



JOURNÉE  
INTERNATIONALE  
DU MARKETING  
HORLOGER

16<sup>e</sup> JOURNÉE DE RECHERCHE EN MARKETING HORLOGER  
ET 26<sup>e</sup> JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

[www.marketinghorloger.ch](http://www.marketinghorloger.ch)

## APPEL A COMMUNICATIONS

« L'éternalité » de la montre

Jeudi 17 novembre 2022, Haute école de gestion Arc

Espace de l'Europe 21, 2000 NEUCHÂTEL (Suisse)

### Positionnement de la Journée

En collaboration avec l'AFM (Association française du marketing), le Club marketing de Neuchâtel et le Club marketing Trans-Jura, l'Association des Journées de Marketing (AJM) et la Haute école de gestion Arc organisent un 16<sup>e</sup> colloque de recherche appliquée dédié au marketing horloger dans le cadre de la 26<sup>e</sup> Journée internationale du marketing horloger.





# JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

Ce colloque scientifique et professionnel, qui se déroulera à Neuchâtel (Suisse) sur le Campus Arc 1 de la Haute école de gestion Arc, vise un double objectif :

- Débattre des travaux académiques les plus récents concernant les préoccupations de développement durable touchant l'industrie et les acteurs horlogers en particulier.
- Proposer de nouvelles opportunités et des pistes concrètes pour intéresser et séduire les acheteurs de montres sensibles aux valeurs durables.

Ce colloque est ouvert aux enseignants-chercheurs, aux étudiants comme aux praticiens de l'horlogerie et autres acteurs de la chaîne de valeur. Des articles de recherche, des études de cas et des contributions originales, d'un point de vue méthodologique et/ou pratique, seront appréciées par le jury, d'autant plus s'ils débouchent sur des applications managériales.

## Thèmes des communications attendues

L'horlogerie, savoir-faire pluriséculaire, s'inscrit par nature dans la durée de la mesure du temps, mais le concept proposé d'« **éternalité** » va au-delà en y intégrant des notions à la fois récentes et concrètes telles que l'obsolescence, et d'autres relevant de l'irrationnel et de l'intime telles que l'attachement durable d'une personne à son garde-temps.

« **L'éternalité** » de la montre est un thème volontairement large pouvant être abordé sous divers aspects complémentaires :

- La relation de la montre au temps long astronomique par rapport à l'immédiateté du quotidien.
- La passion éternelle pour la montre, indémodable depuis plus de quatre siècles.
- La pérennité des montres mécaniques réparables par rapport à l'obsolescence des montres connectées.
- La fabrication de produits horlogers avec des matières, des composants et des procédés de fabrication respectueux de l'environnement.
- Les réponses des marques, manufactures et cotraitants pour répondre à une demande croissante des clients finaux pour des produits durables et recyclables.



# JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

Pour aborder ces aspects, les méthodologies peuvent être variées, comme les études de cas, la netnographie, les études qualitatives et quantitatives. Les approches multidisciplinaires (par exemple en mixant économie, psychologie, sociologie, ethnologie, études de marché, etc.) sont encouragées par le Comité scientifique qui attend des travaux provenant non seulement de spécialistes du marketing, mais d'autres chercheurs en sciences humaines, ainsi que de praticiens proposant des études de cas.

## Comité scientifique des JRMH

**Dr. Nicolas Babey** – Professeur, Doyen de l'Institut du management des villes et du territoire, Haute Ecole de Gestion Arc, Neuchâtel.

**Dr. François H. Courvoisier** – Professeur honoraire, Haute Ecole de Gestion Arc, Neuchâtel (coordinateur du Comité scientifique).

**Dr. Olivier Crevoisier** – Professeur d'économie territoriale – Université de Neuchâtel, Neuchâtel.

**Dr. Pierre-Yves Donzé** - Professeur d'histoire économique - Université d'Osaka, Osaka.

**M. François Engisch** - Propriétaire, Horlogerie-Bijouterie Robert, Neuchâtel.

**Dr. Marc Filser** – Professeur de marketing, Université de Bourgogne, Dijon.

**M. Joël A. Grandjean** - Journaliste horloger, éditeur et rédacteur en chef du JSH (Journal suisse d'horlogerie), Genève.

**Dr. Max Monti** – Responsable partenariats et valorisation, Haute école Arc ingénierie, Neuchâtel.

**Mme. Laetitia Vifian Benoit** - Présidente des JIMH, Romont (BE)

**M. Kalust Zorik** – Directeur InterTech, fondateur et past-président des JIMH, Neuchâtel.

## Comité d'organisation des JIMH

**M. Thomas Bailod** - Fondateur et directeur de BA111OD, Neuchâtel

**Mme. Laetitia Vifian Benoit** - Présidente des JIMH, Romont (BE)

**Mme Maria Bashutkina** - Adjointe scientifique, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel

**Dr. François H. Courvoisier** – Professeur honoraire, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel

**Mme. Anaïs Georges-Duclos** - Fondatrice et directrice, DC-Agencies, Genève et Paris

**Mme. Marie-Laurence Heinkel** - Directrice Porte-Échappements SA, La Chaux-de-Fonds



# JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

**M. Raphaël Ly** - Fondateur et directeur de Idjezo, Genève

**Mme. Anne-Laure Pollet-Bolon** - Cheffe de projets, Cortaillod

**M. Alain Rapin** - Marketing Manager, La Bâloise assurances, Neuchâtel

**M. Ugur Sarac** - Business Development Manager, Weckerle Packaging, Le Locle

**M. Kalust Zorik** – Directeur InterTech, fondateur et past-président des JIMH, Neuchâtel.

## Procédure d'évaluation scientifique

### 1. Soumission

Chaque proposition de communication soumise au comité scientifique sera évaluée par au moins deux lecteurs anonymes. La procédure sera la suivante :

- Soumission d'un abstract de deux pages + références clés, **en français ou en anglais**, selon les standards bureautiques usuels, format Word (.doc ou .docx), jusqu'au **27 juin 2022** par e-mail à : [francois.courvoisier@he-arc.ch](mailto:francois.courvoisier@he-arc.ch)
- Réponse du Comité scientifique aux auteurs sélectionnés jusqu'au **5 septembre 2022**.
- Réception des communications complètes jusqu'au **10 novembre 2022** à l'adresse e-mail [francois.courvoisier@he-arc.ch](mailto:francois.courvoisier@he-arc.ch) en format Word exclusivement (.doc ou .docx).

### 2. Critères d'évaluation

Les abstracts seront notamment évalués selon les critères suivants :

- ❖ Pertinence avec le thème « **L'éternalité** » de la montre de la 16<sup>e</sup> Journée de recherche en marketing horloger
- ❖ Valeur ajoutée apportée par l'auteur ou les auteurs
- ❖ Méthodologie originale ou adéquate
- ❖ Applicabilité managériale de la recherche ou de l'étude de cas
- ❖ Références-clés, académiques ou thématiques.

### 3. Participation finale

Les auteurs des abstracts sélectionnés par le Comité scientifique seront invités à présenter leur communication en français ou en anglais lors de la Journée internationale du marketing horloger du 17 novembre 2022 en vingt minutes, suivies de dix minutes de discussion avec les participants du colloque. Ils s'appuieront sur un diaporama de type pptx. Il est prévu que cette journée se déroule simultanément en présentiel et en streaming.



# JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

Les communications, écrites en français ou en anglais doivent respecter les normes de présentation ci-après.

## Normes de présentation

- ❖ Selon les normes de l'AFM (Association française de marketing) en vigueur depuis 2017, la longueur du document à fournir jusqu'au 10 novembre 2022 sera de 5 pages, hors page de titre, annexes et références.
- ❖ La police utilisée sera Times New Roman 12, en format Word (.doc ou .docx).
- ❖ Les graphiques et autres supports visuels (photos, schémas) sont bienvenus. Ils doivent être d'une bonne qualité graphique et libres de droits en vue d'une reproduction future.
- ❖ Les auteurs indiqueront sur une page de garde séparée leur nom, leur fonction, leurs coordonnées et le titre de leur article de recherche.

Pour plus de renseignements :

Prof. Dr. François H. Courvoisier, Professeur honoraire, Haute école de gestion Arc, Espace de l'Europe 21, CH-2000 Neuchâtel (Suisse) ; tél. +41 78 880 38 68, e-mail : [francois.courvoisier@he-arc.ch](mailto:francois.courvoisier@he-arc.ch) ; internet : [www.marketinghorloger.ch](http://www.marketinghorloger.ch)

## Publication

Les travaux sélectionnés seront édités sous forme d'un ouvrage dans la collection « marketing horloger » éditée par Loisirs et Pédagogie (éditions LEP), qui compte déjà douze titres. Les résumés / *abstracts* des travaux sélectionnés pourront aussi être publiés sur le site [www.marketinghorloger.ch](http://www.marketinghorloger.ch). Les auteurs retenus auront la possibilité de compléter leur papier de recherche ou leur étude de cas et de fournir jusqu'à une douzaine de pages pour étayer leur recherche en vue de la publication du futur ouvrage de la collection LEP. Les travaux sélectionnés resteront propriété de l'Association des Journées du Marketing, mais pourront être réutilisés par leurs auteurs avec indication de la source « 26<sup>e</sup> Journée Internationale du Marketing Horloger ».



JOURNÉE  
INTERNATIONALE  
DU MARKETING  
HORLOGER

## Reconnaissance et diffusion

Lors de la 16<sup>e</sup> JRMH / 26<sup>e</sup> JIMH du 17 novembre 2022, le Comité scientifique attribuera le Prix de la meilleure communication offert par la marque Baillod :

# BA1110D

ON SELECTED WRISTS. EXCLUSIVELY.

La JRMH étant labellisée par l'AFM, la meilleure communication de la 16<sup>e</sup> JRMH aura un accès privilégié à un prochain Congrès de l'AFM.

Les organisateurs de la JRMH encouragent les auteurs sélectionnés à soumettre leurs papiers de recherche aux revues officielles de l'AFM : RAM (Recherche et Applications en Marketing) et DM (Décisions Marketing).

\* \* \* \* \*