

TÉMOIGNAGE



Outre la signature d'un contrat avec un distributeur exclusif pour le marché allemand, j'ai également pu, grâce à l'IFA Berlin, contractualiser avec un partenaire grossiste pour le marché japonais. Cela a déjà engendré 50 000 € de commandes !

REDISON conçoit des solutions innovantes pour faciliter le quotidien de chacun en développant notamment des objets connectés dans les domaines de la musique, du sport et de la santé. Originaire de Lens, l'équipe composée majoritairement de musiciens, a d'abord développé Senstroke, son produit phare : des baguettes connectées permettant de jouer de la batterie n'importe où et n'importe quand. D'autres produits sont actuellement en développement dans le domaine de la santé. Agée de bientôt 3 ans, Redison est déjà médiatisée avec des parutions dans plusieurs médias comme Euronews, BFM.TV, Sciences & Vie, les Echos ou encore Télérama.



Jérôme DRON
Président et
fondateur
REDISON

**TEAM
FRANCE**
— EXPORT —



VOUS ÊTES EXPORTATEUR, QUEL EST L'ÉLÉMENT

DÉCLENCHEUR DE VOTRE DÉMARCHÉ ?

Notre objectif était de participer à un salon majeur de la tech européenne voire mondiale. Après tout, des joueurs de batterie, il y en a sur tous les continents ! Dès notre première campagne de financement participatif sur Kickstarter, nous avons reçu des soutiens et des commandes de pays tiers, nous avons donc su très tôt que notre produit avait un fort potentiel à l'export.

QUELLES ONT ÉTÉ LES DESTINATIONS CIBLÉES

ET POURQUOI ?

Nous avons logiquement commencé sur les marchés européens, tout en gardant un œil sur les marchés asiatique et nord-américain. Dans ces pays, notre communication autour du produit avait suscité beaucoup de retours au sein de la communauté des percussionnistes, des professeurs de musique et des batteurs amateurs comme pros. Certes, l'adhésion des utilisateurs était indispensable mais encore nous fallait-il toucher les bons circuits de distribution. Or, ceux-ci sont très présents dans des pays comme l'Allemagne, le Japon, les Etats-Unis et le Canada. Nous avons ciblé le salon IFA à Berlin. Son orientation pour les produits grand public, la présence de la French Tech et son excellente réputation m'ont encouragé.

VOUS AVEZ FAIT APPEL À LA TEAM FRANCE EXPORT,

COMMENT VOUS A-T-ELLE ACCOMPAGNÉE ?

Business France à Lille m'a proposé un accompagnement qui comprenait la présence sur le pavillon France, notre signalétique et notre communication afin de valoriser notre produit et notre application. A cela s'ajoutait une campagne de presse en amont, servant à annoncer notre présence sur le salon. Nous souhaitons ainsi persuader les professionnels de la distribution musicale et des objets connectés à venir nous rendre visite pour essayer notre Senstroke en live. Dès les premiers contacts avec le bureau de Business France, on nous a expliqué que le salon était éligible à une aide régionale. Nous avons simplement rempli un document en plus de notre demande d'inscription et quelques jours après, le Conseil Régional des Hauts-de-France nous a confirmé une aide de 50% sur notre participation à IFA Berlin. Nous avons donc une présence clé en main sur l'un des plus grands événements mondiaux et un outil de communication pour un coût réduit.

QUEL A ÉTÉ L'IMPACT (RoI) DE CET ACCOMPAGNEMENT ?

En allant à IFA Berlin, je m'attendais à un salon exclusivement européen. Or, y venir m'a permis de me rendre compte de l'envergure mondiale de cet événement. Outre la signature d'un contrat avec un distributeur exclusif pour le marché allemand, j'ai également pu, grâce à l'IFA Berlin, contractualiser avec un partenaire grossiste pour le marché japonais, qui a déjà engendré 50 000 € de commandes. Cela représente environ 250 kits. Le retour sur investissement est donc supérieur à 97% !