2, 2018

NÉ DANS LES MONTAGNES, ÉLEVÉ PAR LES VAGUES

BORN IN THE MOUNTAINS, RAISED BY THE WAVES

Dans une industrie de la glisse en perpétuel changement, le métier de « rider » a énormément évolué. Pour continuer à pouvoir vivre de mes passions, il a fallu, grâce à mon profil de rider touche-à-tout et curieux, que je m'adapte et que je cherche sans cesse de nouveaux challenges. À travers mon histoire et mes expériences, nous allons aborder différents thèmes pour comprendre qu'une remise en question permanente est indispensable pour durer et se renouveler. C'est vrai pour les riders et c'est également vrai pour tous les acteurs historiques du marché de la boardculture dans lequel la concurrence se fait de plus en plus importante.

In an industry that is constantly shifting, having a career as a rider is something that has significantly evolved with time.
In order to continue making a living out of my passions, thanks to my profile as a curious and eclectic rider, I've had to adapt and systematically seek out new challenges. Through my story and my experience, we'll discuss various themes to understand how permanently questioning the status quo is necessary to maintain a fresh outlook and stand the test of time. This is true for riders, but also for all the historical players within the board culture market, where competition is increasingly fierce.

10:00 AM - 11:15 AM

EUROSIMA PRÉSENTE

- 1 & 2 OCTOBRE 2018 -

EXPOSITION DES PRODUITS INNOVANTS DE LA FILIÈRE ACTION SPORTS

Eurosima Surf Summit 17th

CLAUDE DE PIANTE

Artiste de spectacle, hypnothérapeute, conférencier et formateur

Showman, hypnotherapist, trainer and conference speaker

Claude De Piante est artiste de spectacle, hypnothérapeute, conférencier et formateur. Il est le concepteur de méthodes spécifiques d'autohypnose et pratique l'hypnose à la fois comme méthode de coaching, thérapie et spectacle.
Il nous offre une vision globale de ce qu'il considère davantage comme un art, voire une philosophie de vie plus qu'une pratique purement scientifique.

Claude De Piante is the creator of specific auto-hypnosis methods. He uses hypnosis as a method for coaching, therapy and shows. He will share a global perspective of hypnosis, which he considers an art or an outlook on life rather than simply a purely scientific practice.

HYPNOSE ET PRÉPARATION MENTALE : MYTHES ET RÉALITÉS

HYPNOSIS AND MENTAL PREPARATION: MYTH OR REALITY?

L'hypnose permet de développer les potentiels : concentration, mémoire, énergie, stratégie, gestion du stress et de combattre la douleur.
Mais jusqu'à quelles limites ?
Qu'est-ce qui relève de la légende, du spectacle et de la science ?
Une conférence ludique et interactive qui donne les clefs pour comprendre et expérimenter un sujet à la mode mais parfois très controversé.

Hypnosis is a means to develop potential: concentration, memory, energy, strategy, stress management or pain relief. But just how far can one go?
What part is legend, what part is a show and what part is actual science? This fun and interactive presentation will provide the audience will the means to understand and experiment with this trendy, yet controversial practice.

ARNAUD DUTILH

Fondateur d'INSIGHT 76
Founder of INSIGHT 76

Arnaud Dutilh est un expert en marketing et un insights specialist.
Au cours des 12 dernières années, Arnaud a travaillé chez Added Value avec des clients internationaux sur la stratégie de portefeuille de marques et l'innovation. Il a débuté aux États-Unis, a vécu et travaillé au Royaume-Uni et en Afrique du Sud et réalisé des projets sur les 5 continents.
Arnaud a travaillé pour de grandes marques internationales telles que Harley Davidson, Levi's, Clarks, Ford, Nissan, Nescafé, Perrier, S. Pellegrino.
Arnaud a grandi entre Hossegor et Tahiti. Il vit maintenant à Hossegor et surfe chaque fois qu'il le peut.

Arnaud Dutilh is a marketing and insights specialist.
For the past 12 years, Arnaud has worked at Added Value, managing global clients on brand portfolio strategy and innovation. He started in the US, lived and worked in the UK and South Africa, while delivering projects accross the 5 continents.
Arnaud has worked for global leading brands such as Harley Davidson, Levi's, Clarks, Ford, Nissan, Nescafé, Perrier, S. Pellegrino.
Arnaud grew up in between Hossegor and Tahiti. He now lives in Hossegor and surfs whenever he can.

QUE FAUT-IL POUR ÊTRE UNE MARQUE ICONIQUE ?

Les consommateurs et les marques évoluent dans un environnement en constante mutation. Les sociétés et les cultures évoluent constamment. Les nouvelles technologies et les nouveaux canaux de communication accélèrent ces changements.
Comment anticiper et rester pertinent pour les consommateurs dans ce contexte ?
Comment rester une icône à travers le temps ?
Insight 76 et Neon-C présenteront les ingrédients clés de l'iconicité et ce que cela implique pour les responsables de marque.
La présentation sera illustrée par des exemples de grandes marques de diverses industries, des produits de grande consommation, au luxe en passant par les action sports.
Ils s'attaqueront également aux questions brûlantes liées à l'innovation, aux stratégies d'extension de marque et comment rester pertinent à travers les générations.

OCTOBER 2, 2018

Eurosima Surf Summit 17th

CAMILLA GUIMARD

Directrice de NEON-C
Director at NEON-C

Camilla Guimard est une spécialiste du marketing et de la communication avec près de 20 ans d'expérience, une formation en sciences de la communication et 9 ans en publicité en tant que planificatrice stratégique pour des marques internationales.
Après 6 ans au service de l'agence de conseil Added Value, Camilla a créé sa propre agence Neon-C il y a 3 ans, où elle a développé son expertise, explorant les interrelations entre les marques et la culture et l'appliquant à la stratégie de communication et à l'innovation. Camilla possède une vaste expérience avec des clients tels que L'Oréal, Clarks, IKEA, Chanel, Calvin Klein, Tommy Hilfiger. Camilla est italienne et vit à Paris.

Camilla Guimard is a marketing and communications specialist with almost 20 years of experience, a background in communication science and 9 years in advertising as a strategic planner for global brands.
After 6 years at consulting agency Added Value, Camilla has started her own agency, Neon-C, 3 years ago, where she has further developed her expertise, exploring interrelations between brands & culture and applying it to communication strategy and innovation. Camilla has extensive experience with clients such as L'Oréal, Clarks, IKEA, Chanel, Calvin Klein, Tommy Hilfiger. Camilla is Italian, she lives in Paris.

WHAT DOES IT TAKE TO BE AN ICONIC BRAND ?

Consumers and brands are evolving in an ever changing environment. Societies and cultures are constantly evolving. New technologies and new communication channels are accelerating those shifts.
How to anticipate and stay relevant to consumers in this context?
How to stay an icon through times?
Insight 76 and Neon-C will present key ingredients of iconicity and implications for brand managers.
The presentation will be illustrated with examples from leading brands in various industries from FMCG to luxury and action sports.
They will also tackle burning questions around innovation, brand stretching and how to stay relevant across generations.

Eurosima Surf Summit 17th

JULIEN VIVIER

Head of market research France Benelux chez NIELSEN SPORTS

Head of market research France Benelux at NIELSEN SPORTS

Titulaire d'un DESS en statistiques et diplômé de l'ESSEC, Julien Vivier a mené toute sa carrière dans le domaine du marketing sportif. Au sein de l'institut d'études TNS Sofres, de l'agence de communication Havas Sports&Entertainement et maintenant chez le leader mondial des études, Nielsen Sports, il a toujours cherché à mettre en place les outils marketing de compréhension des marchés, des secteurs économiques ou sportifs, des clients, des spectateurs, des fans. Grand amateur de sport, il a piloté, avec ses équipes, la réalisation de l'étude « Fans d'action sports, qui sont-ils ? » sur les 5 principaux marchés européens et viendra nous en livrer les tout premiers résultats.

A graduate from ESSEC with a DESS in statistics, Julien Vivier has dedicated his entire career to the field of sports marketing. He has worked at the research institute TNS Sofres, but also with Havas Sports & Entertainment and more recently at Nielsen Sports, the worldwide leading research firm. He has always aimed to implement marketing insight tools to better understand dynamics of markets, customers and fans. A huge sports fan, Julien, along with his teams, has lead the research for the "Action Sports Fans, who are they?" study, which covers the 5 leading European sports markets. His presentation will present the first results.

FANS D'ACTION SPORTS : QUI SONT-ILS ?

ACTION SPORTS FANS: WHO ARE THEY?

À une heure où les modes, les outils et canaux de communication, les moyens d'informations et les attentes évoluent très rapidement, il nous a paru clé de faire une photographie détaillée pour comprendre le lien entre la population et notre industrie de l'action sports. L'étude « Fans d'action sports : qui sont-ils ? » a été menée fin août 2018 sur 5 pays clés (France, Allemagne, Angleterre, Espagne et Portugal) et sur 2 populations pour chaque pays (la population générale et les pratiquants d'actions sports) afin d'avoir, à la fois, une vision globale de la perception de notre industrie mais aussi le point de vue de notre cœur de cible. Cette étude nous permettra de mieux comprendre nos cibles, leur profil socio-démographique mais aussi leur profil comportemental, la façon dont ils perçoivent et consomment nos marques, ce qu'ils attendent de nous…

In a day and age where everything changes increasingly quickly from expectations and fashion to means of communication but also the tools and channels for communication, it seems essential to take try and paint a detailed picture to understand the links between people and our Action Sports industry. The "Action Sports Fans: who are they?" study was carried out in late August 2018 in 5 key countries (France, Germany, UK, Spain and Portugal) with 2 population samples for each country (the general population and people who practice one or more Action Sports). The objective was to establish a global view of how are industry is perceived by the masses but also to get the perspective of our core customer target base.

4:00 PM - 5:00 PM

OCTOBER 2, 2018

SURF SESSION & FREE SURFING INITIATIONS

EUROSIMA invite les participants au Surf Summit à venir partager une session de surf tous ensemble. Les débutants seront encadrés par un moniteur fédéral de l'Hossegor Surf Club. Un moment de détente et de partage des valeurs de la communauté surf.
Rendez-vous le 2 octobre à 8h00 à l'Hossegor Surf Club, plage centrale d'Hossegor.
Date et heures à confirmer en fonction des prévisions de surf.

EUROSIMA invites all Surf Summit participants to join in an open surf session for all. Beginners will be given an initiation with a certified surfing instructor and provided all necessary equipment courtesy of the Hossegor Surf Club. A relaxing and fun moment to share the values of the surfing community.
Join us at the Hossegor Surf Club, at the Hossegor plage centrale at 8am on October 2nd.
Date and hours to be confirmed according to the surf forecast.

8:00 AM

PLAN & CONTACT

1 Belambra Clubs « Les Estagnots - Pinède »
Place des Estagnots
40510 Seignosse
+33 (0)5 58 41 68 50

2 Surfing initiations
Hossegor Surf Club
22 impasse de la Digue Nord
40150 Soorts-Hossegor
+33 (0)5 58 43 80 52

3 Surf Summit sunset happy hour event
Cabane Terramar
Impasse de la Savane
Plage du Santocha
40130 Capbreton
+33 (0)6 15 81 51 23

Franck Laporte - Fauret
+33 (0)6 83 27 55 70

Stéphanie Godin
+33 (0)6 83 74 61 43

EUROSIMA WATERMAN'S BALL 2018

19th edition
Friday, October 5th, 2018
7PM - 11PM

Hossegor Sporting Casino

Tom Carroll "1985-1980" photography exhibition

European Industry Awards ceremony

Lee-Ann Curren live concert
After party

Smart Design
CCI LANDES
Département des Landes
SOORTS HOSSEGOR
ocean 52
MACS
Mutuelle Prévifrance
Carlbreak
Polaroid ORIGINALS