

FUTVR>

GROWTH INTELLIGENCE

Plateforme de croissance intelligente,
de veille stratégique et d'aide
à la prise de décision.

UNE INITIATIVE PROPOSÉE PAR
INOX COMMUNICATION SA

ENTREPRISES EXPORTATRICES.
SI VOUS PENSEZ QUE 2026
REPRÉSENTE UN DÉFI MAJEUR
POUR VOTRE ENTREPRISE,
CECI EST POUR VOUS.



inox



FACE AUX DÉFIS MAJEURS ET ENJEUX STRATÉGIQUES ACTUELS, **VOUS N'ÊTES PAS SEUL.E !**

AGISSONS ENSEMBLE ET **MAINTENANT.**

EDITO

Une initiative d'entrepreneur
à entrepreneur

CONTEXTE

Une crise structurelle qui risque
de s'inscrire dans la durée

RECOMMANDATION

Un plan d'action stratégique
activable dès février 2026

SOLUTION

De la crise à la résilience
en 10 semaines



Chères dirigeantes, Chers dirigeants,

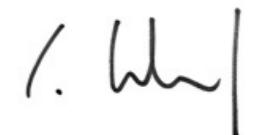
Depuis plus de vingt ans, nous accompagnons des entreprises suisses dans leur développement à l'international. Jamais nous n'avons observé un contexte aussi complexe que celui que nous traversons aujourd'hui : hausse des droits de douane, franc fort, instabilité géopolitique. Nous ne faisons pas face à une crise passagère, mais une mutation structurelle qui va s'inscrire dans la durée.

Face à cette réalité, attendre n'est plus une option. Il faut agir — avec méthode, données à l'appui, et une vision claire de ses marchés, de ses produits et de ses forces. C'est dans cet esprit qu'est née FUTVR, une initiative pensée par des entrepreneurs pour des entrepreneurs, destinée à aider les entreprises exportatrices suisses à transformer la contrainte en opportunité.

Notre plateforme de croissance intelligente et de veille stratégique identifie de nouveaux marchés et de nouveaux segments clients qualifiés. Elle permet d'activer rapidement des plans d'action concrets, adaptés et propres à chaque PME.

Chez INOX, nous croyons profondément à la résilience, à l'agilité et à l'intelligence collective. Ce projet incarne cette conviction : donner aux entreprises suisses les moyens de redevenir maîtres de leur futur.

Lats Kladny
CEO Inox Communication SA
079 379 52 22
lats@inox.com

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Lats Kladny". The signature is fluid and has a personal, professional look.

UNE CRISE STRUCTURELLE QUI RISQUE DE S'INSCRIRE DANS LA DURÉE

Le double choc tarifaire et monétaire

En août 2025, les entreprises exportatrices suisses ont fait face à un choc sans précédent : une hausse brutale des tarifs douaniers américains de 39%. Bien que récemment ramenée à 15%, cette réduction reste une illusion de soulagement.

Couplée à l'appréciation du franc suisse de +12,7% contre le dollar en 2025, la pression tarifaire crée une érosion de compétitivité-prix de plus de 27% sur le 2ème marché d'export de la Suisse. Résultat : les PME suisses risquent de perdre 10 à 15% de leurs revenus exports en 2026 sans action stratégique immédiate.

EUROPE

FRANC FORT 2025
+3%
CHF / EUR

MARCHÉ 1^{ER}
marché d'export

PART EXPORT
<50%
Suisse vers UE

HAUSSE CHF/EUR
+15.9%
à 3 ans (2028)

PERTE REVENU 2026
8-12%
en cas d'inaction

USA

FRANC FORT 2025
+12.7%
CHF / USD

MARCHÉ 2^{ÈME}
marché d'export

PART EXPORT
15-20%
Suisse vers USA

TARIFS DOUANIERS
+15%
annoncé le 14.11.2025

PERTE REVENU 2026
10-15%
en cas d'inaction

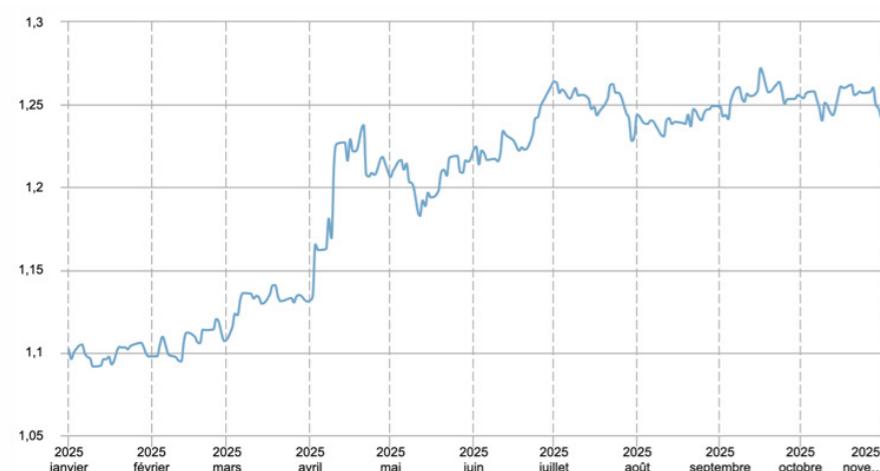
IMPACT TOTAL 2028
+15.9%

d'érosion de
compétitivité-prix

IMPACT TOTAL 2025
+27.7%

d'érosion de
compétitivité-prix

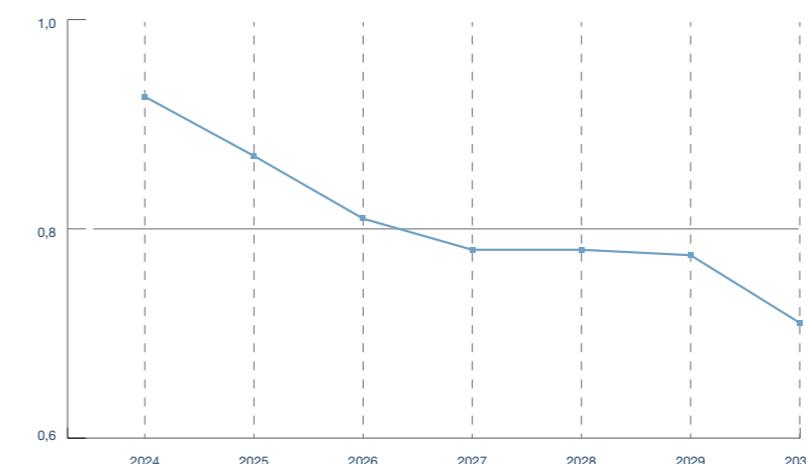
EVOLUTION CHF / USD EN 2025



+12.7% en 2025

Le franc fort face au dollar (ou l'euro) n'est pas une fluctuation passagère, c'est une réalité structurelle de 3 ans qui s'ajoute à la crise tarifaire.

EVOLUTION CHF / EUR D'ICI 2030³⁾



+15.8% d'ici 2028

L'euro tombera à 0,80 franc d'ici trois ans¹⁾

1) Source ALLNEWS - 15.04.2025:
L'euro tombera à 0,80 franc d'ici trois ans.

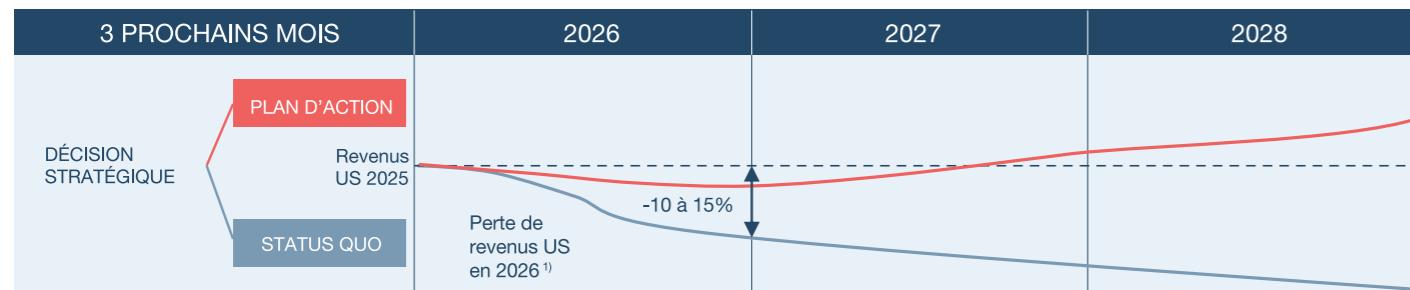
2) Source SWISSMEM - 14.11.2025:

Après l'accord avec les États-Unis : soulagement, mais pas de fin d'alerte.

3)

AGIR MAINTENANT AVANT D'Y ÊTRE CONTRAINT

LE COÛT DE L'INACTION



1) Estimation du SECO sur la part de perte du revenu en 2026 liées aux exportations US

Les prochains mois décident de votre compétitivité pour les prochaines années. Les entreprises qui attendent pour réagir affronteront plusieurs difficultés:

1. Vos concurrents qui entrent sur de nouveaux segments clients/marchés maintenant créeront un avantage durable de 2-3 ans sur vous en termes de clients établis et partenariats.

2. Les budgets et moyens pour exécuter une stratégie de diversification ne feront que se réduire au fur et à mesure que l'impact de l'érosion compétitivité-prix se fait sentir.

3. Vous vous exposez à gérer une crise 2026 avec les mains liées face à une fenêtre de 24-36 mois de crise tarifaire sans plan B.

LA CRISE CACHE AUSSI UNE OPPORTUNITÉ STRATÉGIQUE MAJEURE

Les entreprises qui réagissent rapidement—en renforçant leurs segments clients existants et en diversifiant leurs marchés de destination, en restructurant leurs coûts et en se positionnant sur des segments moins sensibles aux tarifs—peuvent non seulement survivre à la tempête, mais en sortir plus fortes et plus résilientes que leurs concurrents.

	1. RESTRUCTURATION	2. PÉNÉTRATION DE NOUVEAUX MARCHÉS
ACTION	À FAIRE IMMÉDIATEMENT	COURT TERME PRÈT Q1 2026
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> Réduire rapidement les coûts Sécuriser les marges 	<ul style="list-style-type: none"> Identifier 3-5 segments clients/marchés alternatifs Lancer pilotes Q1 2026, premières ventes Q2 2026
RESULTATS ATTENDUS	<ul style="list-style-type: none"> Limite l'impact financier à court terme Prépare l'entreprise à l'incertitude 	<ul style="list-style-type: none"> Diversification géographique Amortissement du choc tarifaire Accès à de nouveaux clients
IMPACT	Compenser 5-10% de perte tarifaire en 3-6 mois	+8-15% revenus additionnels Réduction dépendance UE / US Nouveaux segments clients / marchés
AGENDA	Avant fin 2025	Dès début 2026

Recommandation à court terme

- Prioriser la restructuration rapide (#1) et la conquête de nouveaux marchés qualifiés (#2) dans les 6-12 mois.
- Lancer des développements de produits nouveaux (#3) en parallèle pour soutenir la croissance à moyen terme.
- Diversification et délocalisation (#4, #5) à considérer si les ressources et le contexte le justifient, mais ne pas en faire le pilier de la relance 2026.

Agir maintenant sur les priorités #1 et #2 garantit plus de contrôle, d'agilité et de résilience face à la crise tarifaire et la volatilité des marchés.

TROIS OPTIONS, UNE ALTERNATIVE SENSÉE

OPTION 1

Ne rien faire : la fausse sécurité du statu quo

Attendre que les tarifs baissent. Voir vos concurrents prendre des parts de marchés et pénétrer de nouveaux marchés. Arriver au 1er trimestre 2026 sans alternative fondée.

Résultat : Perte de revenu, restructuration de crise forcée. Emploi et avenir incertain.

OPTION 2

Réagir à l'instinct : l'illusion de l'agilité

Deviner les bons marchés. Lancer dans 4-7 pays simultanément. Apprendre via des échecs potentiellement coûteux voire risqués. Consommer votre budget sans certitude.

Résultat : Investissement sans ROI, lenteur, moral des équipes en baisse, forte concurrence.

OPTION 3

Agir méthodiquement : la voie de la résilience

Investissement réduit avec fort ROI. Ciblage de 3-5 marchés qualifiés avec 80%+ de confiance, stabilisation de 2026, développement d'une résilience et d'un avantage concurrentiel durable.

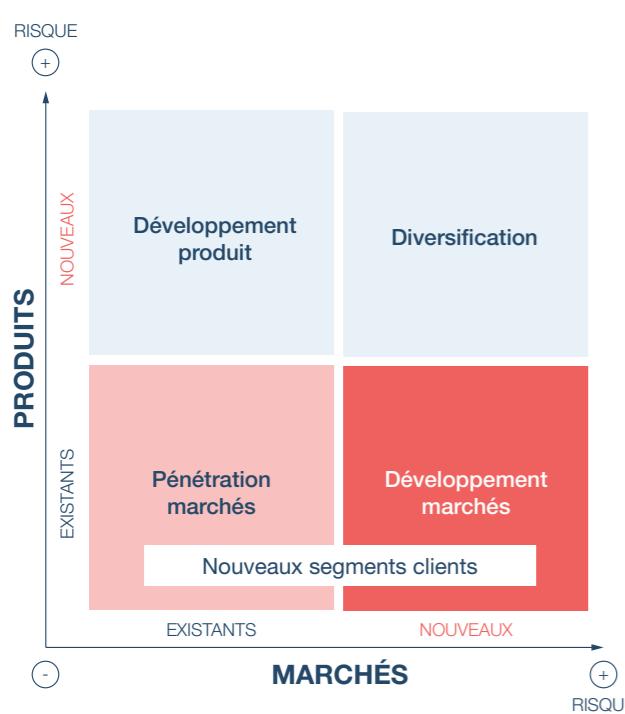
Résultat : Diversification fondée, marges protégées, avantage durable, équipes mobilisées.

3. DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS	4. DIVERSIFICATION	5. DÉLOCALISATION
MOYEN TERME PAS D'URGENCE 2026	LONG TERME RISQUE ELEVÉ	DERNIER RECOURS ¹⁾
Lancement de nouveaux produits pour répondre à de nouveaux besoins.	Combiner innovation produit et exploration de nouveaux marchés / segments pour maximiser la résilience	Déplacement de tout ou partie de la production ou de l'assemblage pour contourner les tarifs
<ul style="list-style-type: none"> Élargissement du portefeuille Nouvelles sources de revenus Réduction dépendance UE / US 	<ul style="list-style-type: none"> Croissance à long terme Réduction des risques Positionnement sur niches porteuses 	Rétablissement de la compétitivité prix, mais avec perte possible de la valeur « Swiss Made » et complexité accrue.
+10-20% revenus à 12-36 mois	+20% de revenus si réussi Risque d'échec 20-40%	+15-30% d'économie de coûts Perte « Swiss Made » Risque opérationnel élevé
Dès 2027+	Dès 2027+	A évaluer

UN PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE ACTIVABLE DÈS FÉVRIER 2026!

POUR MINIMISER IMMÉDIATEMENT L'IMPACT DE LA CRISE, IL FAUT IDENTIFIER POUR LES PRODUITS EXISTANTS, DE NOUVEAUX SEGMENTS CLIENTS/MARCHÉS AVEC UN POTENTIEL DE CROISSANCE AVÉRÉ.

Cette stratégie est modérément risquée mais prometteuse lorsqu'elle s'appuie sur un profilage et une analyse factuelle détaillée. La clé consiste à cibler des marchés où vos produits répondent à des besoins insuffisamment couverts, où l'intensité concurrentielle reste modérée et où les barrières d'entrée sont franchissables.

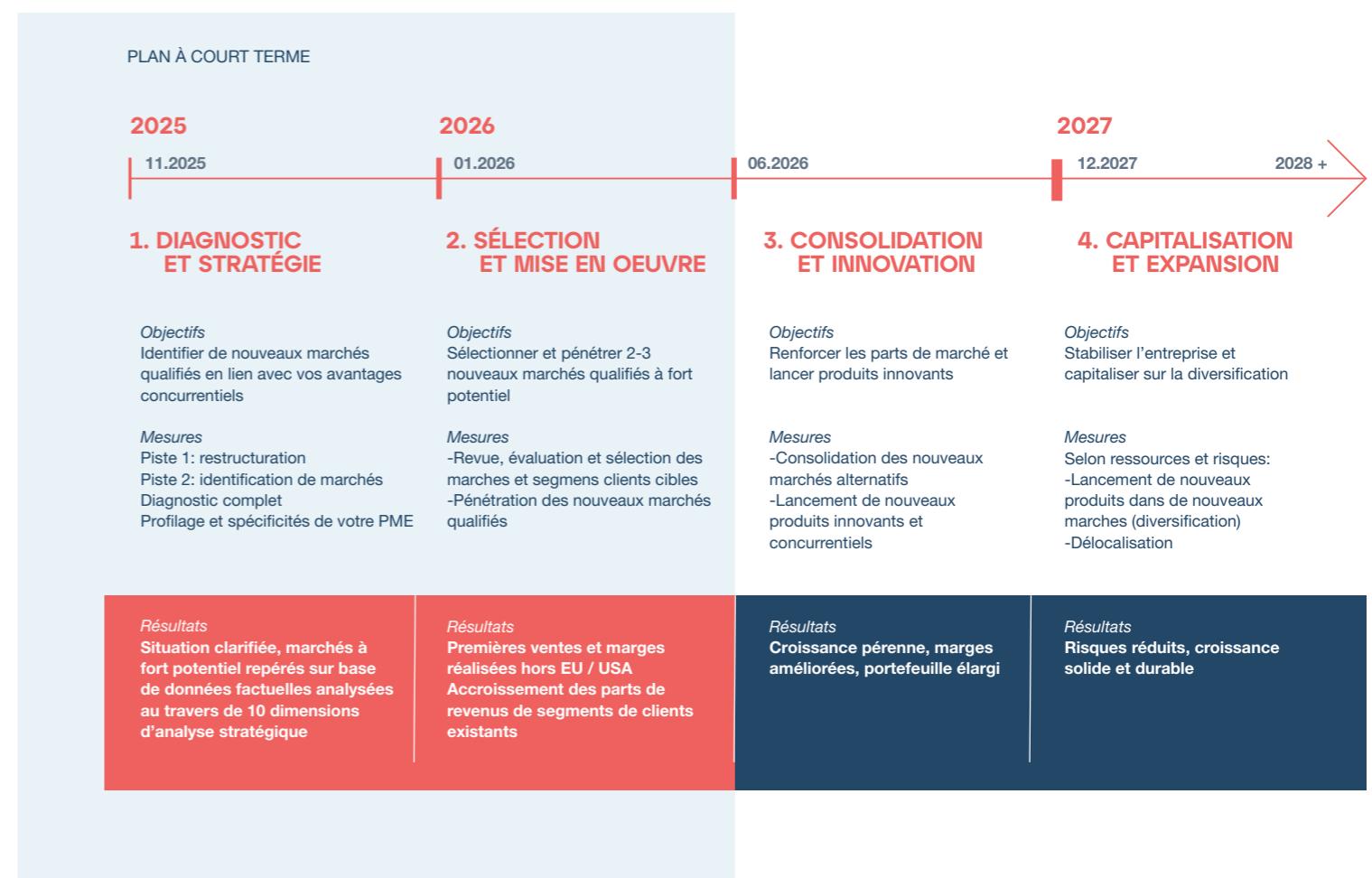


STRATÉGIE GAGNANTE ET ACTIONNABLE À COURT TERME

- Identification et pénétration de nouveaux marchés géographiques,
- Identification et ciblage de nouveaux segments clients (domaines d'applications)
- Développement de nouveaux canaux de distribution pour les produits actuels
- Optimisation continue du positionnement concurrentiel via la veille stratégique

UN PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE PHASÉ BASÉ SUR DES MESURES CONCRÈTES AVEC UN IMPACT À COURT TERME

Ce plan de mesures en 4 phases (à court et moyen terme), vous permet d'agir de façon structurée et agile, de limiter les pertes de revenus, de préserver vos parts de marché et de préparer rapidement votre PME ou entreprise à une croissance plus diversifiée et résiliente.



DE LA CRISE À LA RÉSILIENCE EN 10 SEMAINES

10 DIMENSIONS STRATÉGIQUES ET PLUS DE
100 POINTS D'ANALYSES COMBINÉS POUR IDENTIFIER
FACTUELLEMENT VOS OPPORTUNITÉS DE
CROISSANCE QUALIFIÉES

Partant du profil de votre PME, de vos avantages concurrentiels et des spécificités propres à chacun de vos produits, nous évaluons au travers de 10 dimensions stratégiques de manière factuelle des nouveaux marchés cibles ou segments clients qualifiés.

Cette structure multi-dimensionnelle offre un équilibre entre exhaustivité et praticité opérationnelle, tout en permettant une décision rapide basée sur les 5 critères essentiels (Priorité 1) avant d'affiner le sélection et priorisation des opportunités avec les 5 critères différenciateurs (Priorité 2).

#	DIMENSION D'ANALYSE	OBJECTIF	DESCRIPTION	JUSTIFICATION
PRIORITÉ 1	ATTRACTIVITÉ DU MARCHÉ	Évalue le potentiel de croissance et la taille accessible du marché cible.	Taille du marché total (TAM), serviceable (SAM) et obtainable (SOM), taux de croissance historique (3-5 ans) et prévisionnel, stade de maturité du marché (émergent, croissance, mature, déclin), etc.	Pourquoi prioritaire : Sans taille ni croissance suffisante, même un marché accessible n'offre pas de ROI satisfaisant.
	INTENSITÉ CONCURRENTIELLE	Mesure le niveau de compétition et la difficulté à conquérir des parts de marché.	Nombre et taille des concurrents (concentration du marché), parts de marché des acteurs principaux, barrières à l'entrée et menaces de nouveaux entrants, positionnement prix et qualité des concurrents, etc.	Pourquoi prioritaire : Une concurrence féroce réduit drastiquement les marges et complique la pénétration, même avec un bon produit.
	ADÉQUATION PRODUIT MARCHÉ (FIT)	Évalue la correspondance entre les atouts de votre produit et les besoins/attentes du marché cible.	« Analyse des besoins clients (jobs-to-be-done), besoins/problèmes adressés par votre produit, différenciation vs. solutions existantes, compatibilité culturelle et préférences locales, etc. »	Pourquoi prioritaire : Sans fit produit-marché, aucun effort commercial ne compensera le désalignement fondamental.
	ACCESSIBILITÉ DU MARCHÉ	Mesure la facilité d'entrée sur le marché (réglementaire, logistique, commerciale).	Barrières tarifaires (droits de douane, taxes), réglementation et normes (certifications requises), complexité administrative (licences, autorisations), quotas et restrictions d'importation, etc.	Pourquoi prioritaire : Un marché attractif mais inaccessible représente un investissement perdu ou un time-to-market inacceptable.
	PRIX ET RENTABILITÉ POTENTIELLE	Évalue la viabilité économique et le potentiel de profit sur le marché cible.	Prix de marché acceptables (benchmarking concurrentiel), structure de coûts (production, logistique, distribution), marges prévisionnelles, valeur vie client (CLV), délai de retour sur investissement, etc.	Pourquoi prioritaire : Un marché accessible avec un bon fit mais non rentable n'est pas une opportunité viable à long terme.
PRIORITÉ 2	CANAUX DE DISTRIBUTION ET PARTENAIRES	Évalue la disponibilité et la qualité des canaux pour atteindre le client final.	Types de canaux dominants (direct, distributeurs, e-commerce), couverture géographique, disponibilité et qualité des partenaires potentiels, pouvoir de négociation des intermédiaires, exclusivités et contrats existants, etc.	Valeur : Permet d'évaluer le coût et la faisabilité d'une stratégie go-to-market efficace.
	PROFIL ET COMPORTEMENT CLIENT	Caractérise les clients cibles et leurs processus d'achat.	Segmentation client, profil de l'Ideal Customer Profile (ICP), processus de décision et cycle d'achat, sensibilité au prix vs. Qualité, fidélité aux marques existantes, budget et pouvoir d'achat, etc.	Valeur : Oriente la stratégie commerciale, le positionnement prix et les messages marketing.
	ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET RISQUES	Évalue la stabilité macroéconomique et les risques systémiques du marché.	Stabilité politique et réglementaire, volatilité économique (inflation, taux de change), risques de paiement et défaut, protection de la propriété intellectuelle, niveau de corruption et facilité de faire des affaires, risques géopolitiques et sanctions, etc.	Valeur : Permet de pondérer l'attractivité par le niveau de risque acceptable pour l'entreprise.
	CAPACITÉS ET RESSOURCES REQUISES	Mesure l'écart entre vos capacités actuelles et celles nécessaires pour réussir.	Investissements initiaux requis (marketing, certification, stock), adaptations produit nécessaires (localisation, standards), compétences linguistiques et culturelles, support technique et service après-vente, etc.	Valeur : Permet d'évaluer la faisabilité opérationnelle et financière de la pénétration.
	DURABILITÉ ET POTENTIEL À LONG TERME	Évalue la pérennité de l'opportunité et les perspectives d'évolution.	Tendances de marché à 3-5 ans, risques d'obsolescence technologique, évolution réglementaire prévisible, potentiel d'expansion géographique ou de gamme, durabilité de l'avantage concurrentiel, synergies avec d'autres marchés, etc.	Valeur : Distingue les opportunités tactiques (court terme) des opportunités stratégiques (croissance durable).

VOTRE PLAN DE DIVERSIFICATION

RECEVEZ UN SET COMPLET D'OUTILS D'AIDE
À LA DÉCISION ET À L'ACTION PROPRE AU CONTEXTE
ET SPÉCIFICITÉS DE VOTRE PME.

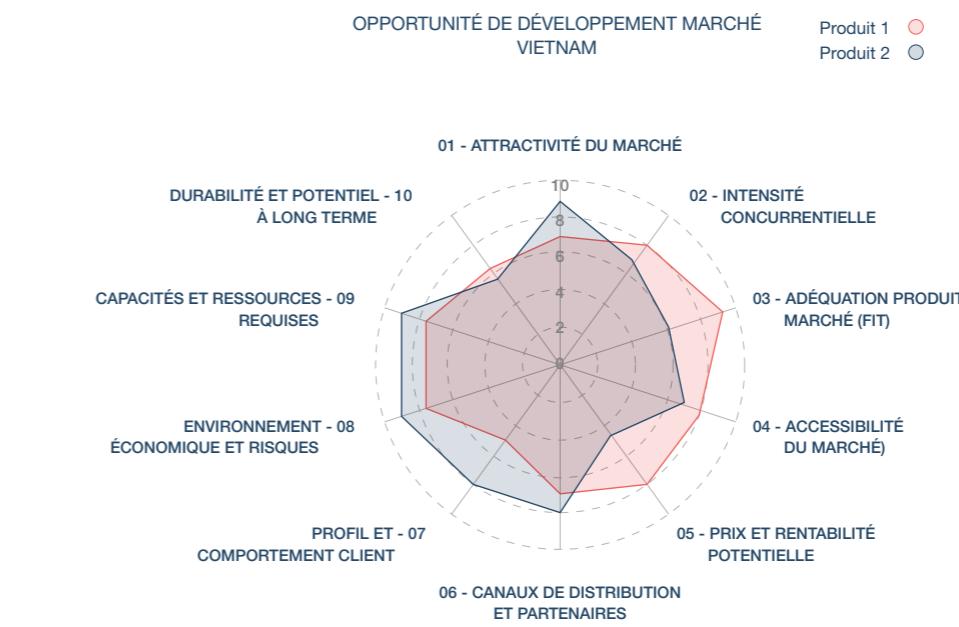
- Un tableau de bord stratégique avec notation des opportunités au travers des 10 dimensions
- Les fiches marché avec analyse approfondie de chaque opportunité
- Des recommandations de pénétration de marchés concrètes prêtes à être mises en œuvre
- Flux continu d'informations de veille stratégique marchés, concurrents, clients (12 mois inclus)

Dimension	Score 1-10	Priorité	Notes
1. Attractivité marché	8	P1	TAM CHF 500M+, CAGR +8%
2. Intensité concurrentielle	6	P1	Marché concentré, Siemens/Bosch dominent
3. Adéquation produit-marché	8	P1	Fit excellent, qualité suisse valorisée
4. Accessibilité marché	9	P1	EU membership, zéro tarifs, certifications EU
5. Prix & rentabilité	7	P1	Marges 30-35% durables, pas prix war
Priorité 1 Score	38/50	—	(8+6+8+9+7)/5 = 7,6/10 avg
6. Canaux & partenaires	7	P2	Bons distributeurs disponibles
7. Risque économique/politique	9	P2	Très stable, FX modérée
8. Capacités requises	7	P2	Localisation légère requise
9. Profil client & comportement	7	P2	Processus longs mais loyals
10. Durabilité long terme	8	P2	Marché durable, avantage stable
Priorité 2 Score	38/50	—	(7+9+7+7+8)/5 = 7,6/10 avg
TOTAL PONDÉRÉ	38	—	(P1: 38x0,70=26,6) + (P2: 38x0,30=11,4) = 38/50



PÉNÉTRATION DE NOUVEAUX MARCHÉS (PRODUITS EXISTANTS - NOUVEAUX MARCHÉS)

Partant du profil de votre PME, de vos avantages concurrentiels et des spécificités propres à chacun de vos produits, nous identifions des marchés cibles qualifiés



ECHELLE DE NOTATION (SCORING 1-10)

10	EXCLUSIF Avantage unique
9	EXCELLENT Avantage significatif majeur
8	TRÈS BON Avantage très favorable
7	BON Favorable, légèrement au-dessus de la moyenne
6	ACCEPTABLE Légèrement favorable, neutre-positif
5	NEUTRE Équilibré (Point de basculement)
4	FAIBLE Légèrement défavorable, neutre-négatif
3	DÉFAVORABLE Désavantage clair
2	TRÈS FAIBLE Désavantage majeur
1	RÉDIBITOIRE Obstacle éliminatoire

SEUILS DE DÉCISION

Dimensions Priorité 1 : Note minimale de 6/10 sur toutes les dimensions
Score global minimum : 60/100 (60%)
Score recommandé pour pénétration : 70/100 (70%)
Opportunité stratégique : 80+/100 (80%+)

MODÈLE DE PONDÉRATION :

Priorité 1 : 70% du poids total (14% par dimension)
Priorité 2 : 30% du poids total (6% par dimension)

OUTIL DE VEILLE STRATÉGIQUE DYNAMIQUE

Grâce à un flux continu d'informations de veille stratégique marchés, concurrents, clients, vous affinez votre stratégie en continu afin de maximiser vos opportunités de croissance.

VEILLE MARCHÉS

Identifiez de nouveaux marchés en forte croissance, disposant d'un accès facilité, une concurrence faible ainsi que des segments client avec une forte appétence pour vos produits. Suivez en continu l'évolution et les changements dans le marché.

VEILLE CONCURRENTS

Analyse factuelle et continue de la concurrence pour renforcer votre compétitivité via la différenciation, une stratégie de prix et des arguments de vente informés répondants aux besoins spécifiques de vos clients.

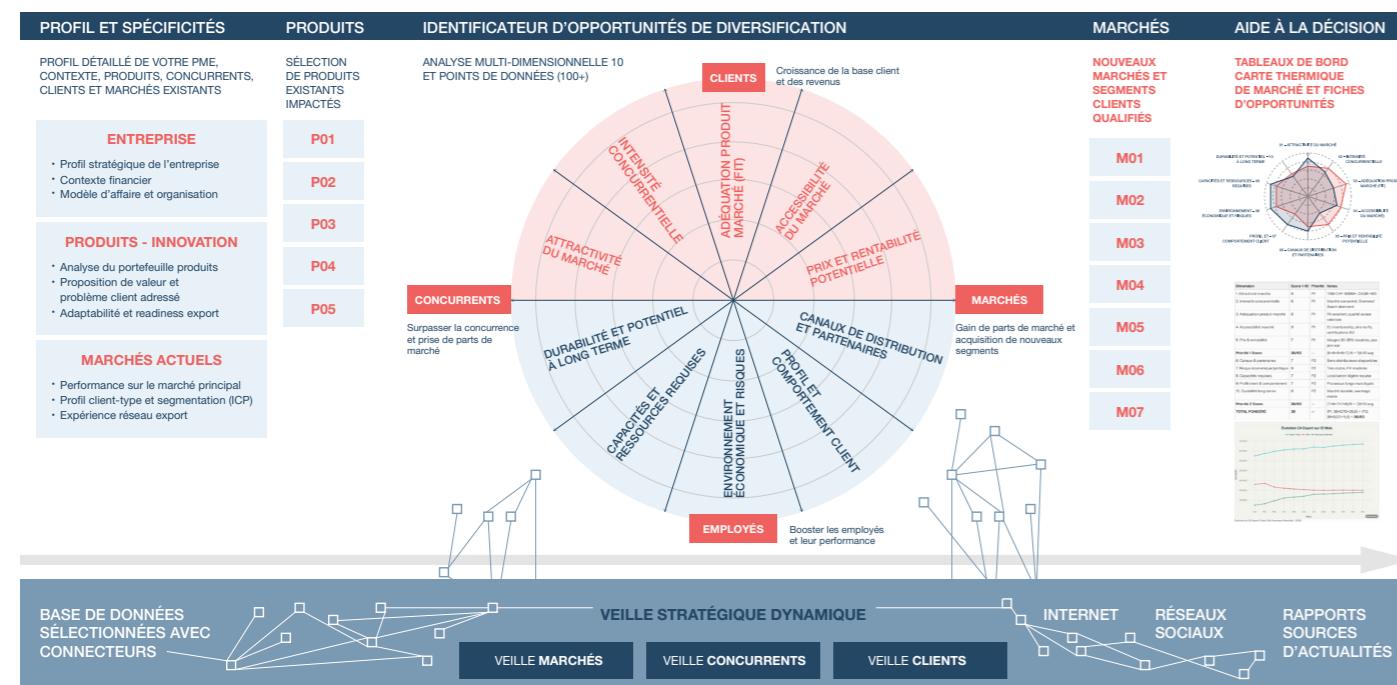
VEILLE CLIENTS

Identifiez de nouveaux segments et profils idéaux de clients (ICP) et comprenez leurs parcours, besoins et préférences d'achat. Ciblez-les avec la bonne proposition au bon moment où qu'ils se trouvent.

PLATEFORME D'IDENTIFICATION D'OPPORTUNITÉS DE DIVERSIFICATION ET DE VEILLE STRATÉGIQUE

Découvrez la puissance de notre plateforme intelligente de croissance basée sur les données et l'IA : une solution avancée pour identifier, qualifier et scorer les opportunités de croissance selon 10 dimensions clés. Grâce à l'analyse en temps réel de l'intelligence

marché, concurrentielle et client, vous ciblez les opportunités les plus porteuses et transformez les données en informations stratégiques. Décidez avec confiance et rapidité dans un monde toujours plus volatile et incertain.



REJOIGNEZ LE PROGRAMME FUTVR> MAINTENANT!

DÉMARRAGE 08.12.2025

PRÊT 20.02.2026

Proposition: Identification de nouveaux marchés géographiques et segments client qualifiés

Solution: Analyse combinée «marchés – concurrents – clients» opportunités de croissance

Approche: Veille stratégique dynamique basée sur des sources de données factuelles éprouvées

Clés de succès: Nous définissons ensemble les dimensions pertinentes d'analyse d'opportunités

Sur mesure : Basé, adapté au profil de votre PME et vos produits impactés par les droits de douane

Financement : Rabais de CHF 5'000.-! Possibilités de solliciter les mesures de soutien à Neuchâtel¹⁾.

RABAIS DE CHF 5'000.-
pour toute commande passée avant le 05.12.2025

Possibilités de solliciter les mesures de soutien pour les entreprises du canton de Neuchâtel¹⁾.

1) Communiqué de presse du 23.10.2025:
Conseil d'état de Neuchâtel: plan d'action cantonal de soutien aux entreprises exportatrices pour les projets d'innovation et de diversification:
2) Valable pour toute commande passée avant le 05.12.2025

	PACK ESSENTIEL	PACK AVANCÉ
Profilage et spécificité PME	Inclus	Inclus
Questions stratégiques	Inclus	Inclus
Nombre de produits	3 à 5 produits	6 à 10 produits
Nombre de marchés	5 à 10 marchés	11 à 20 marchés
Conseil et accompagnement	1 jour	2 jours
Hébergement 12 mois	Inclus	Inclus
	CHF 15'000.- (HT) rabais inclus ²⁾	CHF 22'500.- (HT) rabais inclus ²⁾

Agir maintenant, c'est vous garantir plus de contrôle, d'agilité et de résilience face à la crise tarifaire et la volatilité des marchés.

INTÉRESSÉ.E ?

Vous souhaitez rejoindre le programme FUTVR ?

Nous sommes à votre disposition tous les jours de 09H00 à 12H00 du 22 novembre au 05 décembre 2025.



N'hésitez pas à réserver une session de 30 minutes pour en discuter de vive voix.



INOX COMMUNICATION SA
INTEGRATED GROWTH &
MARKETING STRATEGY

PERSONNES DE CONTACT

Christopher Blackwell, Directeur
078 748 77 77
christopher@inox.com

Lats Kladny, CEO
079 379 52 22
lats@inox.com

NEUCHATEL

Bureau du 111. Pl. Numa-Droz 2
CP 2511. CH-2001 Neuchâtel
+41 32 727 70 70

LAUSANNE

Chemin Renou 2
CH-1005 Lausanne
+41 21 926 79 79

www.inox.com