



Cédric Allix, nouveau conseiller retail de Retency

JÉRÔME PARIGI |

DÉCIDEURS & MÉTIERS, NOMINATIONS, COMMERCE CONNECTÉ

PUBLIÉ LE 10/11/2015

Cédric Allix, 46 ans, rejoint le jeune spécialiste de la transformation digitale des distributeurs, Retency.

Cédric Allix a une belle expérience de la distribution. © DR

Retency, étoffe son équipe et nomme Cédric Allix conseiller spécial. Cédric Allix, 46 ans, a une expérience de plus de 20 ans dans l'univers de la distribution en tant qu'opérationnel, directeur des systèmes d'informations et conseil dans la transformation, notamment digitale des entreprises de ce secteur.

Après 5 ans chez [Bricorama](#) comme directeur adjoint de magasin puis responsable du contrôle interne, le nouveau responsable retail de Retency a travaillé pendant 10 ans comme conseil en management et systèmes d'informations chez [DeloitteConsulting](#) et [BearingPoint](#) pour les acteurs du Retail, puis comme CIO Europe du groupe [Fast Retailing](#) ([Uniqlo](#), [Princesse Tam Tam](#) et [Comptoir des Cotonniers](#)) de 2008 à 2013 avant de rejoindre la [Maison Chanel](#) en tant que CIO Europe Mode, Parfums & [beauté](#) et Horlogerie Joaillerie jusqu'en juin 2015. Depuis, il intervient auprès des acteurs de ce secteur pour les accompagner dans leurs réflexions et transformations digitales.

Isabelle Bordry et Xavier Darrigol co-fondateurs de la société, renforcent ainsi l'expertise distribution au sein de la société. « *Nous sommes très*

heureux de l'arrivée de Cedric au sein de nos équipes, indique Isabelle Bordry. Sa grande expertise opérationnelle de la distribution va nous permettre de nous développer encore plus vite, de mieux comprendre les contraintes et objectifs de nos clients afin d'élaborer des produits d'excellence. Notre ambition : accompagner les enseignes dans leur transformation digitale, les aider à offrir de nouveaux services à leurs clients ».



Marionnaud déploie une nouvelle solution pour comprendre son flux en magasin

JULIE DELVALLÉE |
MARIONNAUD, DPH, COMMERCE CONNECTÉ
PUBLIÉ LE 14/03/2016

La chaîne de parfumerie sélective Marionnaud s'associe à la jeune société Retency afin, entre autres, de mieux comprendre les flux en magasin et d'optimiser l'organisation de ses points de vente.

En magasin, Marionnaud a déployé une nouvelle stratégie centrée sur le client. Elle veut maintenant comprendre son déplacement pour mieux optimiser les espaces dans ses magasins

LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

Mieux comprendre le parcours client en magasin, une thématique très sensible pour les distributeurs. **Marionnaud** a pris ce sujet à bras le corps l'an passé, en 2015. Pendant six mois, le groupe a testé en France les boîtiers proposés par la société Retency. Le test s'est montré concluant puisque la chaîne de cosmétiques prévoit aujourd'hui de déployer ce dispositif dans une centaine de points de vente.

Quel est ce dispositif ? Retency, société française créée en 2014, propose des technologies permettant aux enseignes physiques d'accéder à des outils d'analyse de flux d'audience, mais aussi d'optimisation de campagnes de media, ce que possèdent déjà les grands e-commerçants. "*L'objectif pour*

Marionnaud est d'identifier les zones chaudes afin d'optimiser les flux dans ses points de vente", confirme Isabelle Bordry, fondatrice de Retency.

Une solution omnicanal qui séduit les distributeurs

"Marionnaud a décidé de nouer un partenariat fort afin de répondre aux défis rencontrés dans les magasins physiques. Retency a été retenue par nos équipes car elle possède une expertise technologique unique en Europe et une expérience omnicanal" souligne Sébastien Monaco, chef du système d'informations chez Marionnaud. Le groupe a sélectionné, dans un premier temps une centaine de magasins sur les 515 qu'il compte en France. Dans ces points de vente seront installés 5 à 10 boîtiers en moyenne afin d'analyser les flux de la clientèle.

Retency a également séduit d'autres distributeurs dans le **textile** et les **produits culturels** entre autre. Ceux-ci, pour des raisons de confidentialité, préfèrent taire leur identité.