

Rencontre et réflexion**Les dirigeants d'enseignes plébiscitent le Cercle AlizNet**

Le Cercle Dirigeants fête ses deux ans d'existence. Initié par AlizNet Group, il a pour objectif de réunir des dirigeants issus de la Distribution, du Fashion et du Luxe. Et aujourd'hui, ce sont plus de 30 d'entre eux qui se retrouvent régulièrement pour échanger et réfléchir à l'avenir et aux nombreux enjeux du commerce. Au programme du Cercle, animé par les associés d'AlizNet Group, différents événements comme des retail tours dans les capitales qui bougent, une veille et une analyse des bonnes pratiques et tendances émergentes, mais aussi des dîners réunissant les PDG, DG ou membres de Comex. Le dernier Dîner en date portait sur le Big Data et avait pour objectif de convaincre les entreprises françaises de prendre rapidement en main cette richesse, avant qu'elle ne soit captée et détournée au profit d'autres acteurs émergents.

« Le Cercle Dirigeants, l'opportunité unique de nous rencontrer et communiquer », Christian Pimont

Christian Pimont, Président de la Fédération des Enseignes de l'Habillement, membre du Conseil d'Administration du Groupe Vivarte et Operating partner au sein d'Apax Partners, participe régulièrement au Cercle AlizNet. Il témoigne de l'importance de ce type de rendez-vous :



Christian Pimont

*« Nous avons rarement l'occasion de nous **rencontrer entre dirigeants** et de pouvoir parler ensemble, en **petit comité** et en **toute liberté**, de notre métier. Au sein des événements du Cercle, à l'image des Dîners Dirigeants, nous partageons nos **expériences, projets, difficultés, risques** et **opportunités prospectives**. Nous échangeons sur des sujets d'actualités qui concernent notre profession, à l'image du Big Data, le thème central du dernier dîner dirigeant. Il portait non pas sur l'aspect technique et informatique, mais sur les **conséquences du Big Data sur la valorisation des enseignes**. »*

« Une initiative d'AlizNet née de la demande de nos clients et prospects », Patrick Péchier

Patrick Péchier, Président d'AlizNet Group, a créé le Cercle Dirigeants en écoutant ses clients et prospects qui font régulièrement part du contexte économique actuel qui se durcit, de l'importance de faire les bons choix, mais aussi du manque de lien et d'échanges entre eux.

*« Ils font le même métier, rencontrent les mêmes problématiques et ont souvent des enjeux similaires, notamment en termes d'innovation, de services et de fidélisation du client. Ils se connaissent bien entendu, mais de loin. Ils s'écoutent, se lisent, mais ont très rarement l'occasion de se parler, ou alors face à un public. Avec le Cercle, nous leur offrons un **lieu d'échange et de réflexion où la parole est très libre**. Ces dîners sont uniques en leur genre puisqu'il n'existe aucun groupement ou événement de ce type en France !*

*A travers le Cercle, nous les challengeons, les provoquons, tout en partageant avec eux notre **vision de l'avenir**, notre **sens critique** et nos **partis pris**. Et dans cette période délicate, cette zone de turbulences que nous traversons tous, ils sont ravis de pouvoir partager avec des confrères. »*



Patrick Péchier

Des problématiques au cœur des préoccupations des dirigeants d'entreprise

Autour de thématiques comme « *Les leviers de croissance à court terme* », « *Le retour d'expérience sur les derniers Retail Tours de Londres, Barcelone et New York* » ou encore « *Le Big Data, et maintenant ?* », AlizNet apporte des réponses précises, fort de sa parfaite connaissance de la distribution, du Fashion et du luxe au niveau international.

Parmi les personnalités ayant participé aux différents Dîners Dirigeants figurent Michel Delbecq (CIO EMEAP de Sephora), Hubert Aubry (DG de Gemo), Pierre Mestre (Président du Groupe Orchestra Prémaman), David Almeida (Directeur E-commerce & Marketing de Conforama France) ou encore Christian Pimont.

« **Le Big Data, un levier de croissance incontournable** », l'épineux sujet du dernier Dîner Dirigeants

« *Le dernier Dîner a lieu en octobre, poursuit Patrick Péchier. Il concernait le **Big Data**, cet anglicisme dont tout le monde parle, mais qui fait encore malheureusement peur aux entreprises françaises. Notre objectif était d'étudier, avec eux, ce levier de croissance devenu aujourd'hui incontournable !* »

Ainsi, au cours de ce dîner, AlizNet et la dizaine de dirigeants présents ont abordé les dernières évolutions du Big Data et les nouveaux défis qu'il représente, comme l'explique Christian Pimont :

« *Cette discussion, particulièrement riche, a permis à certains d'entre nous de prendre conscience que la connaissance et la relation de nos clients pouvaient nous échapper ou être détournées au profit des groupes de cartes bancaires, des grands réseaux sociaux mais aussi de certaines start-up, dont le seul actif est justement la détention de ces bases de données. Ces données constituent pourtant l'axe stratégique de nos enseignes. Leur optimisation est devenue vitale pour notre survie puisqu'elle a des conséquences directe sur la fidélisation de nos clients, leurs fréquentations et leurs achats. Au vu de la veille d'AlizNet à l'international, nos enseignes françaises sont à la traîne sur la collecte et l'analyse des données, alors qu'il s'agit d'un important levier de croissance ! Pour rester dans la course, nous devons vite réagir et faire de la gestion des données l'une de nos priorités.* »

Les Retail Tours d'AlizNet, l'autre événement phare du Cercle AlizNet

Dans le cadre du Cercle, AlizNet organise 3 à 4 fois par an, des Retail Tours auxquels l'entreprise convie ses clients et prospects. Au cours de ces journées, AlizNet les emmène visiter une sélection de points de vente présentant des innovations, des bonnes pratiques, des points de différenciation, des top mais aussi des flop. Parmi les villes récemment visitées : Paris, Londres, Barcelone et New York.

**Le prochain Retail Tour d'AlizNet est prévu en janvier 2015.
Il a lieu à Las Vegas et New York, pendant les salons [CES](#) et [NRF](#).**

AlizNet Group est spécialisé dans la Distribution, le Fashion et le Luxe, le groupe accompagne les entreprises à 360° dans la définition de leur stratégie d'offre, d'approvisionnement, leur suivi budgétaire, leur politique commerciale, mais aussi leur politique marketing. AlizNet Group emploie plus de 80 collaborateurs (Paris, Laval, Rabat et Shanghai) et a réalisé un CA 2014 de 9,5 millions d'euros. Parmi ses clients figurent Auchan, Célio, Conforama, Groupe Beaumanoir, Groupe Chèque Déjeuner, Groupe Eram, Fnac, JM Bruneau, Millésima, Picard, Printemps, Senoble, Vivarte, Zannier, etc.
Plus d'informations : www.aliznet.fr