EVORA

Le temps ne se mesure pas, il se vit.

A NEW PERSPECTIVE ON TIME



VIAL Antoine, CARRAIN Maëlyne, LAPELLEGERIE Louis, AMIOT Logan, GUIDO Julia
École Internationale Tunon Genève

NOUS MESURONS TOUT, SAUF L’ESSENTIEL

Nous vivons dans un monde où chaque seconde est mesurée.

Nos montres calculent nos performances, analysent notre sommeil, comptent nos pas et nous rappellent constamment ce que nous avons à faire.

Nous avons accès à une quantité décuplé de données sur notre temps; paradoxalement, nous semblons parfois en manquer.

Nous savons combien de temps nous avons couru, combien d’heures nous avns dormi, mais prenons-nous encore le temps de profiter simplement d’un instant ?

C’est de ce paradoxe qu’est née Evora.

EVORA est née de la fusion entre Évolution et Aura. L'évolution symbolise le passage du temps, le mouvement et notre capacité à grandir, tandis que l'aura représente l'énergie, les émotions et l'essence de chaque instant. Inspiré également par la ville d'Évora au Portugal, le nom évoque la nature, l'arbre, l'ancrage et la liberté.



PLATEFORME DE MARQUE

Notre vision

Réinventer la perception de l'horlogerie mécanique, où chaque mouvement devient visible et chaque instant prend une nouvelle dimension.

Notre mission

Proposer une nouvelle manière de vivre le temps à travers une montre mécanique suisse qui associe savoir-faire horloger, design distinctif et expression personnelle

Notre personnalité

Élégante, précise, audacieuse, sportive et émotionnelle

Nos valeurs

- Précision : chaque mouvement et chaque détail comptent
- Transparence : révéler la beauté du mécanisme horloger
- Authenticité : valoriser le savoir-faire et la mécanique
- Émotion : célébrer les instants marquants de la vie
- Modernité : réinterpréter les codes traditionnels de l'horlogerie

Notre positionnement

Une marque d'horlogerie mécanique suisse contemporaine, inspirée de la précision du sport et de la pureté de la glace, destinée à une génération en quête d'authenticité, de design et de sens.



REDONNER DU SENS AU TEMPS

Face à cette évolution, nous avons souhaité repenser la place de la montre mécanique auprès d’une génération constamment connéctés.

Pour les 25-35 ans, une montre ne doit plus simplement répondre à un besoin fonctionnel. Elle doit aussi être objet de désir, d’expression personnelle et d’attachement.

Là où la montre connecté cherche à optimiser chaque instant, la montre mécanique nous rappelle quelque le plaisir de posséder un objet vivant, animé pour un mouvement aussi complexe soit-il, qui traverse le temps à notre côté.

STORYTELLING



NÉE DE LA GLACE

EVORA puise son origine dans la glace, élément à la fois pur et légendaire.

Symbole de précision, de maîtrise et d'éternité, la glace traverse l'histoire des peuples : surface de performance, miroir du temps, matière à la fois fragile et infinie.



LE TEMPS SUSPENDU

Sur la glace, un saut fige le temps. Pendant quelques secondes, tout se retient.

Un instant d'équilibre, de tension et de beauté, où chaque mouvement compte.



LE MOUVEMENT DÉCOMPOSÉ

Derrière cette fluidité se cache une succession de phases d'une extrême précision : l'impulsion, l'élévation, la rotation, la suspension, la réception.

Le geste se révèle alors comme une mécanique parfaite, une chorégraphie où chaque étape a son rôle.



EVORA

De cette observation est née EVORA. Une montre au mécanisme apparent, inspirée de la précision et de l'harmonie du mouvement sur glace.

Elle ne se contente pas de mesurer le temps : elle en révèle la mécanique, célèbre sa beauté et donne une nouvelle dimension aux instants qui comptent.

PERSONAS



Sophie

P34 ans
Entrepreneuse / cadre supérieure
Localisation : Genève / Zurich / Londres
Situation : En couple
Revenu annuel : 85 000 – 120 000 CHF
Budget montre : 800 – 1 200 CHF

Profil & mode de vie

- Apprécie les produits premium et durables.
- Aime les voyages, la gastronomie et l'architecture.

Habitudes de consommation

- Privilégie la qualité et les belles finitions.
- Sensible à l'image et à l'identité des marques.
- Recherche des produits durables et distinctifs

Motivations d'achat

- Qualité et savoir-faire horloger.
- Design original et élégant.
- Authenticité et durabilité.
- Expérience client personnalisée.

Freins à l'achat

- Manque de notoriété des jeunes marques.
- Méfiance envers les produits trop standardisés.
- Besoin de preuves concrètes du savoir-faire.

Pourquoi EVORA ?

- Design contemporain et différenciant.
- Mouvement squelette apparent.
- Qualité horlogère à prix accessible.
- Une montre qui reflète sa personnalité et sa réussite.

Sa philosophie : « Ce que je porte doit refléter mon parcours,
pas simplement mon pouvoir d'achat. »

CONCEPT CRÉATIF GLOBAL

Le parallèle entre les deux univers :

- La glace : pureté, élégance et précision
- Le patineur : maîtrise, équilibre et émotion
- Le mouvement : succession de gestes et de mécanismes coordonnés
- La montre : précision mécanique et beauté du mouvement



La glace et l'acier créent une continuité esthétique entre le sport et le produit.

La suspension d'un patineur en plein saut symbolise un instant où le temps semble s'arrêter.

La précision d'une réception rappelle la précision du mécanisme.

Le mouvement circulaire d'une rotation sur la glace rappelle les rouages de la montre.

Quelques détails bronze pour rappeler les rouages.

5 mots autour de la montre : précision, authenticité, émotion, expression, modernité.

STRATÉGIE D’ENGAGEMENT

Développer notre notoriété et créer un lien émotionnel avec notre communauté en s'associant à des événements de patinage artistique.

3 axes :

Partenariats

Associer EVORA à des compétitions et spectacles de patinage artistique via des salon VIP (partenaires, familles) avec expositions des modèles et possibilité d’acquisition → transformer l’événement sportif en expérience de marque

Ambassadeurs

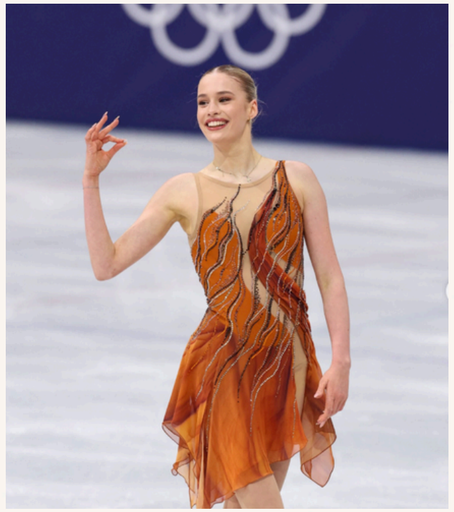
Collaborer avec des athlètes et créateurs de contenu partageant les valeurs de la marque

Expérience

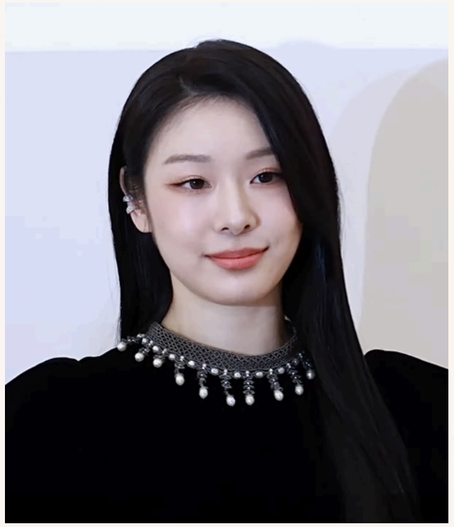
Permettre au public de découvrir, essayer et s'approprier EVORA

DES AMBASSADEURS

Notre stratégie privilégie trois profils complémentaires : les athlètes de patinage artistique, les créateurs lifestyle et les passionnés d'horlogerie.



Kimmy REPOND
Athlète incarnant le mouvement et l'émotion



Yuna Kim
Lifestyle fait découvrir EVORA à une cible jeune et urbaine.



Ariel Adams
valorise la mécanique et le savoir-faire horloger (journaliste)

STRATÉGIE DIGITAL

Insight et opportunités de marque

Dans un marché dominé par les montres connectées, les notifications et les objets technologiques multifonctionnels, la montre mécanique peut sembler éloignée des attentes d'une génération habituée à la rapidité, à la connectivité et à l'innovation.

Défi pour EVORA : rendre la montre mécanique moderne, attractive et adaptée aux attentes de cette nouvelle génération.

Opportunité de la marque : faire redécouvrir l'horlogerie mécanique à une nouvelle génération en associant l'héritage à une esthétique contemporaine et audacieuse.

Positionnement de communication : une nouvelle vision de l'horlogerie suisse, destinée à une génération qui souhaite porter un objet avec du caractère, du sens et une véritable histoire.

STRATÉGIE DIGITAL

Objectifs de la stratégie digitale

La stratégie digitale doit répondre à quatre objectifs :

- **Changer la perception de l'horlogerie mécanique :** la rendre attractive auprès d'une cible jeune, urbaine et créative
- **Créer du désir autour du produit :** Valoriser le design distinctif, le mouvement visible, les différentes couleurs et le caractère unique de chaque version
- **Rendre la mécanique accessible :** Expliquer simplement le fonctionnement du mouvement, le savoir-faire horloger et la fabrication suisse, sans adopter un discours trop technique ou élitiste
- **Transformer l'intérêt en expérience :** Faire passer les consommateurs de la découverte digitale à l'expérience physique : découvrir la montre, l'essayer lors d'un événement et finalement l'acheter

STRATÉGIE DIGITAL – RÉSEAUX SOCIAUX

Créer une nouvelle relation avec l’horlogerie

Instagram - Le désir et l’expression personnelle

- Positionner la montre comme un accessoire de design et un objet d'expression personnelle
- Univers esthétique contemporains : mode, architecture, art, musique, photographie et lifestyle urbain

Types de contenus :

- Photographies éditoriales montrant la montre portée dans différentes situations du quotidien
- Portraits de jeunes créatifs, artistes, designers et entrepreneurs portant leur version préférée
- Carrousels présentant les différentes couleurs de la collection
- Gros plans sur le cadran transparent et les détails mécaniques
- Reels mettant en scène la montre dans des environnements urbains
- Stories interactives permettant à la communauté de choisir sa couleur préférée ou de découvrir les coulisses de la marque

Concept éditorial - “Your Time, Your Identity”

Chaque personne possède son propre style et sa propre manière de vivre. La montre devient un élément de cette identité.

STRATÉGIE DIGITAL – RÉSEAUX SOCIAUX

Créer une nouvelle relation avec l’horlogerie

TikTok - Déconstruire les images reçues

- Rendre la montre mécanique accessible, surprenante et désirable
- Permet de confronter les habitudes digitales de la cible à l'univers mécanique de la montre

Types de contenus :

- Comparaisons de deux façons de vivre le temps : notifications et rythme personnel
- Vidéos montrant le mouvement mécanique en fonctionnement
- Présentations des différentres versions en fonction des styles et des personnalités
- Coulisses de la conception et de la fabrication
- Vidéos “humoristiques” autour des habitudes des jeunes générations et de leur rapport au temps

Concept éditorial - “More Than a Screen”

Rappel qu’une montre peut être bien plus qu’un écran qui affiche des informations, elle peut être un objet mécanique, esthétique et émotionnel.

STRATÉGIE DIGITAL – RÉSEAUX SOCIAUX

Créer une nouvelle relation avec l’horlogerie

Youtube - Donner du sens et de la crédibilité

- Approfondir la découverte du produit et valoriser l’expertise horlogère suisse
- Développer un discours plus riche que sur les plateformes de vidéos courtes

Types de contenus :

- Film de présentation de la marque et de sa vision
- Vidéos expliquant le fonctionnement du mouvement mécanique
- Interviews des créateurs et des personnes impliquées dans le projet
- Présentation du processus de conception et de fabrication
- Collaborations avec des passionnés d'horlogerie et des créateurs spécialisés (mentionnés précédemment)

Concept éditorial - “The Beauty of What Moves”

Une série de vidéos qui révèle la beauté invisible de la mécanique et explique pourquoi un objet mécanique peut conserver une valeur émotionnelle dans un monde toujours plus digitalisé.

STRATÉGIE DIGITAL

Vidéos courtes - Réseaux Sociaux

La cible doit pouvoir comprendre immédiatement ce qui rend la montre différente. Il faut donc privilégier des images fortes, des mouvements de caméra, des détails mécaniques et des situations auxquelles elle peut s'identifier.

Les vidéos devront être pensées pour Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts

Exemple de vidéo : Montrer le moment juste avant une performance, quand tout s’arrête intérieurement.

Message

Le temps ne se mesure pas. Il se ressent.

Déroulé

- Plan serré sur les patins qui touchent la glace
- Bruit de la lame
- Respiration de la patineuse
- Gros plan sur la main / le poignet / la montre
- Regard concentré
- Impulsion
- Au moment du saut : ralenti extrême
- Cut vers les rouages de la montre
- Apparition de la signature EVORA

STRATÉGIE DIGITAL – RÉSEAUX SOCIAUX

Adaptation au marché Asiatique

- **Xiaohongshu (RED)**

Développer l’image lifestyle de la montre à travers des contenus mode, design et recommandations

- **Douyin**

Diffuser des vidéos courtes créatives et des collaborations avec des créateurs locaux

- **WeChat**

Développer la relation avec les consommateurs, diffuser les informations de marque et faciliter les prises de contact et les achats

STRATÉGIE DIGITAL

Notre charte graphique et propositions visuelles

Anthracite

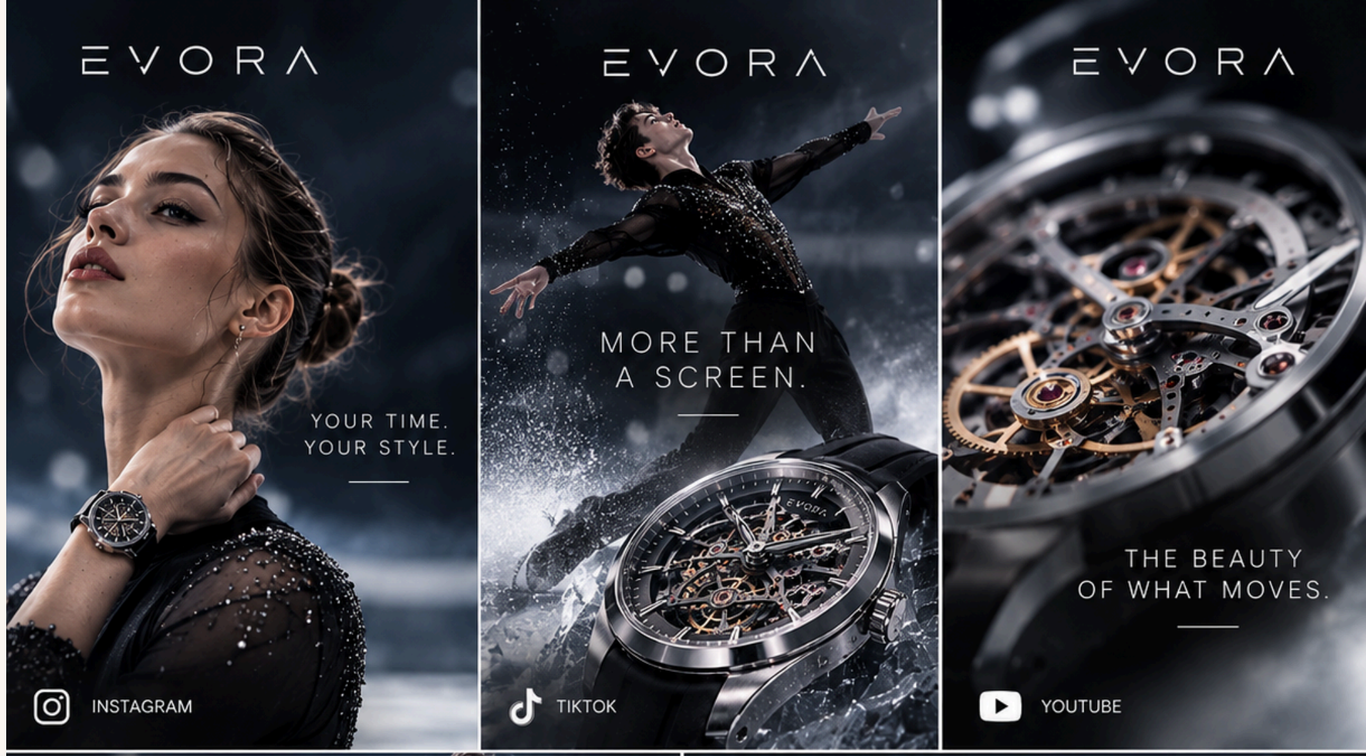
Bronze

Gris glace

Blanc cassé

Proposition de logo pour notre collection

EVORA
SWISS WATCHMAKING







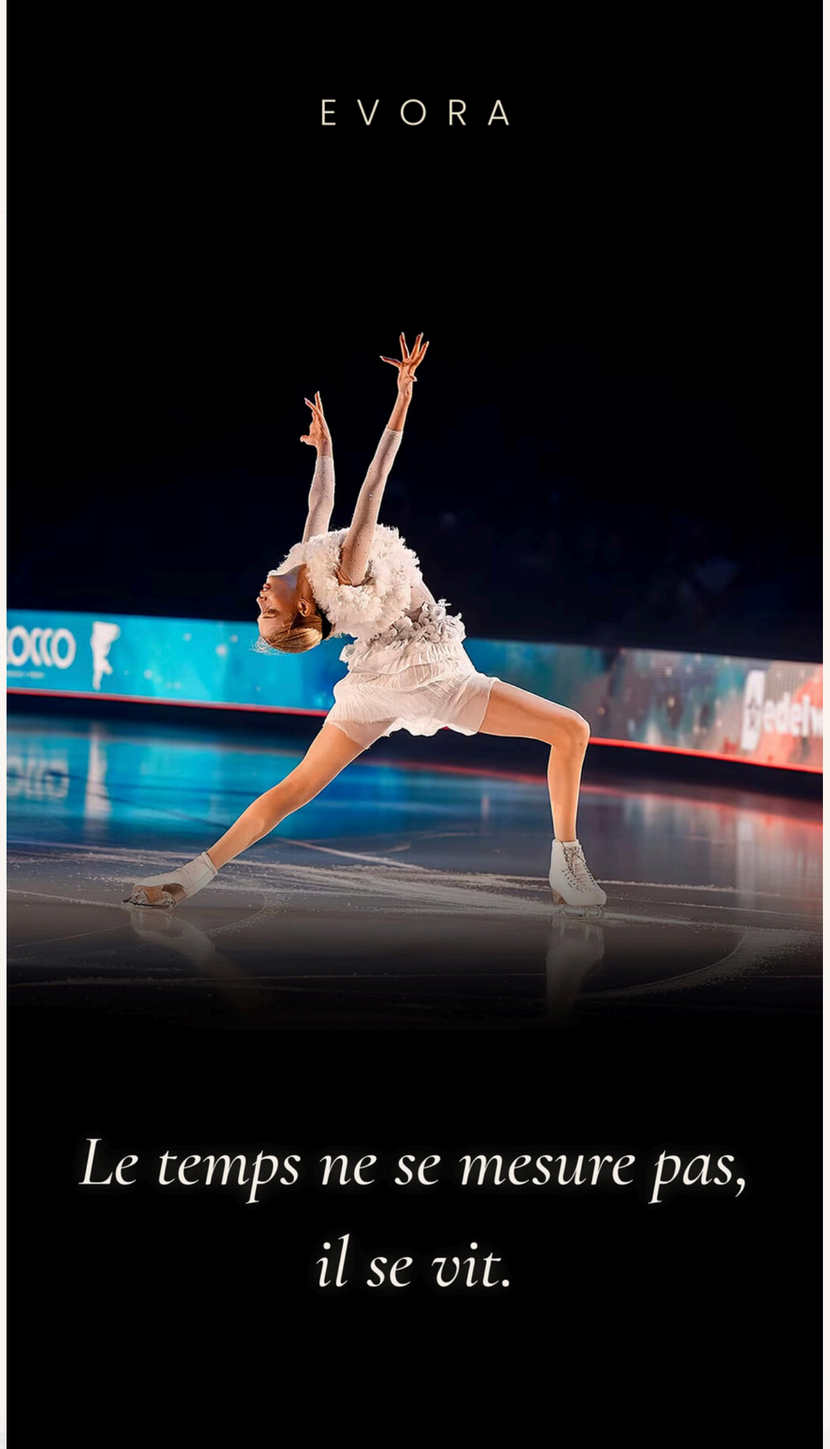
STRATÉGIE DIGITALE
Display

L'objectif est de positionner la montre dans des environnements cohérents avec son identité.

Support	Emplacement & diffusion	Objectif
Écrans LED en patinoire	Écrans géants et panneaux LED lors des championnats de patinage artistique en Suisse, aux États-Unis et en Asie.	Associer EVORA à la précision, à l'élégance et à l'émotion sportive, tout en bénéficiant de la visibilité des compétitions.
Écrans immersifs & espaces VIP	Halls d'accueil, salons VIP et espaces partenaires des événements sportifs.	Créer une expérience premium, renforcer l'image de marque et encourager la découverte physique des montres.
Lightbox & affichage grand format	Genève Aéroport, aéroports internationaux et emplacements stratégiques dans les grandes villes ciblées.	Accroître la notoriété internationale, renforcer le positionnement premium et susciter le désir autour du produit.
Display digital & bannières animées	Sites spécialisés dans le sport, la mode, le lifestyle et l'horlogerie, ainsi que médias digitaux fréquentés par les 25–35 ans.	Toucher une audience qualifiée, générer du trafic vers le site EVORA et favoriser la découverte de la collection.

KEY VISUAL

Annonces A4 et Lightbox Genève Aéroport





SOURCES

Fédération de l’industrie horlogère suisse (FH) : https://www.fhs.ch
Statistiques de l’industrie horlogère suisse : https://www.fhs.ch/fre/statistiques
International Skating Union (ISU) : https://www.isu-skating.com
Championnats d’Europe de patinage artistique 2027 : https://www.isu-skating.com
Art on Ice : https://www.artonice.com/fr/

Concurrents horlogers traditionnels et sportifs

- TAG Heuer – Horlogerie sportive et positionnement premium : https://www.tagheuer.com
- Tissot – Collection T-Touch Connect Sport : https://www.tissotwatches.com/fr-ch/collection/categories/connect.html
- Longines – Horlogerie suisse, élégance et tradition : https://www.longines.com
- OMEGA – Horlogerie de luxe et chronométrage olympique : https://www.omegawatches.com
- Breitling – Horlogerie de luxe et univers sportif : https://www.breitling.com

Utilisation IA → visuels et reformulation

- Chat GPT
- Claude