

Lancement de la plateforme REDISport

Les fédérations professionnelles Fifas, Fps et Eurosima présentent la plateforme en ligne RediSport* issue du travail collaboratif de l'association ECR Sport. « **La nouvelle génération des relations commerciales**** » vient d'être lancée le jeudi 4 février, à la CCI de Paris.

Retour sur cette après-midi de table ronde où les 7 initiateurs du projet et d'ores et déjà utilisateurs (adidas, Rip Curl, Lafuma, Le coq Sportif, Go Sport, Sport 2000, Intersport) ont présenté à la vingtaine de marques présentes le principe, les objectifs et les perspectives de cette plateforme innovante.

REDISport est une plateforme destinée à favoriser les échanges de données informatisées **entre fournisseur et distributeur.**

Un contrat d'échanges initié lors de la négociation commerciale... La marque et le distributeur conviennent des types de documents sur lesquels ils souhaitent échanger - 7 types d'échanges possibles : catalogues produits, commande, état des ventes, avis d'expédition, avis de paiement, facture, état d'inventaire -. Une seconde étape consiste à définir les modalités de ces échanges : format de documents, protocole de confirmation par ftp ou e-mail, automatisation...

Le principe : une seule configuration pour tous vos échanges. Chacun organise en interne son système d'information (configuration, équipe support de Codit informatique). Vous échangez ensuite librement avec tous les abonnés RediSport sans avoir à reconfigurer.

- ❖ **Générer du chiffre d'affaires supplémentaire** grâce à une plus grande circulation des informations, gagner en productivité, accélérer les échanges commerciaux, prévenir les ruptures en linéaire. Les objectifs ne manquent pas et les abonnés témoignent.

Du côté enseigne, 


LE SPORT COMMENCE ICI



Yves Garcia (Intersport) argumente « *c'est un vrai gain en magasin, nos vendeurs n'auront plus à saisir de bordereaux et autres documents. Les vendeurs auront donc plus de temps à consacrer à la vente, ils vendront plus et les commandes fournisseurs augmenteront. La plateforme est opérationnelle, elle fonctionne actuellement* ». L'objectif est donc de « *toucher un maximum de fournisseur* » ajoute Olivier Bis (Go Sport).

Du côté marque, 







« *Aujourd'hui, il existe un vrai problème dans la gestion des stocks, la responsabilité fournisseur / distributeur est partagée et l'enjeu est là : comment je vais partager les données pour être capable d'amener le produit là où il doit être* » commente Baptiste Caulonque, directeur logistique de Rip Curl.

Les garanties ? Un système sécurisé conçu pour s'adapter à la taille des entreprises, des coûts mutualisés (entre 70 euros HT à 2.100 euros HT par mois suivant le niveau de chiffre d'affaires).

Le futur ? Une plateforme évolutive et bientôt internationale. Les 3 enseignes de la distribution engagées souhaitent voir leurs fournisseurs s'abonner massivement à RediSport d'ici à 2011. 100 à 200 abonnés sont attendus à terme.

+ info : voir le site ecr-sport.com

+ contact : Xavier Besson xavierbesson@ecr-sport.com

* la plateforme Redisport est commercialisée par la SAS du même nom, dont l'actionnaire majoritaire est l'association ECR Sport

** selon Baptiste Caulonque, directeur logistique de Rip Curl.