**Expansion stratégique d’UF PRO : le directeur général Jože Kastelic explique les plans de croissance de l’entreprise pour le marché américain**

**KOMENDA, SLOVÉNIE (05.12.2024)**

Jože Kastelic, directeur général d’UF PRO, a récemment fourni de précieuses informations sur la vision et les objectifs d’UF PRO dans le cadre de son implantation sur le marché américain, abordant les défis et occasions uniques que cela représente.

Dans le cadre de la stratégie à long terme d’UF PRO, l’entreprise est en train d’établir une forte présence aux États-Unis, en s’appuyant sur son succès en Europe. L’expansion de l’entreprise aux États-Unis se concentre sur son offre de vêtements tactiques haut de gamme destinés aux unités des forces armées, des forces de l’ordre et des forces spéciales américaines. UF PRO poursuit ainsi sa mission : fournir des solutions innovantes et performantes aux spécialistes évoluant dans des environnements extrêmes.

**Q : Qu’est-ce qui a poussé UF PRO à choisir le marché américain comme cible clé de son expansion ?**

R : Le marché américain est le plus gros marché au monde pour les vêtements tactiques et représente un immense potentiel de croissance. Au fil des ans, UF PRO a développé une base solide en Europe, bâtissant sa réputation de fournisseur haut de gamme de vêtements tactiques innovants et de grande qualité. Cette expansion aux États-Unis est une évolution naturelle, qui est soutenue par un cadre logistique robuste, une demande croissante pour les produits UF PRO et le succès avéré de l’entreprise sur un marché européen hautement concurrentiel.

UF PRO a déjà eu un impact significatif aux États-Unis, avec des partenariats allant au-delà des unités SWAT pour inclure des services de police, des équipes de la DEA, des laboratoires de la NASA et une base de plus en plus importante de consommatrices et consommateurs finaux. Aujourd’hui, avec UF PRO USA Inc. et ses bureaux situés à Charlotte, en Caroline du Nord, l’entreprise s’engage clairement sur le marché américain, avec le soutien d’une équipe locale spécialisée. Cette équipe apporte une approche plus personnalisée de la clientèle américaine, ce qui permet à UF PRO de mieux comprendre ses besoins spécifiques et de mieux y répondre. Cette expansion ne constitue pas une simple entrée sur le marché : c’est une démarche stratégique visant à établir UF PRO comme une présence à long terme dans le paysage américain de l’habillement tactique.

**Q : Quels sont les objectifs spécifiques visés par UF PRO sur le marché américain ?**

R : Les principaux objectifs d’UF PRO aux États-Unis sont d’accroître ses ventes globales et sa part de marché, tout en s’imposant comme une marque de confiance reconnaissable auprès des spécialistes des forces armées et des forces de l’ordre.

**Q : Quelle est la stratégie d’UF PRO pour maintenir son niveau d’exigence élevé avec cette croissance aux États-Unis ?**

R : Cette évolutivité ne signifie pas que nous allons compromettre la qualité ou le service à la clientèle, deux piliers fondamentaux d’UF PRO. L’entreprise veillera à ce que ses normes continuent d’être respectées en mettant en place des contrôles qualité rigoureux et en tirant parti de l’expertise dont elle dispose déjà.

Le fait d’avoir une équipe locale aux États-Unis permettra à UF PRO de se concentrer plus directement sur les besoins de la clientèle et de garantir des réponses rapides et une communication adaptée à la culture. L’équipe favorisera également un meilleur service après-vente et une collaboration plus étroite avec les utilisatrices et utilisateurs finaux, dont les retours d’informations créeront un cercle vertueux en contribuant à leur tour à renforcer l’innovation en matière de services et de produits.

En outre, le réseau logistique existant d’UF PRO constitue une base solide pour cette expansion, minimise les risques encourus lors de ce processus et préserve l’efficacité opérationnelle.

**Q : Quels défis anticipez-vous sur le marché américain et comment seront-ils relevés ?**

R : Même si UF PRO ne fait pas figure de débutant sur le marché américain, cette entrée directe présente des défis uniques. Il s’agit en effet d’un marché très concurrentiel, avec des marques nationales fortes et des exigences régionales complexes. En outre, les attentes et les préférences de la clientèle diffèrent entre les marchés américain et européen, et nécessitent donc des approches sur mesure.

Pour relever ces défis, UF PRO s’attachera à accroître la notoriété de sa marque, à tirer parti de ses partenariats existants et à mettre en valeur la qualité éprouvée et le caractère innovant de ses produits. La constitution d’une équipe locale lui permettra de mieux s’adapter aux nuances culturelles et opérationnelles, d’offrir un accompagnement personnalisé et de maintenir ses normes élevées en matière de satisfaction de la clientèle.

**Q : Qu’est-ce qui permet à UF PRO de se différencier de la concurrence aux États-Unis ?**

R : Le principal facteur de différenciation d’UF PRO est que l’entreprise se concentre sur la résolution des problèmes de sa clientèle grâce à une conception et à une fonctionnalité hors pair. L’entreprise est à l’écoute de sa clientèle, comprend ses besoins et adapte ses solutions en conséquence. Cette approche est particulièrement utile pour les petites unités et les équipes spécialisées qui ont souvent des exigences spécifiques.

UF PRO se distingue également sur le marché en offrant un service après-vente qui va au-delà des normes du secteur. UF PRO favorise une relation plus étroite avec sa clientèle, notamment avec des temps de réponse courts (souvent deux heures) ou l’intégration des retours de la clientèle dans le développement des produits. C’est cette philosophie axée sur la clientèle, associée à des produits offrant des performances exceptionnelles pour leur prix, qui distingue UF PRO.

**Q : Quel effet l’expansion américaine aura-t-elle sur les activités d’UF PRO ailleurs ?**

R : L’expansion aux États-Unis tire parti de la présence déjà établie d’UF PRO sur le marché pour amplifier la visibilité et la notoriété de la marque tant au niveau national qu’au niveau international.

L’engagement direct avec la clientèle finale américaine fournira des informations précieuses, stimulera l’innovation et le perfectionnement des produits, ce qui profitera aux spécialistes du monde entier. En combinant cette connexion plus étroite et un réseau de distribution renforcé, UF PRO est en position idéale pour mieux répondre aux besoins de la clientèle dans toutes les régions. Cette démarche stratégique souligne l’engagement de l’entreprise à renforcer sa position de leader dans le domaine de l’habillement tactique à l’échelle mondiale.

**Q : Comment l’entrée directe sur le marché complètera-t-elle le réseau de distribution existant d’UF PRO ?**

R : L’objectif de l’entrée directe d’UF PRO sur le marché américain est de compléter et de consolider le travail de ses partenaires de distribution déjà en place.

Une équipe spécialisée basée aux États-Unis fournira des ressources supplémentaires pour renforcer la notoriété de la marque, offrir un meilleur soutien aux partenaires de distribution et collaborer plus étroitement avec la clientèle finale.

Cette stratégie cultivera un écosystème plus solide où les distributeurs bénéficieront d’une visibilité accrue de la marque et des retours directs de la clientèle américaine. En associant son réseau établi et ses nouvelles activités locales, UF PRO veille à ce que tous les efforts contribuent à une croissance conjointe, et ce, sans mettre en péril les partenariats existants.

**Q : Quels changements sont prévus dans l’approche de marché d’UF PRO avec l’équipe américaine ?**

R : S’appuyant sur une présence déjà établie aux États-Unis, la nouvelle équipe d’UF PRO renforcera encore son engagement direct auprès de la clientèle. En tant que point de contact local, elle assurera une communication plus rapide et plus personnalisée et un service renforcé.

Bien que les principes fondamentaux et l’approche opérationnelle de l’entreprise restent les mêmes, l’équipe basée aux États-Unis fournira des informations plus approfondies sur les besoins et les défis spécifiques à ce marché. Cette présence sur place permettra à UF PRO de mieux s’adapter aux exigences du marché américain, tout en maintenant les normes élevées qui lui ont valu une reconnaissance mondiale.

**Q : Quels sont les événements et salons auxquels UF PRO compte participer en priorité aux États-Unis ?**

R : UF PRO prévoit de participer à une combinaison d’événements industriels de grande envergure, comme le SHOT Show, et de rassemblements plus spécialisés comme des concours SWAT et des démonstrations de départements du shérif. Ces événements permettent à UF PRO d’interagir directement avec des personnes occupant des postes de décision stratégiques ainsi qu’avec la clientèle finale, afin de favoriser des relations plus solides et une visibilité accrue de la marque.

**Q : Comment la participation à des événements renforcera-t-elle la présence d’UF PRO aux États-Unis, et quels sont les objectifs de l’entreprise ?**

R : La participation à des événements est essentielle pour UF PRO afin d’établir des liens, de recueillir les retours de spécialistes et de démontrer les capacités des produits. Ces interactions permettent à l’entreprise d’affiner ses offres et d’établir la confiance avec des interlocuteurs et interlocutrices stratégiques. En présentant ses vêtements tactiques uniques à une clientèle potentielle et en favorisant des relations à long terme, UF PRO se positionne comme une partie prenante active de la communauté professionnelle qu’elle sert. Les événements lui offrent également une plate-forme pour mettre en valeur ses innovations et consolider sa réputation de fournisseur haut de gamme dans l’industrie.

**Q : Quelle est la vision d’UF PRO pour sa position sur le marché mondial ?**

R : UF PRO cherche à consolider sa position de fournisseur hors pair dans le secteur des vêtements tactiques parmi les forces armées, les forces de l’ordre et les spécialistes du monde entier. L’entreprise s’engage à exceller sur l’ensemble des trois canaux (B2G, B2B et B2C) en s’assurant que ses produits répondent aux besoins divers des organisations gouvernementales, des entreprises et des utilisatrices et utilisateurs particuliers.

Pour y parvenir, UF PRO se concentre sur l’expansion de sa présence sur le marché mondial au moyen d’un marketing ciblé, de partenariats stratégiques et d’une approche directe de la clientèle qui met l’accent sur l’engagement et la satisfaction de cette dernière. En innovant et en adaptant continuellement ses solutions pour les unités spécialisées, les grandes organisations et les agentes et agents opérationnels individuels, UF PRO renforce sa réputation de fournisseur de vêtements tactiques à la performance, à la fiabilité et à la polyvalence exceptionnelles.

Cette stratégie multicanal permet à UF PRO de rester adaptable et d’être au service d’une clientèle très variée, tout en maintenant les normes élevées qui ont fait sa renommée mondiale.

***À propos d’UF PRO***

*UF PRO conçoit et fabrique des systèmes de vêtements tactiques haut de gamme à l’intention d’utilisateurs finaux professionnels qui exigent ce qui se fait de meilleur en matière de soutien pour leurs missions.*

*Grâce à des décennies d’expertise dans la fabrication de produits de grande qualité, à des initiatives de recherche et de tests rigoureuses et aux contributions inestimables de professionnels ayant une expérience directe du terrain, UF PRO fournit des vêtements incomparables en termes de qualité et de fonctionnalité. Chaque pièce est conçue pour aider les professionnels de haut niveau à atteindre des performances optimales.*

*Pour être digne des unités des forces armées et des forces de l’ordre qui lui font confiance, UF PRO s’efforce sans relâche d’atteindre la perfection dans chaque produit, afin que ses vêtements tactiques répondent toujours à leurs exigences.*

*UF PRO fait partie intégrante du groupe Mehler Systems et bénéficie de toute la richesse de patrimoine et de savoir-faire que ce nom représente. En travaillant en étroite collaboration avec Mehler Systems, UF PRO s’assure une parfaite intégration de sa technologie de protection de pointe et de son équipement tactique exceptionnel, offrant ainsi aux opérateurs l’avantage stratégique dont ils ont besoin pour agir avec encore plus de précision et de confiance dans les situations et les environnements difficiles.*

*Pour plus d’informations sur UF PRO, consulter le site :* [*ufpro.com*](http://ufpro.com/fr)

***À propos de Jože Kastelic :***

*Jože Kastelic, directeur général d’UF PRO depuis septembre 2022, dispose d’une vaste expérience en développement commercial international, en gestion stratégique et en restructuration. Avec plus de 25 ans d’expérience dans différents secteurs, il a occupé des postes de direction importants, notamment chez Livar, Trimo Polska et Alveus. Sa vision stratégique et ses compétences techniques lui ont permis de guider l’expansion et la croissance continues d’UF PRO.*

**Contact médias :**

Marina Brankovič

Content Manager

[marina.brankovic@ufpro.si](mailto:marina.brankovic@ufpro.si)