



Communiqué de presse

Octobre 2009

VENI VIDI VICI annonce sa nouvelle collection « Damier » et l'inaugure en présentant le chronographe « THE TEN FIRST ».

VENI VIDI VICI communique l'ouverture de la souscription pour l'achat du premier modèle de sa collection « DAMIER ». L'honneur d'être le premier est dévolu à un chronographe appelé à devenir le modèle phare de la collection; celle-ci sera déclinée en plusieurs dimensions et différentes variantes afin de séduire et satisfaire aussi bien les hommes que la gente féminine.

VENI VIDI VICI fabrique les 10 premières montres de sa production; chaque montre est proposée au prix de CHF 25'000. --, la livraison aura lieu avant la fin mars 2010.

Jusqu'au 9 novembre 2009, chacun des 10 possesseurs recevra à titre exceptionnel 1% du capital de la société ; c'est-à-dire CHF 1'000. -- sur un capital de CHF 100'000. --

Courant novembre 2009, VENI VIDI VICI communiquera personnellement à ses clients et copropriétaires le business plan. Un communiqué de presse sera publié annonçant les développements futurs de l'entreprise.

L'entreprise

VENI VIDI VICI est une entreprise horlogère sise à Genève, en Suisse. VENI VIDI VICI développe des produits horlogers exclusifs, subtils mélanges de qualités techniques et esthétiques.

Les montres imaginées, dessinées, réalisées par VENI VIDI VICI ont pour principales caractéristiques d'être inoubliables et surtout reconnaissables entre toutes. La raison en est toute simple, quelques mots suffisent pour décrire un modèle, par exemple, une montre avec un bracelet « écailles » ou le modèle « damier ».

La force des créations de VENI VIDI VICI est de pouvoir décrire objectivement la montre, une expression suffit pour la distinguer, la reconnaître, l'expliquer et surtout s'en souvenir. Rares sont les produits qui partagent cette qualité. Là est la différence entre description objective et subjective. Le cerveau humain adore cela.

Le début

Toute histoire a un commencement, celle de VENI VIDI VICI débute en 1996, par quelques traits hâtivement tracés sur un cahier, des écailles apparaissent qui vont devenir une montre. Des prototypes sont fabriqués suivis d'une discrète présence à la foire de Bâle 1998 ; celle-ci trop discrète à laquelle s'est ajouté un manque de moyens financiers. Un nouvel essai en 2006 qui prend la forme d'une participation à un salon horloger à Genève : Time evolution. Le succès annoncé rate son rendez-vous. Le temps de la remise en question est là, il est suivi de l'éclaircissement comme pour la devise de Genève : Post tenebras lux. L'aventure peut et doit continuer.

Actuellement

Changement de paradigme. La pensée vagabonde et se précise, impératif de la dessiner avant qu'elle ne s'envole. Nouveaux modèles créés en gardant à l'esprit le leitmotiv de la marque, une idée, un mot : la montre. Cette fois, le maître-mot est « le damier ». Le concept prend forme, se développe et abouti en un télescopage entre monde mécanique, compétition et technique ancestrale.

Une (re)naissance qui prend la forme de décuplés. Dix premières montres produites en série. Dix montres uniques destinées à des clients qui le sont également. Un geste s'impose.



L'engagement

VENI VIDI VICI décide d'ouvrir à ses clients son capital et propose une manière originale de participer au développement de l'entreprise.

Pour chacune des dix premières montres commandées avant le 9 novembre 2009, 1% du capital de l'entreprise est offert.

Pour VENI VIDI VICI, l'investisseur est le porte drapeau de l'entreprise, il s'identifie à l'entreprise, il la soutient, il a intérêt à la voir prospérer.

Le meilleur vendeur d'une entreprise est son client. Chacun d'entre nous est souvent sollicité pour des conseils et nous défendons des produits et des services que nous avons acquis.

Pour débiter, VENI VIDI VICI a besoin de se faire connaître, de trouver des clients et réinvestir les fonds dans la future production. La publicité classique est plutôt coûteuse pour une entreprise en démarrage pour de faibles résultats car elle ne permet pas un ciblage efficace ; elle n'est pas forcément reconnue comme une source fiable de conseil, alors que les clients, surtout s'ils sont satisfaits du produit ou du service, sont, de fait, le plus à même d'en faire l'éloge et deviennent les meilleurs ambassadeurs d'une société.

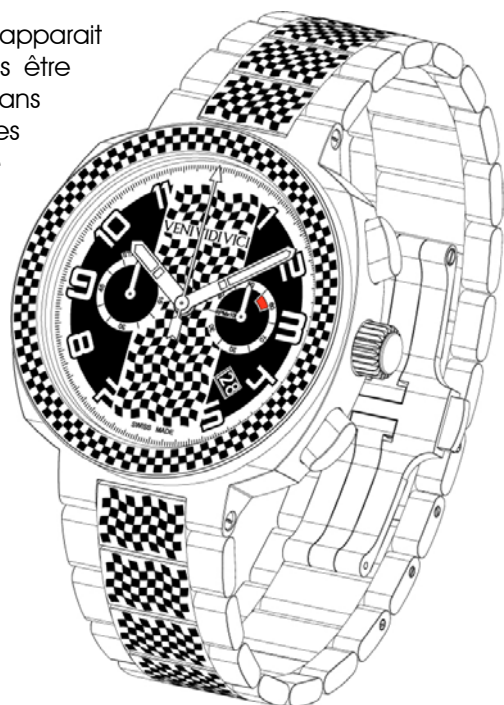
Qui n'a pas recommandé un restaurant, une voiture, un vin, une assurance, une banque, un coiffeur, une télévision ou un ordinateur ?

Qui a reçu ne serait-ce qu'une carte de remerciements pour service rendu de la part d'une entreprise alors qu'il lui a apporté un client ?

VENI VIDI VICI connaît l'importance de ses clients et particulièrement ses premiers clients. Ils ont fait confiance et à ce titre, ils méritent toute l'estime et la gratitude de VENI VIDI VICI. Ils seront les premiers agents commerciaux de l'entreprise et réaliseront un travail extraordinaire. Tout travail méritant salaire, cela prendra la forme d'une participation au capital de la société.

La suite

Après le dessin et la réalisation de montres, une évidence apparaît pour le créateur : le mouvement. Un avantage : ne pas être horloger, mais ingénieur en mécanique. L'imagination sans contrainte permet de défricher de nouveaux territoires. Les idées sont si audacieuses qu'elles méritent un dépôt de brevets. Cependant, il est encore trop tôt pour dévoiler le travail en cours. Fin novembre certainement.



CONTACT :

VENI VIDI VICI
Rue Oscar Bider 11
CH 1220 GENEVE
Tél : +41 (0)22 796 32 54
Fax: +41 (0)22 796 32 54
GSM : +41 (0)78 637 55 05
E-Mail : contact@venividivici.ch
<http://www.venividivici.ch>