

Dounia Conteh

Maverick Gillioz

Chloé Mantz

Nathan Unger

EIDO

ILLUMI COLLECTION

“TIME COMES ALIVE”

CREA
OMNES EDUCATION

Le Challenge



Comment séduire une génération digitalisée avec une montre mécanique ?

À l'ère du tout-connecté, consulter l'heure est devenu un geste banal. Pour les 25-35 ans, la montre mécanique doit donc offrir bien plus qu'une simple fonction: une expérience, une émotion et une identité.
Longtemps associée à la tradition, à la technicité et à un univers de luxe parfois inaccessible, l'horlogerie mécanique doit aujourd'hui renouveler ses codes pour séduire une génération urbaine, créative et sensible au design.

Notre opportunité: réinterpréter le savoir-faire horloger suisse à travers un produit contemporain, audacieux et accessible.

Notre réponse: ILLUMI. Une montre mécanique Swiss Made au design affirmé, déclinée en dix coloris et révélant la beauté de son mouvement grâce à un fond transparent.
Plus qu'un instrument de mesure, ILLUMI devient un objet d'expression personnelle, une invitation à redécouvrir la fascination du temps mécanique.
Notre ambition: faire passer la montre mécanique de l'objet technique à l'objet de désir.

EIDO - Time comes alive.

Plateforme de marque

- Mission: Rendre l'horlogerie mécanique accessible à une nouvelle génération

Faire découvrir la richesse de l'horlogerie mécanique suisse aux 25–35 ans à travers des montres contemporaines, audacieuses et accessibles. ILLUMI souhaite transformer la découverte de la mécanique en une expérience émotionnelle, où savoir-faire traditionnel et expression personnelle se rencontrent.

- Vision: Réinventer la perception du temps

Faire de la montre mécanique un objet de désir générationnel, capable de séduire au-delà des passionnés d'horlogerie. Dans un monde dominé par le digital, ILLUMI ambitionne de redonner au temps une dimension tangible, authentique et émotionnelle.

- Valeurs: Les valeurs qui nous définissent

Authenticité: valoriser le savoir-faire horloger suisse et la beauté d'un mouvement mécanique.
Transparence: révéler la complexité du mécanisme grâce au fond transparent.
Audace: associer un design distinctif à une collection de dix déclinaisons colorées.
Individualité: permettre à chacun d'exprimer sa personnalité à travers son choix de montre.
Accessibilité: ouvrir les portes de l'horlogerie mécanique suisse avec un positionnement premium accessible.



Plateforme de marque

- Positionnement: Le luxe horloger contemporain et accessible

ILLUMI se positionne comme une montre mécanique Swiss Made au design affirmé, proposée à CHF 1 0 9 9.
À la croisée de l'héritage horloger et des codes contemporains, elle offre une alternative émotionnelle aux montres connectées et une première approche de l'horlogerie mécanique haut de gamme.

- Cible: Une génération créative et connectée

Notre cible principale est constituée de femmes et d'hommes de 2 5 à 3 5 ans, urbains, actifs et sensibles au design, à la mode et à l'authenticité.
Connectés et curieux, ils recherchent des produits qui reflètent leur identité et leurs valeurs, sans nécessairement posséder de connaissances horlogères.
Notre campagne s'adresse à cette génération sur quatre marchés prioritaires: Suisse, France, États-Unis et Chine, à travers une identité visuelle et un message universels.

- Promesse: Donner vie au temps

ILLUMI promet de transformer chaque instant en une expérience vivante, où la précision de la mécanique suisse rencontre l'émotion et l'expression personnelle.
À travers son mouvement visible, son design contemporain et ses dix déclinaisons, ILLUMI invite une nouvelle génération à redécouvrir le temps autrement: non plus simplement comme quelque chose qui se mesure, mais comme quelque chose qui se ressent.
Notre promesse: donner vie au temps, révéler l'émotion de chaque instant.



Notre Big Idea

TIME COMES ALIVE.

Le temps ne se mesure pas seulement. Il se vit, se construit et prend de la valeur à travers nos accomplissements.
Chez EIDO, nous croyons qu'une montre ILLUMI doit être bien plus qu'un objet que l'on porte au poignet. Elle doit accompagner une histoire, marquer des étapes et évoluer avec les ambitions de celui ou celle qui la possède.

ONE BRAND. TWO MOMENTS. ONE STORY.

Notre stratégie repose sur une vision à deux temporalités: séduire aujourd'hui une nouvelle génération avec une première montre mécanique suisse, puis construire une relation capable d'évoluer avec elle.

- À court terme, ILLUMI constitue le cœur de notre lancement. À travers neuf déclinaisons colorées proposées à CHF 1'099, EIDO souhaite démocratiser la découverte de l'horlogerie mécanique auprès des 25–35 ans, en associant design contemporain, expression personnelle et savoir-faire suisse.

- À long terme, notre ambition est d'accompagner cette génération au fil de ses expériences et de ses réussites. La pièce signature Ice Blue à CHF 35'000 incarne cette projection future: un symbole d'accomplissement, imaginé pour une clientèle devenue plus mature, autour de 40–50 ans.

Cette pièce d'exception n'est donc pas le produit central de notre lancement, mais la représentation de notre vision de fidélisation et de montée en gamme.





Notre Big Idea

OUR CREATIVE IDEA

Your first watch marks the beginning. Your next one tells the story.
ILLUMI crée un lien émotionnel durable avec une génération en devenir: une première montre pour découvrir la mécanique, puis une pièce d'exception pour célébrer le chemin parcouru.

BRAND MANIFESTO

Le temps ne s'arrête jamais.
Il nous accompagne dans nos premières expériences, nos nouvelles ambitions, nos décisions et nos plus grandes réussites.
Chaque seconde nous fait avancer. Chaque étape nous transforme. Chaque accomplissement donne une nouvelle valeur au temps qui passe.
Nous croyons que l'horlogerie doit vivre au rythme de ceux qui la portent.
Qu'elle doit inspirer les débuts, accompagner les ambitions et célébrer les réussites.
C'est pourquoi nous avons imaginé une première rencontre avec la mécanique suisse : audacieuse, colorée et accessible.
Une première montre. Une première émotion. Le début d'une histoire.
Puis, au fil des années, lorsque les rêves deviennent des projets et que les projets deviennent des accomplissements, une nouvelle pièce vient marquer le chemin parcouru.
Car la véritable valeur du temps ne réside pas uniquement dans les heures qui passent, mais dans tout ce que nous en faisons.

Territoire créatif

LIGHT · MOTION · IDENTITY

Notre territoire créatif repose sur trois piliers qui donnent vie à notre signature « Time comes alive. ». À travers la lumière, le mouvement et l'identité, EIDO réinterprète les codes de l'horlogerie suisse pour créer un univers contemporain et distinctif.

0 1 – LIGHT | Révéler le temps

La lumière constitue la signature visuelle d'ILLUMI. Elle sublime les cadrans, souligne les courbes du boîtier coussin et révèle la beauté des finitions horlogères.

Direction artistique: reflets métalliques, lumières dorées, contrastes subtils et atmosphère cinématographique.

0 2 – MOTION | Donner vie à la mécanique

Le mouvement mécanique incarne l'essence d'ILLUMI. Révélé par le fond transparent, il symbolise à la fois la fascination horlogère et l'évolution personnelle au fil du temps.

Direction artistique: macrophotographies du mécanisme, engrenages, mouvements fluides et transitions visuelles.



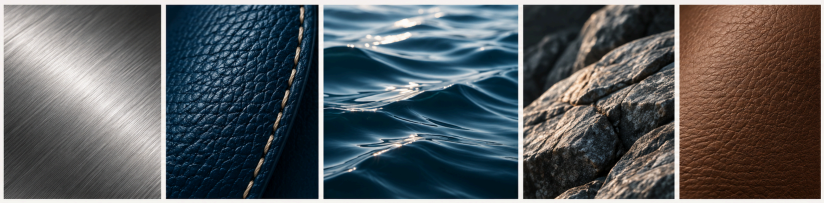
0 3 – IDENTITY | Affirmer sa singularité

À travers ses neuf déclinaisons colorées, ILLUMI célèbre l'expression personnelle. Chaque montre reflète une personnalité, tandis que la pièce signature incarne une projection vers les accomplissements futurs.

Direction artistique: couleurs affirmées, portraits urbains, mode contemporaine et diversité des styles.

Moodboard

MATIÈRES & TEXTURES







10. ICE BLUE

ACIER





PALETTE DE COULEURS











Lifestyle urbain et design



Aventure & outdoor



Mode & style



Collection ILLUMI



THE FIRST CHAPTER – Nine Colors, Nine Expressions

Pensées pour une génération créative et audacieuse, les neuf déclinaisons colorées d'ILLUMI célèbrent l'individualité et l'expression personnelle.

Proposées à CHF 1 099, elles sont introduites à travers un premier lancement exclusif par tirage au sort, offrant aux personnes sélectionnées la possibilité d'acquérir leur montre. Cette opération constitue la première étape de notre stratégie de lancement. La collection sera ensuite accessible à travers EIDO After Hours, où les visiteurs pourront découvrir les modèles disponibles ou passer commande.
Cette approche associe l'exclusivité d'un lancement événementiel à l'accessibilité d'une distribution directe

THE DESIGN PHILOSOPHY

Avec ILLUMI, EIDO réinterprète les codes de l'horlogerie mécanique suisse à travers un design qui associe héritage, modernité et expression personnelle.

Le boîtier coussin, aux lignes arrondies et à la silhouette distinctive, rompt avec la forme circulaire traditionnelle tout en conservant une élégance intemporelle. Il devient la signature esthétique et immédiatement reconnaissable de la collection.
Le cadran épuré privilégie la lisibilité et laisse les couleurs exprimer toute leur personnalité. Cette sobriété volontaire crée un contraste entre un design extérieur contemporain et la complexité mécanique qu'il renferme.

Notre parti pris: réinventer l'expérience de la montre mécanique, non par la surenchère technologique, mais par la transparence, la couleur et l'émotion.

Collection ILLUMI

THE NEXT CHAPTER – The Signature Timepiece



Au-delà de la collection ILLUMI, EIDO imagine son évolution future à travers une pièce signature d'exception.
Avec son cadran bleu glacier, son boîtier coussin et son bracelet en acier, cette montre à CHF 35'000 incarne les ambitions à long terme de la maison.
Pensée comme une projection vers les 40–50 ans, elle symbolise les accomplissements personnels et professionnels qui marquent une nouvelle étape de vie.
Elle illustre ainsi la philosophie d'EIDO: accompagner ses clients depuis leur première découverte de l'horlogerie mécanique jusqu'aux moments les plus significatifs de leur parcours.

THE ART OF TRANSPARENCY – A Living Mechanism

Au-delà de leur esthétique, les montres ILLUMI révèlent l'essence même de l'horlogerie mécanique suisse.
Grâce à leur fond transparent qui révèle le mouvement mécanique, nos montres transforment une technologie habituellement invisible en une expérience visuelle fascinante.
À l'opposé des montres connectées, dont l'expérience repose sur un écran, ILLUMI met en lumière une mécanique tangible, animée par le mouvement.

De la première découverte à la célébration d'une réussite, ILLUMI accompagne chaque étape d'une histoire personnelle.





Direction artistique

0 1 – THE CREATIVE CONCEPT

À travers le reflet, notre campagne illustre une relation qui commence aujourd'hui et se construit avec le temps.
Les neuf premières ILLUMI sont le véritable point de départ de cette histoire. Accessibles à une nouvelle génération, elles représentent la découverte de la mécanique suisse, les premières ambitions et l'affirmation de son identité.
La pièce signature, visible dans le reflet, n'est pas une seconde offre de lancement. Elle incarne une projection dans le futur, lorsque les expériences et les accomplissements donnent une nouvelle valeur au temps qui passe.
Le reflet ne cherche donc pas à vendre deux montres simultanément, mais à raconter une seule histoire : celle d'une génération qui grandit avec EIDO.

0 2 – PHOTOGRAPHIC DIRECTION

Notre direction artistique privilégie une photographie cinématographique, contemporaine et émotionnelle.

- Le reflet: un jeu de miroir entre présent et futur, matérialisant l'évolution personnelle et les ambitions.
- La lumière: des éclairages naturels et chaleureux, associés à des contrastes subtils, pour suggérer le passage du temps.
- La composition: des cadrages épurés, mettant en valeur les personnages, leurs montres et le lien visuel entre les deux étapes de vie.
- Les couleurs: une palette de bleu profond, de noir, de gris et de reflets dorés, reflétant l'univers premium d'EIDO.
- L'atmosphère: un environnement urbain élégant et authentique, proche du quotidien de notre cible de 2 5 à 3 5 ans.

0 3 – ONE CONCEPT. MULTIPLE EXPRESSIONS.

Pensé pour une campagne internationale, ce concept maître se décline sur différents supports tout en conservant une identité reconnaissable.
L'annonce presse A4 privilégie l'émotion et la narration visuelle, tandis que la lightbox panoramique de Genève Aéroport met en scène le contraste entre les deux temporalités pour capter immédiatement l'attention.
Sur Instagram, TikTok et Xiaohongshu, le concept prend vie en vidéo: le reflet évolue progressivement, révélant les transformations de l'individu et de sa montre.

Moodboard


LIGHT


REFLECTION








THE
NEXT
CHAPTER




EIDO


NAVY
ICE BLUE
GRAPHITE
BLACK
WARM GOLI



Lightbox – Genève Aéroport



Geneva Airport · 4,800 × 2,000 mm

Notre campagne se décline en format panoramique à Genève Aéroport pour renforcer la visibilité internationale d'EIDO.

Le visuel met en scène un individu face à son avenir : une première ILLUMI aujourd'hui, une pièce d'exception demain.

Dans un environnement de transit comme l'aéroport, le contraste entre présent et futur, associé à la signature « Time comes alive. », permet de transmettre l'histoire de la marque en quelques secondes.

Notre objectif: installer un imaginaire fort autour d'EIDO, capter le regard et susciter la curiosité.



Annonce presse A4



Destinée à la presse mode, design et lifestyle, notre annonce A4 traduit l'évolution personnelle à travers un jeu de reflets.

Deux moments de vie, deux montres, une seule histoire: celle d'une relation qui commence avec ILLUMI et évolue avec EIDO.

La signature « Time comes alive. » associe ainsi la montre aux ambitions et aux accomplissements de son propriétaire.

Notre objectif: susciter l'émotion et le désir en présentant EIDO comme une maison horlogère qui accompagne ses clients à chaque étape de leur vie, de leurs premières ambitions à leurs plus grandes réussites.

Stratégie digitale

Tease · Reveal · Experience

Pour accompagner son lancement international, EIDO déploie une campagne digitale en trois phases sur Instagram, TikTok et Xiaohongshu (RED), en collaboration avec des micro-influenceurs spécialisés dans la mode, le lifestyle, le design et l'horlogerie. Notre stratégie s'appuie sur le storytelling, l'exclusivité et l'expérience pour faire découvrir ILLUMI aux 25–35 ans, tout en construisant une identité premium et une relation durable avec la nouvelle génération.

01 – TEASE

Vidéos, détails mécaniques et invitations aux influenceurs. La montre se révèle progressivement.
La campagne s'articule autour d'un message: «Something is coming alive.»



02 – REVEAL

Présentation des neuf coloris, film officiel *Time comes alive*, unboxings du packaging coussin et ouverture du tirage au sort de lancement.



03 – EXPERIENCE

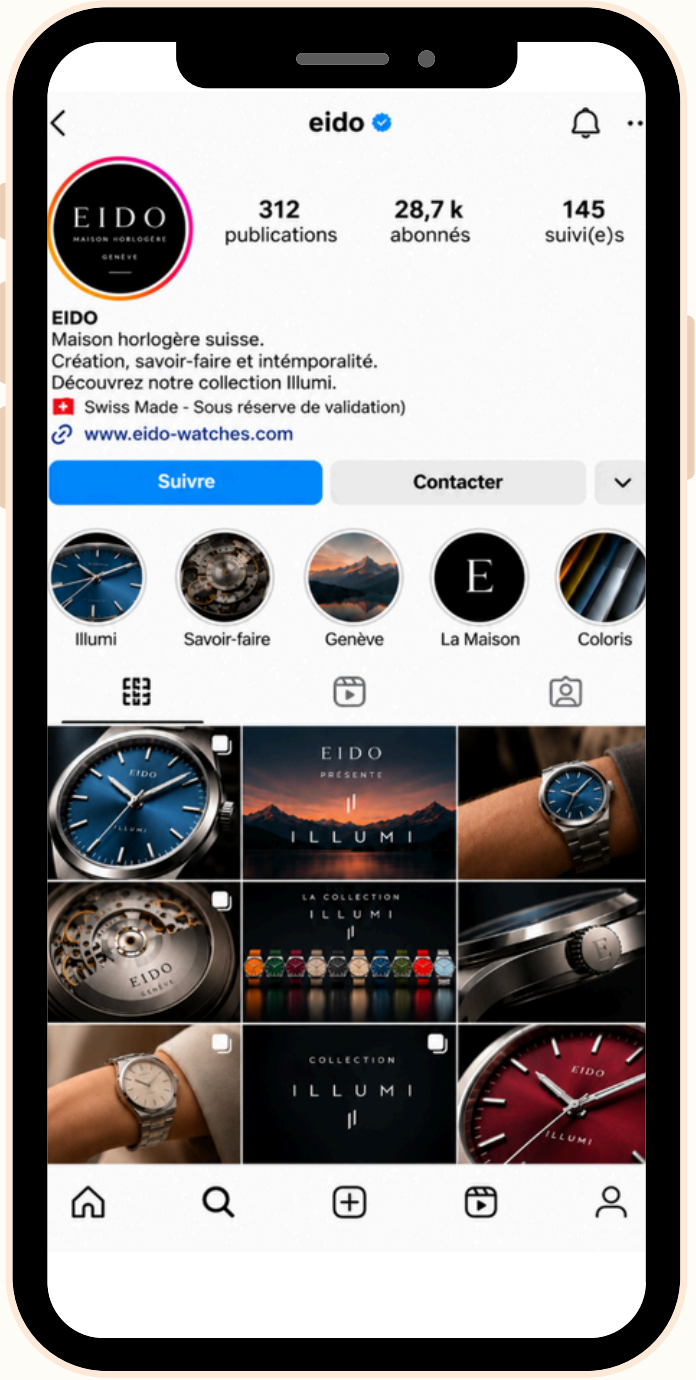
Événements EIDO After Hours, essayages, découverte du mouvement, ventes et commandes sur place. Les expériences sont relayées sur Instagram, TikTok et Xiaohongshu.



From curiosity to desire. From desire to emotion. From emotion to belonging.

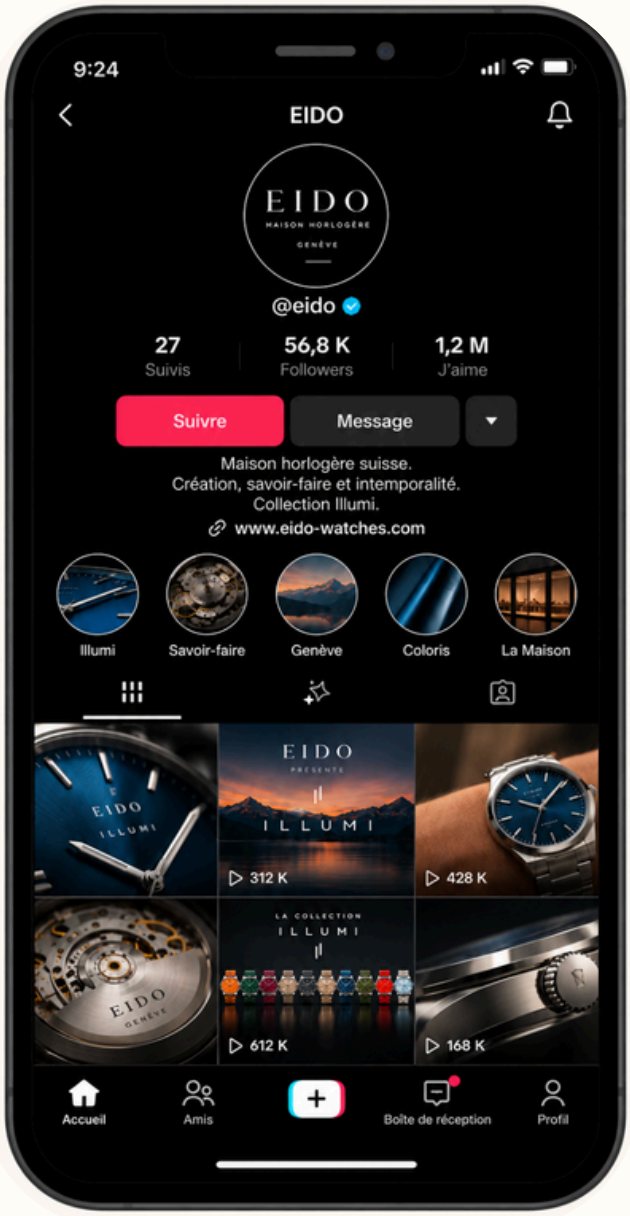
Instagram


Reels
EIDO
PRÉSENTE
EIDO
GENÈVE
EIDO
ILLUMI
COLLECTION
ILLUMI
eido
Suivre
Découvrez la collection Illumi.
10 interprétations. Une seule identité : la vôtre.
eido · Audio original


eido
312
publications
28,7 k
abonnés
145
suivi(e)s
EIDO
Maison horlogère suisse.
Création, savoir-faire et intémporalité.
Découvrez notre collection Illumi.
Swiss Made - Sous réserve de validation)
www.eido-watches.com
Suivre
Contacter
Illumi
Savoir-faire
Genève
La Maison
Coloris

Tiktok

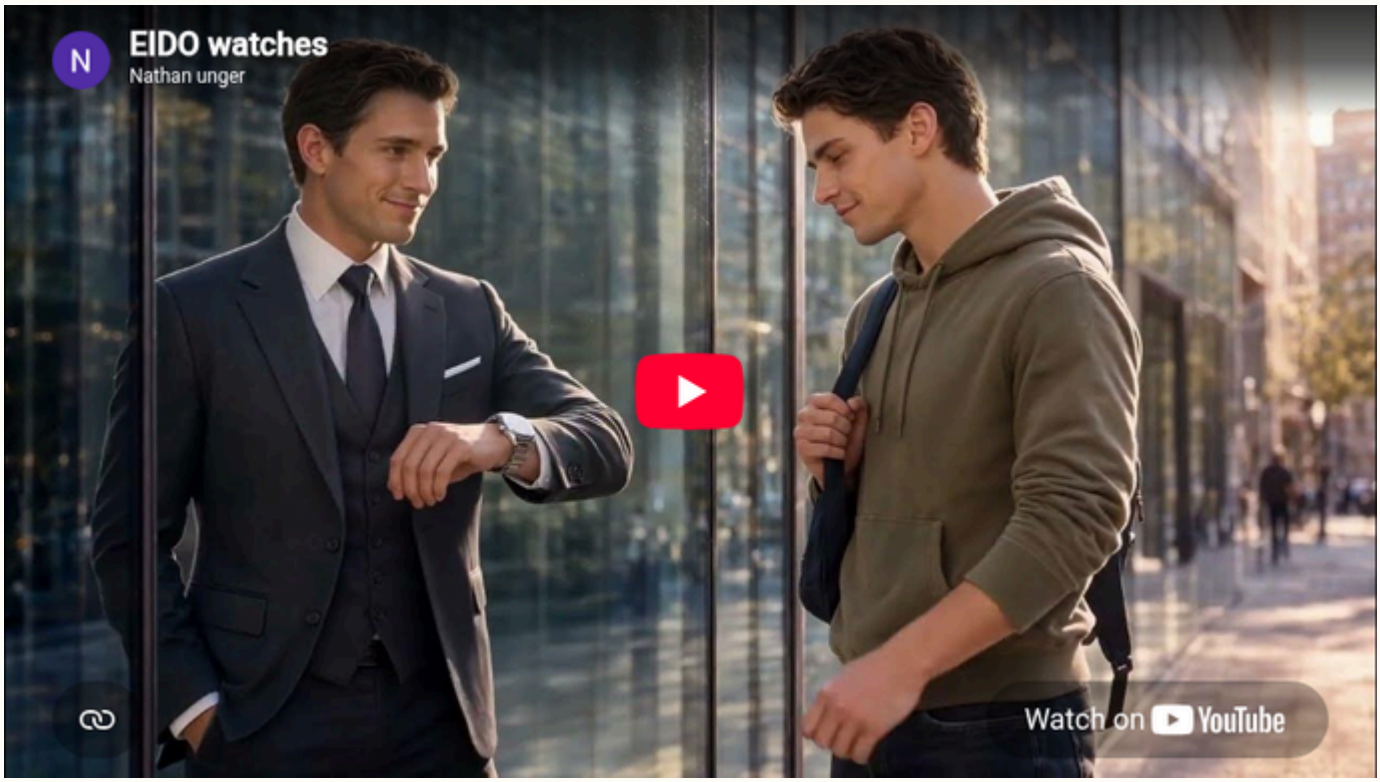

Suivis
Pour toi
EIDO
PRÉSENTE
ILLUMI
12,4 K
321
1 087
2 306
EIDO
Découvrez Illumi, notre nouvelle collection.
10 interprétations. Une seule identité : la vôtre.
#EIDO #Illumi #HorlogerieSuisse #SwissMade
Son original - EIDO
Accueil
Amis
Boîte de réception
Profil


9:24
EIDO
@eido
27
Suivis
56,8 K
Followers
1,2 M
J'aime
Suivre
Message
Maison horlogère suisse.
Création, savoir-faire et intemporalité.
Collection Illumi.
www.eido-watches.com
Illumi
Savoir-faire
Genève
Coloris
La Maison
312 K
428 K
612 K
168 K
Accueil
Amis
Boîte de réception
Profil

Xiaohongshu



Vidéo



https://youtu.be/IYWDHNu8Ucc

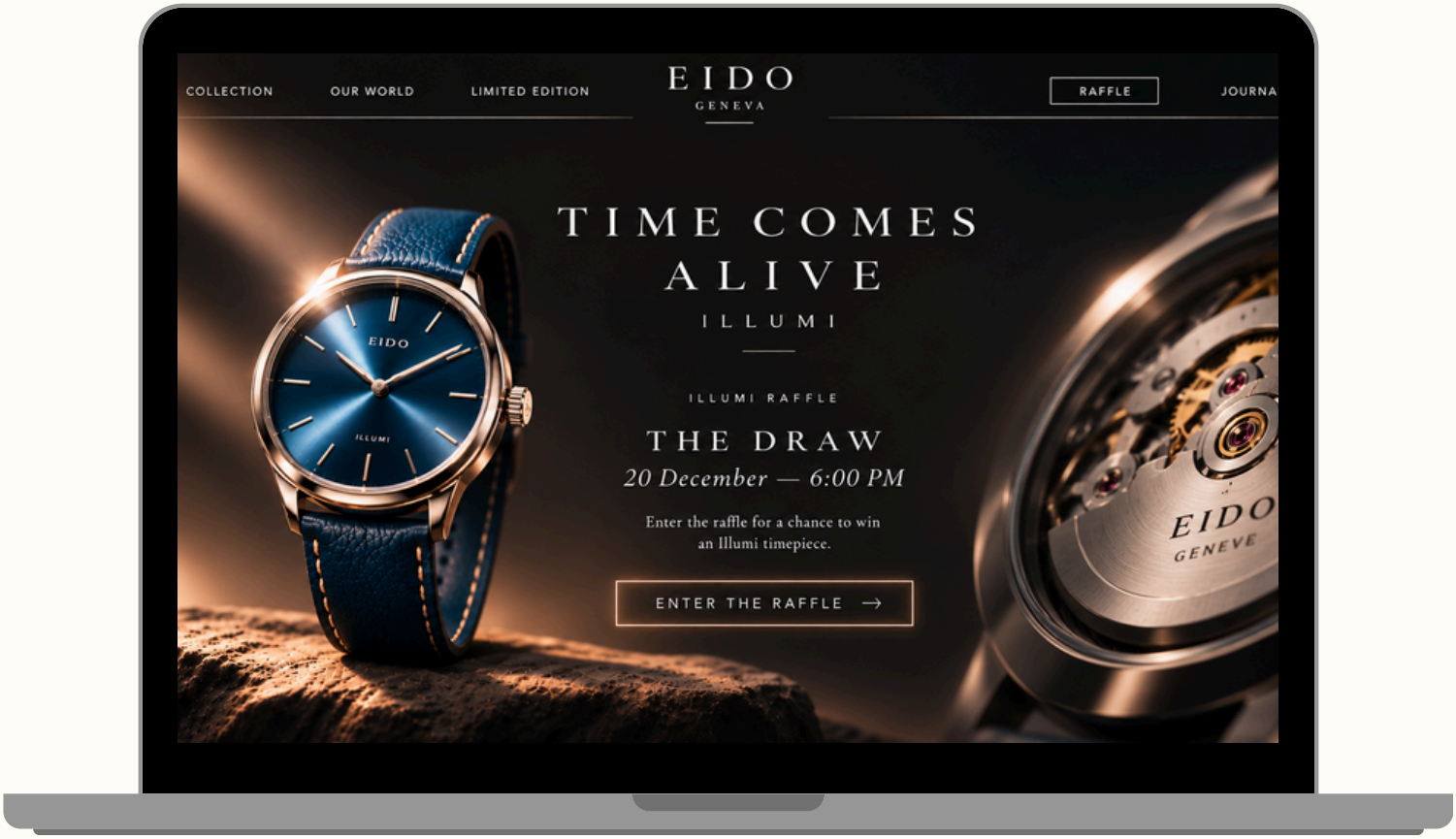
Display & conversion

Notre stratégie digitale vise à transformer la curiosité suscitée par ILLUMI en une véritable relation avec la maison EIDO.
À travers des publicités immersives, un site e-commerce premium et un parcours d'inscription au tirage au sort, nous accompagnons les 25-35 ans de la découverte de la marque jusqu'à leur première expérience horlogère.

01 - DIGITAL ADVERTISING | From Awareness to Desire

Notre campagne publicitaire reprend le concept créatif « Time comes alive. » à travers un film qui illustre l'évolution d'un individu au fil des années.
Un jeune homme portant sa première ILLUMI aperçoit dans son reflet une version future de lui-même, portant la pièce signature EIDO à CHF 35'000.
Ce passage entre présent et futur symbolise notre vision: une première montre marque le début d'une histoire, tandis que la suivante célèbre le chemin parcouru.
Déclinée en formats verticaux sur Instagram, TikTok et Xiaohongshu, cette publicité associe storytelling émotionnel et esthétique premium pour développer la notoriété de la marque.

Site internet



02 – THE EIDO WEBSITE | Discover the Universe

Le site EIDO prolonge l'expérience publicitaire à travers une interface immersive, élégante et minimaliste, fidèle aux codes visuels de la maison.
Dès la page d'accueil, la signature « Time comes alive. » accompagne la présentation des dix montres ILLUMI, mettant en valeur leurs couleurs, leur design coussin et leur mouvement mécanique visible.

Une page dédiée permet d'explorer chaque modèle, de découvrir son prix et d'en apprendre davantage sur le savoir-faire horloger suisse.
Le site présente également le principe du tirage au sort donnant accès à l'achat des neuf modèles colorés, proposés entre CHF 800 et CHF 1'200.
La pièce signature à CHF 35'000 possède un espace distinct, illustrant la vision à long terme de la maison.

Site internet

03 – CONVERSION JOURNEY | From Discovery to Ownership

Notre stratégie associe publicité vidéo, site e-commerce premium et expérience événementielle pour transformer la découverte d'EIDO en première acquisition.

ATTRACT

Un film publicitaire inspiré du concept du reflet, diffusé sur Instagram, TikTok et Xiaohongshu, pour créer l'émotion et attirer l'attention.

DISCOVER

Le site EIDO permet de découvrir les neuf coloris ILLUMI, les caractéristiques mécaniques, le mouvement visible et la vision de la maison.

CONVERT

Le public peut participer au tirage au sort de lancement ou découvrir les modèles disponibles à l'achat et à la commande lors des EIDO After Hours.

BELONG

Le packaging premium, les communications de la maison et les expériences exclusives prolongent la relation après le premier achat.



Site internet

OUR CONVERSION OBJECTIVE

Notre ambition ne se limite pas à générer des ventes immédiates.

Nous souhaitons transformer un premier contact digital en une relation émotionnelle durable, où chaque nouvelle étape de vie peut devenir une occasion de renouer avec EIDO.



Discover > Explore > Register > Access > Belong

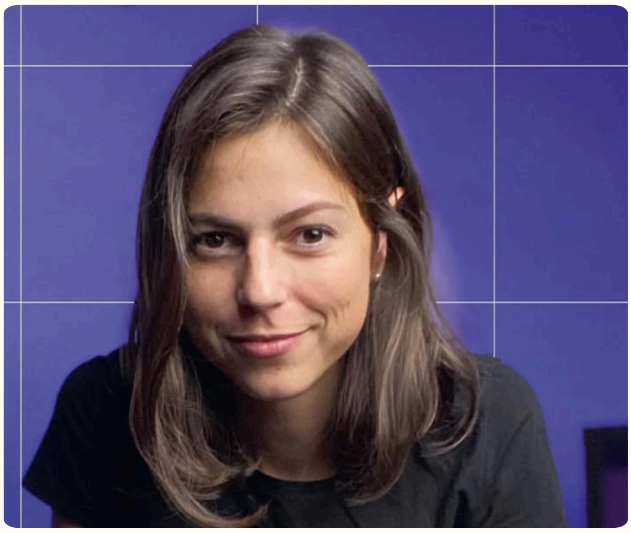
Nos influenceurs



Ben Cook

Faire découvrir l'horlogerie mécanique et les modèles accessibles à travers une approche passionnée et pédagogique.

Abonnés instagram: ~ 250 000
Taux d'engagement: ~ 3%



Jenni Elle

Valoriser le savoir-faire suisse, la transparence du mouvement et les caractéristiques horlogères de la collection.

Abonnés instagram: ~ 70 000
Taux d'engagement: ~ 1,5%



Mate Li

Associer les couleurs ILLUMI à l'expression personnelle, au style et à la mode contemporaine.

Abonnés Instagram: ~ 1 500 000
Taux d'engagement: ~ 1%

Stratégie d'influence

Pour accompagner le lancement international d'ILLUMI, EIDO imagine « The ILLUMI Generation », une campagne d'influence réunissant trois créateurs aux univers complémentaires: Ben Cook pour les États-Unis, Jenni Elle pour l'Europe et Mate Li pour la Chine.

Notre ambition est de faire découvrir l'horlogerie mécanique suisse à une nouvelle génération, à travers des personnalités qui partagent les valeurs de créativité, d'authenticité et d'expression personnelle de la maison.

0 1 – TEASE | Create Curiosity

Les créateurs reçoivent une invitation EIDO dans un écrin mystérieux reprenant la forme coussin de la montre. De courtes vidéos révèlent progressivement les matières, le mouvement et l'univers de la maison, sans dévoiler immédiatement la collection.

0 2 – REVEAL | Discover ILLUMI

Chaque créateur dévoile ILLUMI à travers son propre univers.
L'ouverture du packaging devient un moment central, tandis que leurs contenus renvoient vers le site EIDO et les inscriptions au tirage au sort donnant accès à l'achat des modèles.

0 3 – EXPERIENCE | Become Part of the Story

Les créateurs sont invités aux événements EIDO After Hours, où ils découvrent la collection, essaient les différents modèles et partagent l'expérience avec leurs communautés.
Les contenus produits prolongent l'événement sur Instagram, TikTok et Xiaohongshu et encouragent le public à découvrir la maison.

FROM INFLUENCE TO BELONGING

Au-delà du lancement, The ILLUMI Generation vise à créer une communauté de jeunes passionnés, curieux et créatifs, réunis autour d'une même vision du temps.
Notre objectif est de transformer la découverte d'une montre en un premier attachement à EIDO, puis de faire évoluer cette relation au rythme des expériences et des accomplissements de chacun.

Stratégie d'influence



KPI's & Objectifs

Afin d'évaluer le succès du lancement international d'ILLUMI, EIDO définit cinq indicateurs clés permettant de mesurer l'efficacité de sa campagne, de la découverte de la marque jusqu'à l'inscription au tirage au sort.

01 – AWARENESS

KPI: Portée de la campagne
Objectif: 2 millions de personnes touchées

02 – ENGAGEMENT

KPI: Taux d'engagement sur les réseaux sociaux
Objectif: 4 % d'engagement moyen

03 – TRAFFIC

KPI: Nombre de visiteurs sur le site EIDO
Objectif: 50 000 visites

04 – CONVERSION

KPI: Nombre d'inscriptions au tirage au sort
Objectif: 5 000 inscriptions, soit un taux de conversion cible de 10 %

05 – LOYALTY

KPI: Taux de clic des communications CRM
Objectif: 3 %

OUR PRIMARY KPI – RAFFLE REGISTRATIONS

Le nombre d'inscriptions qualifiées au tirage au sort constitue notre principal indicateur de réussite. Il traduit la capacité d'EIDO à transformer la notoriété et le désir en une intention concrète d'acquisition.
Objectifs prévisionnels indicatifs sur trois mois, à ajuster selon le budget de campagne.

KPI's & Objectifs

From Data to Performance.

Pour mesurer l'efficacité de chaque levier, EIDO met en place un suivi des performances par plateforme, influenceur et marché.

01 – TRACK

Les statistiques d'Instagram, TikTok et Xiaohongshu permettent d'analyser la portée et l'engagement. Google Analytics 4 mesure le trafic et les conversions du site, tandis que des liens UTM identifient les performances de chaque influenceur.

02 – ANALYZE

Trois indicateurs permettent d'analyser les résultats:

- Taux d'engagement: (Interactions / Portée) × 100
- Taux de conversion: (Inscriptions / Visites du site) × 100
- Coût par inscription: Dépenses de campagne / Nombre d'inscriptions

03 – OPTIMIZE

Les performances sont analysées tout au long des trois phases Tease, Reveal et Experience afin d'identifier les contenus, influenceurs et marchés les plus efficaces.
Les investissements sont ajustés en fonction des résultats pour maximiser les inscriptions qualifiées, tout en préservant le positionnement premium d'EIDO.

FROM EXCLUSIVITY TO ACCESSIBILITY

Le tirage au sort marque le lancement exclusif de la collection ILLUMI, tandis que les EIDO After Hours ouvrent progressivement son accès à un public plus large.
Cette complémentarité permet de créer le désir lors du reveal, puis de transformer cet intérêt en essayages, ventes directes et commandes.
Une stratégie qui conjugue désirabilité, accessibilité et conversion.

Conclusion

TIME COMES ALIVE.

Avec ILLUMI, EIDO ambitionne de réinventer la perception de l'horlogerie mécanique suisse auprès d'une nouvelle génération. En associant savoir-faire traditionnel, design contemporain et expression personnelle, la maison transforme la montre en bien plus qu'un instrument de mesure du temps : un objet de désir, d'émotion et d'identité.

À travers une campagne internationale mêlant storytelling, influence, digital et expériences exclusives, notre stratégie vise à créer une première rencontre mémorable avec la marque. Du tirage au sort de lancement aux événements EIDO After Hours, chaque point de contact est pensé pour transformer la curiosité en désir, puis le désir en engagement durable.

Mais notre ambition va au-delà du lancement d'une collection. ILLUMI représente le premier chapitre d'une relation appelée à évoluer avec son propriétaire. Une première montre pour accompagner ses ambitions, puis, demain, une pièce d'exception pour célébrer ses accomplissements.

Car chez EIDO, nous ne souhaitons pas simplement mesurer le temps, mais accompagner ceux qui lui donnent de la valeur.

EIDO – TIME COMES ALIVE.



Maverick Gillioz – Nathan Unger – Chloé Mantz – Dounia Conteh