

NOTE DE SYNTHÈSE : STRATÉGIE D'EXPANSION ULTRATONIC USA 2K26

Destinataires : Direction Générale et Partenaires Stratégiques

Segment: Moyennes et Grandes entreprises présentes à Boston (Massachusetts) & à Philadelphie (Pennsylvanie)

Date : 26 février 2026

I. L'OFFRE CHOISIE ET POSITIONNEMENT MARCHÉ

L'offre UltraTonic s'articule autour d'une gamme d'équipements de fitness connectés haut de gamme, conçue pour répondre aux exigences du marché B2B américain. Notre avantage concurrentiel repose sur une intégration technologique poussée (écosystème iPhone) et une tarification agressive, positionnée environ **15 % en dessous des leaders comme Technogym**. La gamme inclut des produits phares comme le **tapis de course GH 45 (8 500 \$– 10 500\$)**, les vélos BF 12/BG 8 (3 200 \$– 4 500\$) et les elliptiques compacts CF 9/CF 8 (6 500 \$– 8 500\$), ces derniers étant particulièrement adaptés aux surfaces optimisées des bureaux de Boston.

L'offre est structurée en trois paliers de services pour maximiser le panier moyen : le palier **Performance** (commandes > 15 000 \$) offre 10 % de remise + le design 3D via le **UltraTonic Design Lab** ; le palier **Corporate Excellence** (45 000 \$- 100 000\$) inclut l'installation et le design 3D via le **UltraTonic Design Lab** + 15% de remises ; et enfin le palier **Bespoke Ultra** (> 100 000 \$) qui garantit une personnalisation totale aux couleurs de la marque cliente et un contrat de maintenance "Premium" offert la première année + Avantages du pack **Corporate Excellence**.

II. CHANGEMENTS ORGANISATIONNELS POTENTIELS

L'internationalisation vers les USA impose une mutation profonde de notre organigramme pour soutenir la logistique transfrontalière. Le siège de **Trois-Rivières (Québec)** demeure le centre névralgique pour la production (préservant 150 emplois locaux), la R&D et les fonctions administratives centrales. Cependant, la création d'une **Direction de Zone USA basée à Danbury (Connecticut)** est indispensable pour assurer la proximité avec nos clients du corridor BosWash. Ce hub opérationnel gèrera la force de vente locale, le support client et la coordination avec nos partenaires externes.

Sur le plan opérationnel, nous passons d'une gestion intégrée à un modèle de partenariats stratégiques pour limiter les investissements en infrastructures lourdes : le stockage et la logistique est confié à des prestataires comme **Clancy ou Shepard's**, tandis que l'installation et la maintenance sur site sont déléguées à **Fitnessmith**, leader du service technique aux USA. Ce changement permet à UltraTonic de se concentrer sur son cœur de métier : la conception et la vente.

III. PLAN D'ACCOMPAGNEMENT ET ANALYSE D'IMPACT

Le plan d'accompagnement repose sur une analyse précise du potentiel économique des zones cibles pour rassurer les parties prenantes. À **Boston**, le marché est mature avec un revenu moyen de **1,5 million \$ par club de fitness** (+25 % vs moyenne nationale) et un taux de pénétration de 27,5 %. À **Philadelphie**, nous ciblons la croissance B2B de **7,2 % par an** boostée par les secteurs pharma et finance.

Pour accompagner cette transition, nous avons identifié et classé les parties prenantes (Mapping de Mitchell) pour anticiper les résistances. Les techniciens de Trois-Rivières, initialement inquiets de la sous-traitance à Fitnessmith, sont repositionnés comme des "Experts Référents" chargés du contrôle qualité et de la formation des équipes américaines. Enfin, la dimension RSE est au cœur de l'accompagnement : l'engagement sur la recyclabilité à 96 % et l'accessibilité (normes ADA) sert de levier d'adhésion pour nos collaborateurs et de différenciation majeure face à la concurrence américaine.

IV. OUTILS DE COMMUNICATION INTERNE ENVISAGÉS

Pour maintenir la culture d'entreprise malgré la distance géographique, une stratégie de communication hybride est déployée. L'objectif est de transformer ce projet en une fierté collective.

- **Les "Town Halls" Transfrontaliers** : Réunions mensuelles en visioconférence entre Trois-Rivières et Danbury pour partager les chiffres de vente, les nouveaux contrats signés à Philadelphie et Boston et les retours clients.
- **L'Intranet "UltraTonic Connect"** : Une plateforme dédiée centralisant les ressources techniques, les guides de conformité US (UL/CSA) et un canal de discussion "Echanges de Savoirs" entre techniciens canadiens et américains.
- **Valorisation du "Made in Canada"** : Utilisation de supports de communication interne (newsletters, affichage) mettant en avant l'impact positif de l'exportation sur la pérennité de l'usine de Trois-Rivières, renforçant le sentiment d'appartenance.

V. PLAN DE FORMATION ET MONTÉE EN COMPÉTENCES

Le plan de formation est le garant de la sécurité juridique et commerciale du projet. Il est articulé autour de trois piliers critiques :

- **Conformité et Réglementation** : Formation obligatoire pour les équipes juridiques et logistiques sur les **normes ADA (accessibilité)**, les certifications de sécurité **UL/CSA** et les procédures douanières simplifiées (adhésion au programme **C-TPAT** pour réduire les délais de livraison).
- **Performance Commerciale US** : Coaching pour les commerciaux sur les codes de la négociation B2B américaine, très différente de l'approche québécoise, incluant la gestion des "Liability" (responsabilité civile) et des contrats de maintenance récurrents (valorisés entre 1 200 \$ et 2 000 \$/an) ainsi que la gestion de la Sales Taxes afin d'assurer la conformité fiscale.
- **Maîtrise Technique Connectée** : Formation des équipes SAV sur le diagnostic à distance des bugs logiciels liés à l'écosystème Apple et sur la calibration des nouveaux capteurs biométriques des gammes GH et BF.

L'objectif final est d'atteindre un taux de réussite de **100 % aux certifications internes** avant le lancement officiel au troisième trimestre 2026.