

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.



Développer une stratégie est une chose.
Faire les bons choix stratégiques
en est une autre.

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

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



AGISSONS ENSEMBLE ET **MAINTENANT.**

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

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.

LE FRANC FORT VA CONTINUER DE S'APPRÉCIER ET ERODER LA COMPÉTITIVITÉ-PRIX

Le franc fort : une érosion continue des marges pour l'export sur les 3 prochaines années

Mais le vrai problème n'est pas temporaire—c'est le franc suisse qui s'apprécie structurellement. Depuis 50 ans, il gagne en moyenne 13% contre l'euro après chaque crise majeure. Depuis début 2025, le franc suisse s'est apprécié de +3% (EUR/CHF à 0,92), et certaines prévisions envisagent un taux de change EUR/CHF à 0,80 d'ici 3 ans ¹⁾. Cela représenterait une érosion de compétitivité-prix de 15,9% pour le marché européen d'ici 2028.

Après neuf trimestres consécutifs de baisse du chiffre d'affaires, la pression notamment sur les entreprises de l'industrie tech suisse reste toutefois énorme. Comme l'affirme Martin Hirzel, président de Swissmem ²⁾ : « Le franc suisse reste fort, l'incertitude est énorme. Il ne faut pas baisser la garde. »

Les entreprises sans plan de diversification concret perdront 2-3 ans précieux pendant que leurs concurrents capturent de nouveaux segments clients/ marchés alors que le franc continuera d'éroder silencieusement les marges sur tous les marchés d'export.

| | | | | | |
|--------|---|---|--|--|---|
| 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

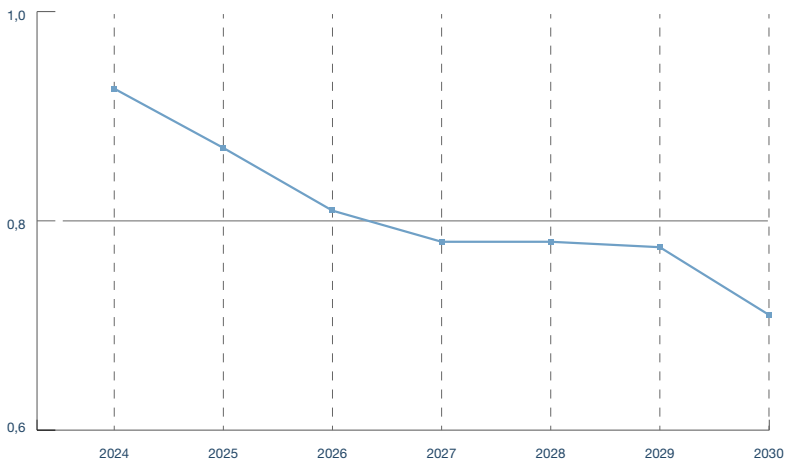
IMPACT TOTAL 2025
+27.7%
d'érosion de
compétitivité-prix

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 2030 ³⁾

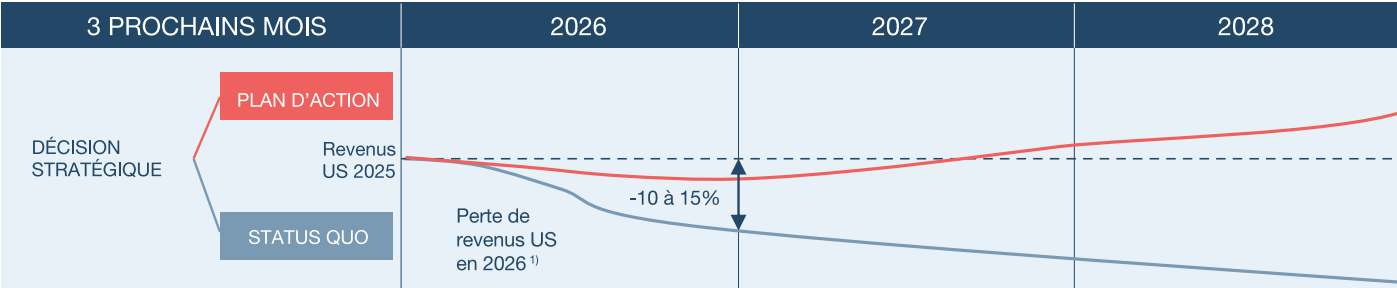


+15.8% d'ici 2028
L'euro tombera à 0,80 franc d'ici trois ans ¹⁾

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.

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.

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 repositionnant 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.

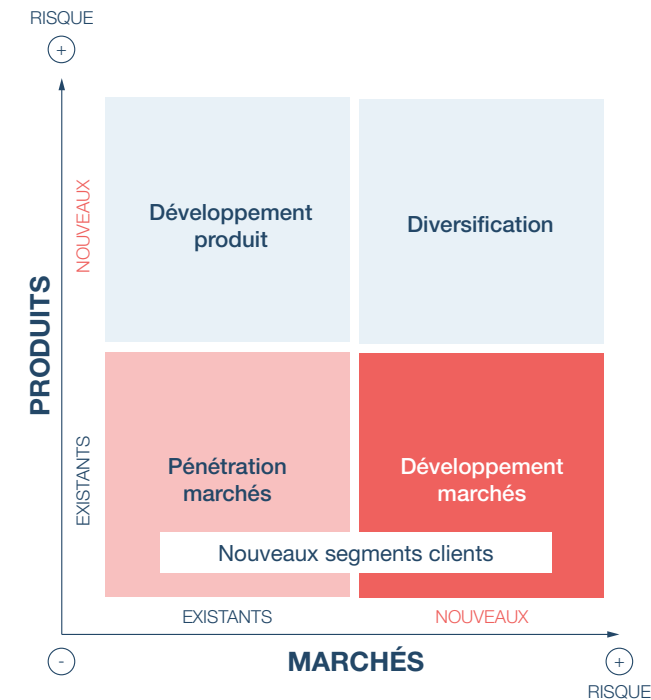
| | 1. RESTRUCTURATION | 2. PÉNÉTRATION DE NOUVEAUX MARCHÉS | Recommandation à court terme • Prioriser la restructuration rapide (#1) et la conquête de nouveaux marchés qualifiés (#2) dans les 6-12 mois. • Lancer des développements de produits nouveaux (#3) en parallèle pour soutenir la croissance à 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. |
|--------------------|---|---|---|
| ACTION | À FAIRE IMMÉDIATEMENT | COURT TERME PRÊT Q1 2026 | |
| OBJECTIFS | • Réduire rapidement les coûts • Sécuriser les marges | • Identifier 3-5 segments clients/marchés alternatifs • Lancer pilotes Q1 2026, premières ventes Q2 2026 | |
| RESULTATS ATTENDUS | • Limite l’impact financier à court terme • Prépare l’entreprise à l’incertitude | • 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 | |

| 3. DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS | 4. DIVERSIFICATION | 5. DÉLOCALISATION |
|---|--|---|
| MOYEN TERME PAS D’URGENCE 2026 | LONG TERME RISQUE ÉLEVÉ | 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 |
| • Élargissement du portefeuille • Nouvelles sources de revenus • Réduction dépendance UE / US | • 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.

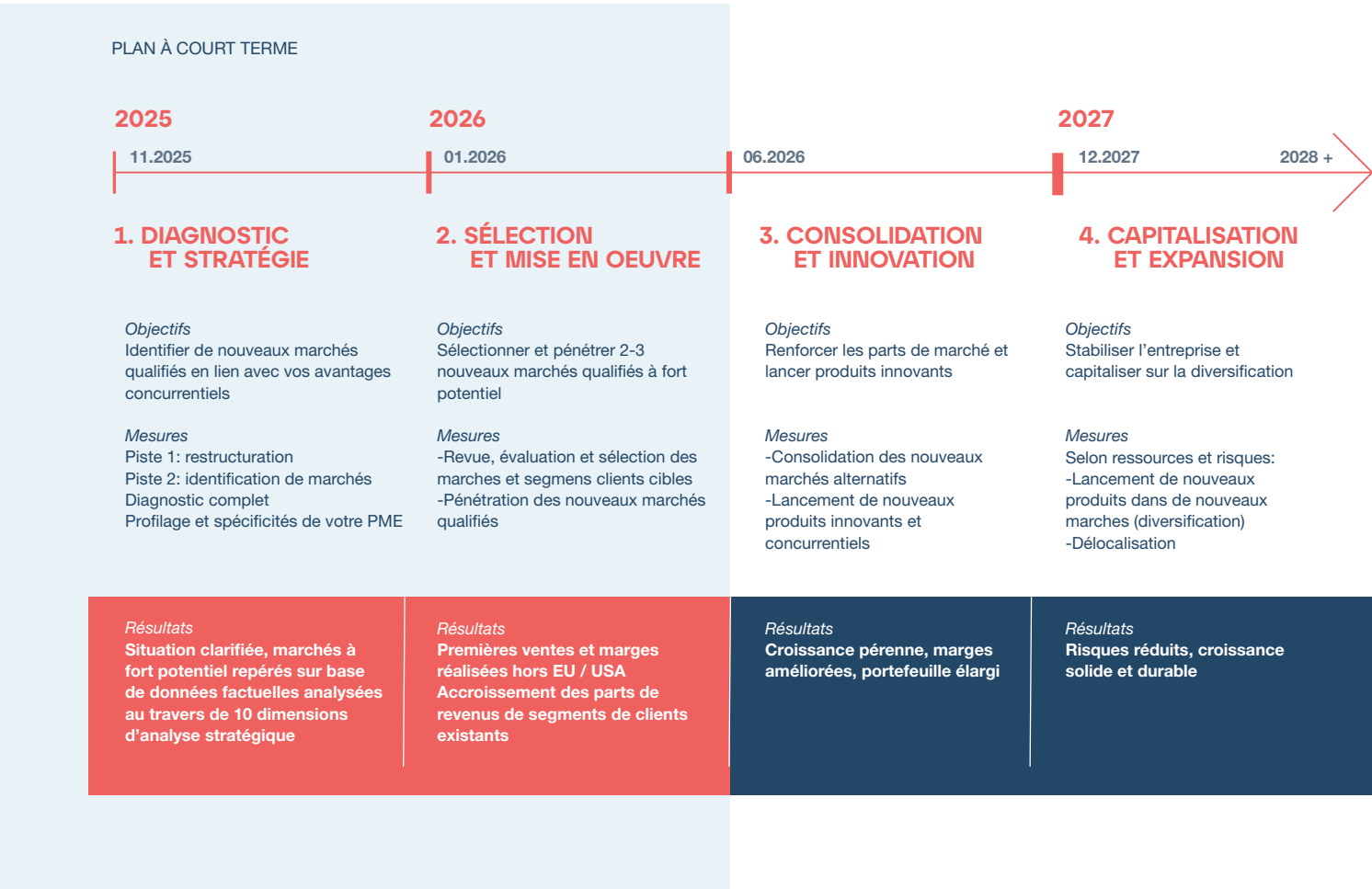


STRATÉGIE GAGNANTE ET ACTIONNABLE À COURT TERME

- 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 priorisa-tion des opportunités avec les 5 critères différenciateurs (Priorité 2).

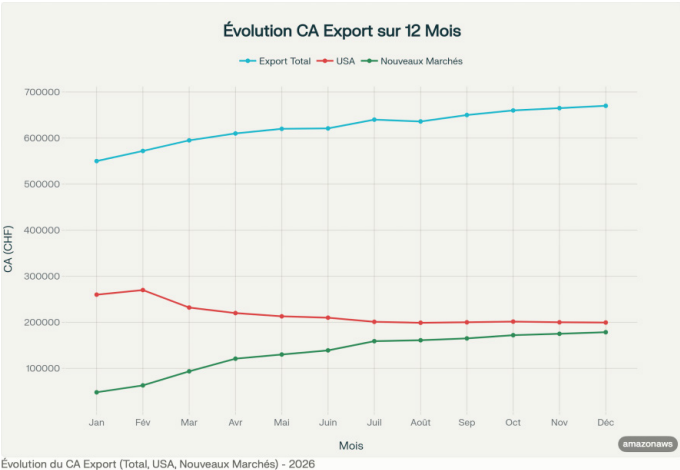
| # | DIMENSION D'ANALYSE | OBJECTIF | DESCRIPTION | JUSTIFICATION |
|------------|---------------------------------------|--|---|--|
| PRIORITÉ 1 | ATTRACTIVITÉ DU MARCHÉ | Évalue le potentiel de croissance et la taille accessible du marché cible. | Taille du marché total (TAM), serviceable (SAM) et 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/attentesdu 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'Idéal 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.

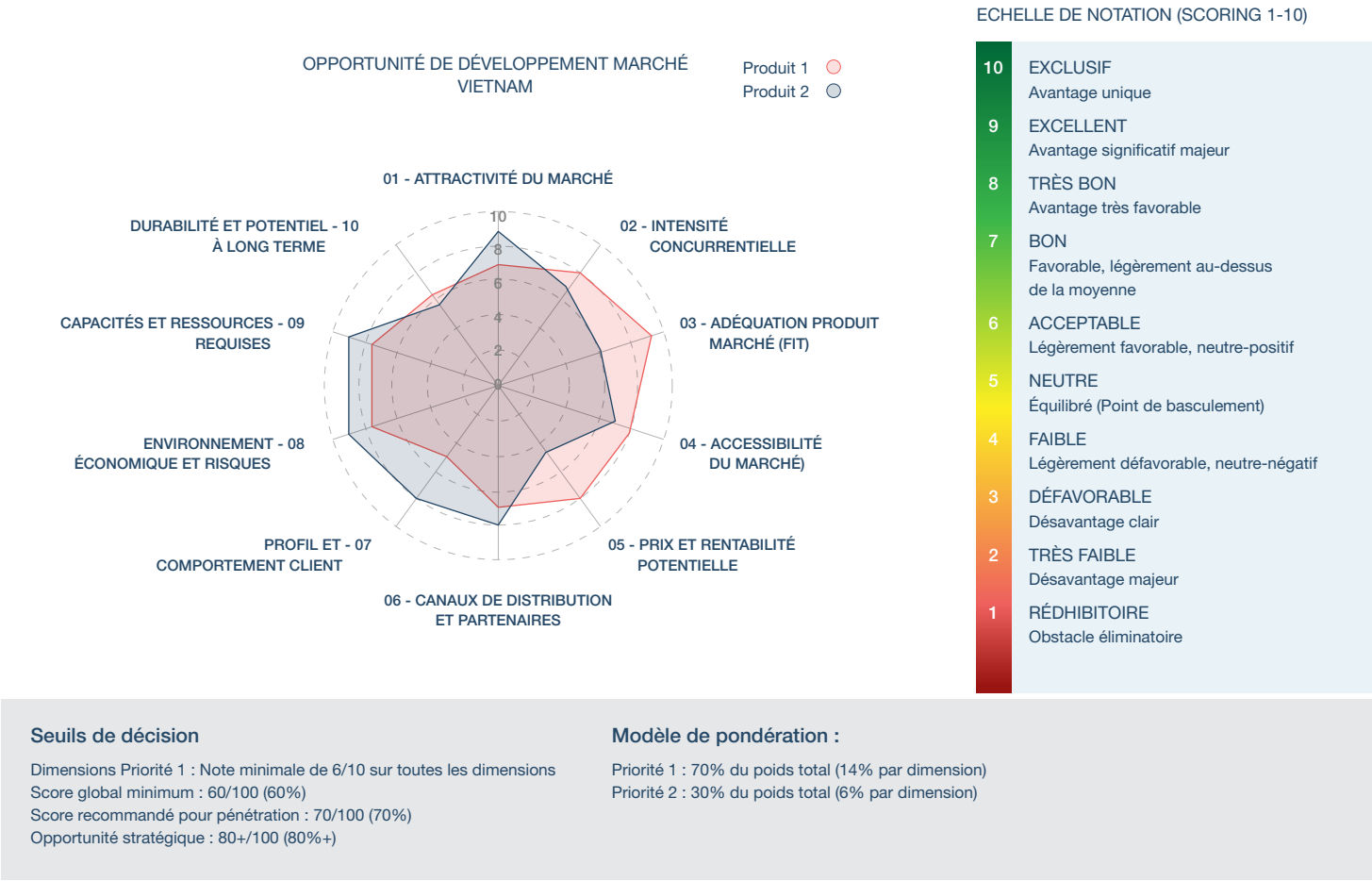
- Un tableau de bord stratégique avec notation des opportunités au travers des 10 dimensions
- Les fiches marché avec analyse approfondie de chaque opportunité
- Des recommandations de pénétration de marchés concrètes prêtes à être mises en œuvre
- Flux continu d’informations de veille stratégique marchés, 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 dominant |
| 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: 38×0,70=26,6) + (P2: 38×0,30=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



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 | VEILLE CONCURRENTS | VEILLE CLIENTS |
|---|--|---|
| 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 changement dans le marché. | 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. | 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.

PROFIL ET SPÉCIFICITÉS DE VOTRE PME

Détaille le contexte, le profil de votre PME, ses produits, marchés, concurrents et avantages concurrentiels pour révéler de nouveaux marchés ou segments clients qualifiés.

IDENTIFICATEUR D'OPPORTUNITÉS DE DIVERSIFICATION

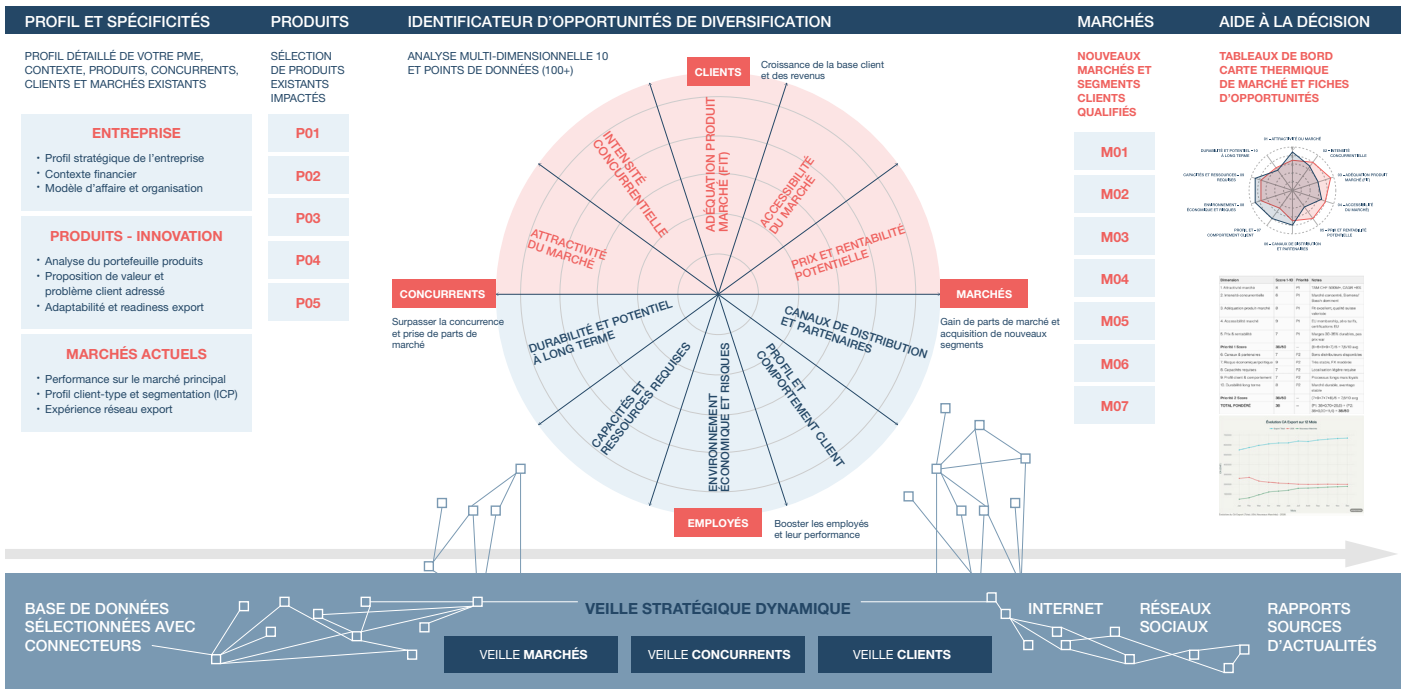
Identifie et qualifie de nouveaux marchés ou segments clients selon 10 dimensions notées sur 10, avec argumentaires, justifications et accès direct aux sources de données.

VEILLE STRATÉGIQUE DYNAMIQUE

Analyse en continu, de façon dynamique et détaillée, l'évolution de vos marchés, concurrents et clients pour affiner vos stratégies de différenciation et avoir une proposition gagnante.

SUPPORT À LA PRISE DE DÉCISIONS STRATÉGIQUES

Tableaux de bord et fiches d'opportunités notées sur 100 avec rapport et argumentaire détaillés pour chaque dimension d'analyse.



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).

| | 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⁾ |

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

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

NEUCHÂTEL

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