



Document préparé pour ABAXINFO. Il vous est transmis avant toute suite donnée à la sollicitation de THESIS SA. Toutes les données proviennent de sources publiques : registres du commerce, sites web, LinkedIn, données de visibilité, presse sectorielle. Aucune information confidentielle, ni la vôtre ni celle d'un tiers, n'y figure.

ÉTUDE DE POSITIONNEMENT · PARTENARIAT

Partenariat **THESIS SA**

Y a-t-il un risque pour **ABAXINFO** ?

THESIS SA, société informatique genevoise, nous a sollicités pour construire ensemble une offre IA destinée à l'horlogerie genevoise. Avant d'y répondre, nous avons voulu vérifier une chose : est-ce que cela viendrait mordre sur votre activité ?

Voici ce que nous avons trouvé.

● 21 août 2026 · AXION · Djemel Chaouche & Seb Fournier · Réf. ETU-PART-01

Étude de positionnement · Réf. ETU-PART-01 · 21 août 2026

↓ Télécharger le PDF

OBJET

Risque de concurrence & de cannibalisation

ENTREPRISES COMPARÉES

THESIS SA (GE) · ABAXINFO (GE / FR)

DÉCISION À PRENDRE

Donner suite ou non à THESIS

QUI DÉCIDE

ABAXINFO dispose d'un droit de veto

RECOUVREMENT D'APPARENCE

Élevé · 80 %

Même catégorie déclarée, même canton, même gabarit d'entreprise, socle Microsoft commun. Vu de l'extérieur, ce sont deux prestataires IT genevois.

RECOUVREMENT RÉEL SUR LES DEALS

Faible · 27 %

Segments, modèles économiques, angles d'entrée et verticales distincts. Un contrat gagné par l'un n'est presque jamais un contrat perdu par l'autre.

COUCHE IA

Vacante · 0 %

Ni THESIS ni ABAXINFO ne vend d'IA ou d'automatisation aujourd'hui. Le sujet du partenariat est une extension, pas un partage de l'existant.

1 · Pourquoi ce document

THESIS SA nous a approchés pour monter ensemble une offre IA locale à destination de clients horlogers genevois. C'est une société informatique basée à Genève, comme vous. Notre premier réflexe n'a pas été de répondre : il a été de regarder si ce partenariat pouvait, de près ou de loin, se faire à vos dépens.

Nous avons donc mené une analyse comparative complète, positionnement, offres, clients cibles, profils d'acheteurs, sur sources publiques uniquement. Ce document en est le résultat intégral, y compris ce qui ne va pas dans notre sens.

LA RÉPONSE EN UNE PHRASE

Même rayon, pas le même client : THESIS et ABAXINFO appartiennent à la même catégorie et au même canton, ce qui les fait ressembler à des concurrents, mais ils vendent des choses différentes, à des tailles de clients différentes, selon des modèles économiques différents, et aucun des deux ne vend aujourd'hui ce qui fait l'objet du partenariat.

CE QUE NOUS NE MINIMISONS PAS

THESIS affiche « **Horlogerie** » parmi ses six secteurs, aux côtés du bancaire, du médical et de la R&D. C'est précisément l'objet de leur proposition. Nous préférons le poser d'emblée plutôt que vous laisser le découvrir en section 3 : c'est le point le plus sensible du dossier, et c'est aussi celui qui rend le partenariat intéressant, puisque cette verticale n'est pas la vôtre.

NOS TROIS ENGAGEMENTS

- 1. Vous voyez tout avant THESIS.** Aucun rendez-vous commercial engageant n'aura lieu avant que vous ayez lu ce document et donné votre position.
- 2. Vos comptes sont sanctuarisés.** Vous déposez la liste de vos clients actifs et de vos affaires en cours ; ils deviennent intouchables par tout partenaire, et par AXION en direct.
- 3. Vous avez un droit de veto.** Si votre réponse est non, nous n'allons pas plus loin, et vous n'avez pas à justifier ce non.

2 · Les deux entreprises · ce que disent les registres

DIMENSION	THESIS SA	ABAXINFO
Raison sociale	Thésis SA · CHE-105.036.796	ABAX info Sàrl · CHE-112.691. + ABAX INFO SAS (FR) : SIRE 421
Fondation	1999 (27 ans)	2005 (20 ans) · entité françai en 2020
Siège	Avenue Blanc 47, 1202 Genève	Avenue Industrielle 14, 1227 C + Ferney-Voltaire (FR)
Direction	Guillaume Dubray, administrateur	Eric Darien, associé-gérant
Taille déclarée	2-10 employés (6 profils LinkedIn)	2-10 employés (4 profils Link
Baseline	« L'Exigence du Service »	« Bénéficiez d'une informatiq optimisée & sécurisée, sans s
Périmètre géographique	Genève ville et canton	Genève + Pays de Gex, doubl facturation EUR / CHF
Empreinte web	7 pages, français uniquement, aucun cas client nommé	Site structuré par ligne de ser diagnostic cyber en entrée, c éditorial récurrent

Lecture. Deux structures d'ancienneté et de taille très proches, à moins de quatre kilomètres l'une de l'autre. C'est exactement pour cela que la question méritait une réponse documentée plutôt qu'une réponse de principe. La différence n'apparaît pas sur la fiche d'identité : elle apparaît dès qu'on regarde ce que chacun vend.

3 · Positionnement et offres comparés

CE QUE CHACUN PROMET ET COMMENT IL VEND

AXE	THESIS SA	ABAXINFO
Promesse centrale	« Le système d'informations doit s'adapter à votre environnement et non l'inverse » l'IT qui épouse le métier	Une informatique optimisée, sécurisée, sans stress mentale en moins
Nature de la vente	Projet · conseil, création et gestion de systèmes d'information, sécurisation d'infrastructures, solutions clé en main	Récurrent · contrat d'inf SLA, supervision 24/7, l'abonnement annoncé dès le départ
Angle d'entrée	Infrastructure et disponibilité : renouvellement, migration, réseau, virtualisation	Cybersécurité et continuité de service en trois points de diagnostic en trois points de continuité et de reprise après sinistre
Preuves affichées	Ancienneté, équipe multidisciplinaire, logos éditeurs	Chiffres opérationnels : appareils gérés, 252 millions, 96 % de satisfaction, 6 audits annuels
Socle technologique	Oracle, Microsoft, Cisco, HPE, Veeam, Swisscom, FileCloud · VMware, ingénierie réseau, gestion de parc	EDR, pare-feu nouvelle génération, anti-phishing, sécurisation du tenant (MDM), sauvegarde 3-2-1 immuable
Verticales revendiquées	Médical, administratif, horlogerie, construction, R&D, bancaire	Aucune verticale · segmenté par taille et par géographie

LIGNE À LIGNE · CE QUI SE RECOUVRE VRAIMENT

LIGNE DE SERVICE	THESIS SA	ABAXINFO
Conseil IT	Oui · conseil en système d'information	Oui · conseil, veille, DSI à terme partagé partiel
Ingénierie d'infrastructure	Cœur de métier	Périphérique · dans le cadre d'infogérance
Infogérance / MSP	Présent, non mis en avant	Cœur de métier partiel
Cybersécurité	Oui · angle technique, composante d'infrastructure	Cœur de métier · postes, réseaux, mail, cloud, identités, format

LIGNE DE SERVICE	THESIS SA	ABAXINFO
Sauvegarde & continuité	Oui · Veeam, FileCloud	Oui · 3-2-1 immuable, PCA/P de restauration, simulations
Support / helpdesk	Oui · ticketing, assistance à distance	Oui · assistance illimitée, co-fournisseurs partiel
Téléphonie / GED	Non revendiqué	Oui
Verticalisation sectorielle	Oui	Non
Opération transfrontalière FR/CH	Non	Oui · double entité, double c
IA & automatisation métier	Absent	Absent de l'offre

Ce que la matrice montre. Trois lignes seulement sont en recouvrement partiel : conseil, infogérance et support. Sur chacune, ce qui est cœur de métier chez l'un est périphérique chez l'autre : c'est la définition d'une complémentarité, pas d'une concurrence frontale. Les deux lignes les plus différenciantes de chaque acteur, verticalisation sectorielle d'un côté, opération transfrontalière et continuité d'activité de l'autre, n'ont aucun équivalent en face. Et la dernière ligne, celle qui motive le partenariat, est vide des deux côtés.

4 · Qui achète chez qui

CRITÈRE	THESIS SA	ABAXINFO
Taille du client	Structures établies, plutôt 50 à 250+ collaborateurs	TPE et PME, plutôt 5 à 5 collaborateurs
Maturité informatique	Fonction IT interne existante : THESIS complète une équipe	Aucune fonction IT interne ABAXINFO remplace un
Interlocuteur	Responsable IT, direction technique	Dirigeant, associé-gérant responsable administratif

CRITÈRE	THESIS SA	ABAXINFO
Déclencheur d'achat	Projet daté : renouvellement de parc, migration, nouveau site, conformité d'infrastructure	Douleur continue : incident, croissance, départ de clients, s'en occupait, exigence
Cycle de vente	Long, par projet ou appel d'offres, décision collégiale	Court, décision d'une personne, entrée par un diagnostic
Modèle de revenu	Ponctuel dominant	Récurrent dominant

LES PROFILS D'ACHETEURS, CÔTÉ THESIS

→ **Le responsable IT d'une maison établie** : maison horlogère, banque privée, medtech de 50 à 250 personnes, avec une petite équipe IT sous-dimensionnée. Achète de l'ingénierie et une garantie d'exploitation sur des environnements Oracle, VMware, Cisco. **Ne croise pas votre marché**

→ **Le directeur administratif d'une structure réglementée** : étude, cabinet médical, régie. Pas de fonction IT mais des contraintes de conservation et de confidentialité. Achète du clé en main et un interlocuteur unique.

Seul profil réellement disputable

LES PROFILS D'ACHETEURS, CÔTÉ ABAXINFO

→ **Le dirigeant de PME sans DSI** : 5 à 50 collaborateurs, Genève ou Pays de Gex, informatique jusque-là gérée par « celui qui s'y connaît un peu ». Achète la tranquillité, un forfait lisible, un numéro qui répond.

Trop petit pour le modèle projet de THESIS

→ **Le responsable administratif transfrontalier** : siège en France et activité en Suisse, ou l'inverse. Achète la simplification administrative autant que la prestation. **THESIS n'a pas d'entité française**

→ **Le dirigeant sous contrainte externe** : un assureur, un donneur d'ordre ou un client grand compte impose un niveau de sécurité prouvable. Achète une mise en conformité rapide et démontrable. **THESIS n'entre pas par cette porte**

La seule zone de bordure. Une PME horlogère sous-traitante de 20 à 50 personnes, à Genève, sans informaticien interne, qui cherche de l'infogérance. Ce profil est atteignable par les deux. C'est le seul cas où un contrat gagné par l'un serait un contrat perdu par l'autre. Il est rare, mais il existe, et c'est exactement lui que la règle du compte nommé, en section 7, neutralise.

5 · La mesure du recouvrement

Méthode. Nous distinguons deux recouvrements que l'intuition confond. Le **recouvrement d'apparence** mesure ce qu'un observateur extérieur voit. Le **recouvrement réel** mesure ce qui produit effectivement un contrat perdu. Chaque dimension est notée de 0 (aucun recouvrement) à 3 (recouvrement total).

A · RECOUVREMENT D'APPARENCE

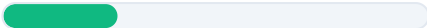
DIMENSION	THESIS	ABAXINFO	SCORE
Catégorie déclarée	Services et conseil IT	Services et conseil IT	3 / 3
Gabarit de structure	2-10 personnes	2-10 personnes	3 / 3
Bassin géographique	Genève ville et canton	Genève + Pays de Gex	2 / 3
Socle technologique	Microsoft, Veeam, VMware	Microsoft, EDR, cloud, sauvegarde	2 / 3
Canal d'acquisition	Réseau et bouche-à-oreille	Réseau + contenu cyber	2 / 3
Total	12 / 15 · 80 %		

B · RECOUVREMENT RÉEL SUR LES DEALS

DIMENSION	THESIS	ABAXINFO	SCORE
Segment client visé	50-250+, fonction IT existante	5-50, aucune fonction IT	1 / 3
Modèle économique	Projet, ingénierie, clé en main	Récurrent, forfait, SLA	1 / 3
Verticale horlogère	Revendiquée	Non revendiquée	1 / 3
Angle d'entrée	Infrastructure et disponibilité	Cybersécurité et continuité	1 / 3
Offre IA / automatisation	Absente	Absente de l'offre	0 / 3

DIMENSION	THESIS	ABAXINFO	SCORE
Total			4 / 15 · 27 %

RECOUVREMENT D'APPARENCE  **80 %**

RECOUVREMENT RÉEL  **27 %**

Interprétation. L'écart de **53 points** entre les deux mesures est le cœur du dossier. Tout ce qui est visible de l'extérieur pousse à conclure « concurrent ». Tout ce qui détermine réellement l'issue d'un contrat pousse à conclure « complémentaire ». Les 80 % sont réels et nous ne cherchons pas à les effacer ; ils expliquent simplement pourquoi la question se pose, et non pourquoi elle devrait se conclure par un non.

6 · Ce que le partenariat ouvre

UNE COUCHE QUE PERSONNE NE VEND

5

MOTS-CLÉS
ORGANIQUES ·
THESIS.CH

57

VISITES
ORGANIQUES /
MOIS ·
THESIS.CH

0

PAGE « IA » SUR
THESIS.CH

0

OFFRE IA AU
CATALOGUE,
DES DEUX
CÔTÉS

- **Personne ne capte la demande en recherche.** Les cinq mots-clés de THESIS sont tous de marque ou parasites, et la totalité de leurs 57 visites mensuelles vient de la requête « thesis ». Zéro mot-clé métier. De votre côté, le chantier de visibilité est en cours avec nous : le constat ici n'est pas un jugement, c'est la confirmation que **ce marché se joue au réseau et à la recommandation**, pas au référencement. Un partenaire de plus n'entre donc pas en compétition sur un canal encombré.
- **Le mot « IA » n'apparaît nulle part.** Chez THESIS, le sujet est absent des sept pages du site. De votre côté, l'IA est traitée dans vos contenus, mais comme *menace cyber*, ce qui est juste, et pas comme *offre*. La position « IA appliquée à l'horlogerie genevoise » n'est nommée par personne aujourd'hui.
- **Genève est la poche de croissance du secteur horloger.** L'horlogerie suisse a perdu 835 postes sur neuf mois en 2025, soit -1,3 % ; le canton de Genève progresse de **+3,0 %**, tiré par le haut de gamme. Une industrie en croissance mais sous pression de coûts est précisément le terrain où une offre d'automatisation trouve son marché.

CE QUE CELA OUVRIRAIT CONCRÈTEMENT POUR ABAXINFO

- **Un flux entrant, et pas seulement sortant.** C'est le point le plus important. Autour des clients horlogers de THESIS gravitent des sous-traitants et ateliers de 10 à 50 personnes, sans informaticien interne. Ces sociétés sont *hors* du modèle projet de THESIS, et en plein dans votre marché. Le partenariat vous met en position d'être l'adresse naturelle pour ces comptes-là.
- **Une verticale que personne ne peut ouvrir seul.** Entrer dans l'horlogerie genevoise demande des références sectorielles et de l'ancienneté sur des environnements exigeants. THESIS a 27 ans et affiche la verticale ; c'est une porte que ni vous ni nous ne pouvons pousser sans eux.
- **Une offre qui vous sort de la comparaison au prix du poste géré.** Vendre de l'automatisation et de l'IA métier déplace la conversation client du coût vers la valeur produite.
- **Un coût de construction mutualisé.** AXION construit l'offre une fois et l'opère pour plusieurs partenaires : ce que vous pouvez présenter à vos clients est plus abouti que ce qu'un acteur financerait seul.
- **Une position de premier entrant.** Les chiffres ci-dessus montrent que la place est libre. Y être dans le premier groupe vaut plus que d'y arriver en deuxième.

7 · Le cadre partenaires · six règles

Ces six règles constituent le cadre qu'AXION appliquera à **tout partenaire, présent et futur, vous compris**. Elles ne sont pas écrites contre THESIS : elles définissent la manière dont AXION travaille avec des partenaires qui pourraient, un jour, se croiser.

#	RÈGLE	CE QU'ELLE PROTÈGE
R1	Compte nommé. Chaque partenaire dépose, avant tout démarrage, la liste de ses comptes actifs et de ses affaires en cours. Tout compte figurant sur cette liste est intouchable par les autres partenaires, et par AXION en direct.	Votre base installée et votre pipeline, y compris la zone de bordure de la section 4.
R2	Non-débordement de couche. AXION porte la couche IA et automatisation. Le partenaire apporteur conserve l'exclusivité de la couche infrastructure et infogérance	Le scénario où un partenaire utiliserait l'IA comme cheval de Troie

#	RÈGLE	CE QU'ELLE PROTÈGE
	sur les comptes qu'il apporte. Aucun partenaire ne peut proposer la couche d'un autre.	pour entrer sur l'infogérance.
R3	Apporteur propriétaire. Celui qui ouvre un compte reste propriétaire de la relation et point de contact facturant. La commission d'apport est fixée avant le premier rendez-vous, jamais après la signature.	Les conflits d'attribution et le court-circuitage.
R4	Verticalisation exclusive. Une verticale, un partenaire. Toute nouvelle verticale est attribuée explicitement avant prospection.	La concurrence entre partenaires sur un même segment.
R5	Non-sollicitation croisée. Clause de non-sollicitation de la base installée entre partenaires, sur 24 mois, adossée au NDA signé avant tout échange d'informations commerciales.	La fuite de votre portefeuille client.
R6	Revue trimestrielle. Un point partenaires par trimestre, comptes en cours à plat, arbitrage AXION sur les cas ambigus, décision écrite.	L'accumulation silencieuse de frictions non arbitrées.

ORDRE D'APPLICATION

R1 s'applique en premier et avant tout le reste. Concrètement : vous nous transmettez votre liste de comptes, elle est enregistrée, et c'est seulement ensuite qu'une discussion de fond s'ouvre avec THESIS. Rien ne commence tant que votre périmètre n'est pas posé.

8 · Questions ouvertes et prochaines étapes

CE QUE CETTE ANALYSE NE PEUT PAS TRANCHER

L'étude repose sur des sources publiques. Un prestataire de cette taille réalise fréquemment des prestations qu'il n'affiche pas. Cinq éléments restent à établir : nous les posons ici plutôt que de les découvrir en route.

→ **Les clients horlogers réels de THESIS.** La verticale est affichée mais aucune référence n'est publique. Expertise vivante ou héritage ancien ? Nous leur

demandons trois références et leur ancienneté.

- **Votre propre exposition au secteur.** Avez-vous déjà des clients horlogers ou des sous-traitants du secteur ? Si oui, la conclusion de la section 4 change et R1 devient impérative avant toute suite. *C'est la première question que nous vous posons.*
- **L'origine et le déclencheur de leur démarche.** Une société de 27 ans qui n'a jamais communiqué sur l'IA et vient chercher un partenaire IA a une raison de le faire maintenant. Nous voulons la connaître avant de nous engager.
- **Ce qu'ils attendent exactement.** Apport d'affaires, sous-traitance technique, co-branding ou revente ? Ces quatre schémas n'ont ni la même économie ni les mêmes implications.
- **Leur solidité économique.** Aucun chiffre d'affaires n'est publiquement accessible. Un partenaire fragile serait un risque de continuité pour les comptes apportés.

PROCHAINES ÉTAPES PROPOSÉES

#	ÉTAPE	QUI
1	Vous lisez ce document et nous donnez votre position : favorable, réservée ou négative. Une réponse négative clôt le sujet.	ABAXINFO
2	Dépôt de votre liste de comptes au titre de R1, avec les affaires en cours et le périmètre que vous souhaitez sanctuariser.	ABAXINFO + AXION
3	Signature du cadre partenaires (les six règles) et du NDA associé.	AXION
4	Premier échange de qualification avec THESIS : NDA d'abord, puis les cinq questions ouvertes ci-dessus. Compte-rendu partagé avec vous.	AXION
5	Construction de l'offre IA horlogerie : un catalogue unique, décliné par verticale, non personnalisable partenaire par partenaire.	AXION

NOTRE POSITION

L'analyse ne fait pas apparaître de risque de cannibalisation significatif : 27 % de recouvrement réel, une seule zone de bordure identifiée, et une couche IA absente des deux catalogues. Nous pensons qu'il y a là quelque chose à

construire, et que vous avez plus à y gagner qu'à y perdre. **Mais l'étape 1 reste l'étape 1** : rien ne se fait sans votre accord, et un refus de votre part n'aura aucune conséquence sur notre collaboration.

9 · Sources et méthode

- **Sources publiques uniquement** : registres du commerce suisse et français, sites web des deux entreprises lus intégralement, profils LinkedIn d'entreprise, données de visibilité organique (Semrush, bases CH et FR, août 2026), annuaires professionnels, presse économique sectorielle.
- **Aucune donnée confidentielle** n'a été utilisée. En particulier, rien de ce qui a été échangé lors de nos ateliers hebdomadaires ne figure dans ce document : afin qu'il puisse circuler librement entre nous.
- **Limite assumée** · l'analyse porte sur le positionnement *déclaré*. Les écarts possibles entre le déclaré et le réel sont listés en section 8.

RÉFÉRENCES

- Sites institutionnels · thesis.ch · abaxinfo.com
- LinkedIn · [Thesis S.A.](#) · [ABAX INFO](#)
- Registre du commerce suisse · [Thésis SA, CHE-105.036.796](#) · [ABAX info Sàrl, CHE-112.691.919](#)
- Registre du commerce français, [ABAX INFO SAS, SIREN 881 111 421](#)
- Données de visibilité organique : Semrush, bases ch et fr, relevé du 21 août 2026
- Contexte sectoriel horloger · [RTS](#) · [Convention patronale de l'industrie horlogère](#)