



JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER

15^e JOURNÉE DE RECHERCHE EN MARKETING HORLOGER

www.marketinghorloger.ch

APPEL A COMMUNICATIONS

15^e Journée de Recherche en Marketing Horloger (JRMH)
sur le thème :

« Jeunes ... perspectives »

Jeudi 18 février 2021, 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 15^e colloque de recherche appliquée dédié au marketing horloger.

haute école
neuchâtel berne jura



gestion
neuchâtel delémont





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 et grands défis économiques et marketing actuels touchant l'industrie horlogère ;
- proposer de nouvelles opportunités et des pistes concrètes pour intéresser aux produits horlogers les jeunes générations plus enclines aux smartphones qu'aux montres.

Ce colloque est ouvert aux enseignants-chercheurs, aux étudiants comme aux praticiens de l'horlogerie ou autres secteurs de cotraitance. Des articles de recherche 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

« **Jeunes ... perspectives** » est un thème volontairement large pouvant être abordé sous deux aspects complémentaires :

- celui des jeunes, les générations Y, Z et suivantes, soit les clients horlogers de demain « nés avec un smartphone dans la main » : quel est leur comportement pour lire l'heure ? quelles sont leurs attitudes, attentes, expériences envers les montres ?
- celui des perspectives horlogères : comment sortir d'une crise pandémique mondiale qui a donné un violent coup de frein à toute l'industrie ? comment l'horlogerie peut-elle intégrer des tendances comme la responsabilité sociale, le développement durable et autres valeurs chères aux jeunes ? les jeux en ligne (*e-games*) très appréciés des jeunes générations vont-ils supplanter les compétitions sportives importantes pour l'horlogerie ?

« Jeunes perspectives » peut aussi se comprendre comme une seule thématique, celle des nouvelles perspectives horlogères, une nouvelle manière de voir son business model, de trouver de nouvelles opportunités d'affaires.

Pour aborder ces thématiques, les méthodologies peuvent être variées, comme les études qualitatives, quantitatives ou études de cas. Les approches multidisciplinaires (par exemple prospective, psychologie, ethnologie, études de marché, communication) sont encouragées par le Comité scientifique qui attend des travaux provenant non seulement de spécialistes du marketing, mais d'autres chercheurs en sciences humaines, par exemple en comportement du consommateur, neurosciences, *social selling*, etc., ainsi que de praticiens proposant des études de cas.



JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

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.

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 JRMH

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

Mme Maria Bashutkina, Master en économie et gestion, Adjointe scientifique, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel

Mme Camille Dubied, Master en marketing et pratiques commerciales, Assistante de recherche, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel



JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

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 + bibliographie sommaire, **en français ou en anglais**, selon les standards bureautiques usuels (format Word .doc ou .docx), jusqu'au **14 septembre 2020** par e-mail à : francois.courvoisier@he-arc.ch et maria.bashutkina@he-arc.ch
- Réponse du Comité scientifique aux auteurs sélectionnés jusqu'au **2 novembre 2020**.
- Réception des communications complètes jusqu'au **7 février 2021** aux adresses e-mail francois.courvoisier@he-arc.ch et maria.bashutkina@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 « Jeunes... perspectives » de la 15^e Journée de recherche
- ❖ Valeur ajoutée apportée par l'auteur ou les auteurs
- ❖ Méthodologie 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 de recherche du 18 février 2021 en vingt minutes, suivies de dix minutes de discussion avec les participants du colloque. Ils s'appuieront sur un diaporama de type pptx.

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



JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

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 7 février 2021 sera de 5 pages, hors page de titre, annexes et bibliographie.
- ❖ 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 ; site internet: 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. Les auteurs retenus ont 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 dans le 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 « 15^e Journée de Recherche en Marketing Horloger ».



JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

Reconnaissance et diffusion

Lors de la 15^e JRMH du 18 février 2021, le Comité scientifique attribuera le Prix de la meilleure communication offert par Certina Watches.



La JRMH étant labellisée par l'AFM, la meilleure communication de la 15^e 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).

* * * * *