

**7^{ème} JOURNÉE DE RECHERCHE EN MARKETING
HORLOGER**

www.marketinghorloger.ch

APPEL A COMMUNICATIONS

L'Association des Journées Internationales du Marketing Horloger et la Haute école de gestion Arc organisent la 7^{ème} journée de recherche en marketing horloger sur le thème :

**« Marketing expérientiel appliqué à
l'horlogerie »**

**Mercredi 7 novembre 2012, Haute école de gestion Arc,
Espace de l'Europe 21, 2000 NEUCHÂTEL (Suisse)**

Positionnement du colloque

En collaboration avec l'AFM (Association française du marketing), Swissmarketing (Club marketing suisse) et les Journées de la Métropole Horlogère JMH), l'Association des Journées Internationales du Marketing Horloger (JIMH) et la Haute école de gestion Arc organisent un 7^{ème} colloque de recherche appliquée dédié au marketing horloger dans le cadre des 16^{èmes} Journées Internationales du Marketing Horloger.

Ce colloque, qui se déroulera dans le Campus Arc 1 de la Haute école de gestion Arc à Neuchâtel, vise un double objectif :

- débattre des travaux académiques les plus récents concernant le rôle du marketing expérientiel pour les entreprises horlogères, marques, points de ventes et partenaires ;
- valoriser spécifiquement les travaux de chercheurs et de professionnels mettant en œuvre des approches de marketing appliqué à l'horlogerie.

Ce colloque est ouvert aux enseignants-chercheurs comme aux praticiens. Des approches originales d'un point de vue méthodologique ou pratique, voire des contributions interdisciplinaires, seront appréciées par le jury, d'autant plus si elles débouchent sur des applications managériales.

Thèmes des communications

Les champs d'application pouvant faire l'objet d'une communication sont variés : le thème « marketing expérientiel appliqué à l'horlogerie » doit ici être entendu au sens large : l'initiation à l'horlogerie, la passion de l'horlogère ou celle d'une marque, l'immersion dans le monde de l'horlogerie ou de la marque, le marketing sensoriel et émotionnel. Les voies de recherches possibles sont multiples : économiques, sociologiques, ethnologiques, culturelles, etc., tout comme sont encouragées les approches interdisciplinaires et le benchmarking hors du monde de l'horlogerie. Voici quelques thèmes suggérés (non exhaustifs) :

- Pourquoi et comment devient-on passionné d'horlogerie ?
- Quelles sont les étapes de l'initiation à la culture horlogère ? A celle d'une marque ?
- Quels outils marketing utiliser pour plonger le client dans le monde de la marque ?
- Quelles approches sensorielles utiliser pour séduire le client (à la manufacture, au point de vente, dans les expos et shows) ?
- Quelles sont les différences/ressemblances avec d'autres industries connexes (bijouterie, joaillerie, maroquinerie, etc.) ?
- Quels sont les contacts expérientiels clés et les « moments de vérité » ? (client-marque ; client-produit ; client-technologie ; client-client ; client-média ; client-ambassadeur ; client-musée ; etc.)

Publication

Les travaux sélectionnés seront édités sous forme d'un ouvrage tel que « L'horlogerie et ses ambassadeurs » et les autres ouvrages disponibles édités par LEP et visibles sur le site www.marketinghorloger.ch. Les travaux retenus restent propriété de l'Association des Journées du Marketing Horloger et de la Haute école de gestion Arc, mais peuvent être réutilisés par leurs auteurs avec indication de la source « 7ème Journée de Recherche en Marketing Horloger ».

Comité scientifique

M. Jean-Philippe Arm – Directeur et rédacteur en chef, Watch Around, Neuchâtel
Dr. Nicolas Babey – Professeur, Haute Ecole de Gestion Arc, Neuchâtel
Mme Caroline Choulat – Cheffe du Service Economique, Ville de La Chaux-de-Fonds
Dr. François Courvoisier – Professeur, Doyen de l'Institut du marketing horloger, Haute Ecole de Gestion Arc, Neuchâtel (coordinateur du Comité scientifique)
M. François Engisch – Directeur, Horlogerie-Bijouterie Robert, Neuchâtel
Dr. Marc Filser – Professeur, Université de Bourgogne, Dijon
Dr. Michel Kostecki – Professeur, Université de Neuchâtel, Neuchâtel
Dr. Max Monti – Responsable R&D, Haute école Arc ingénierie, Le Locle
Dr. Ludwig Oechslin – Historien et horloger, Directeur du MIH (Musée international d'horlogerie), La Chaux-de-Fonds
M. Kalust Zorik – Directeur InterTech, Président et fondateur des JIMH, Neuchâtel

Comité d'organisation JRMH

Dr. François Courvoisier – Professeur, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel.
Mme Fabienne Courvoisier - Lic. sc. économiques, Responsable de communication, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel
Mme Natasa Maksimovic - Economiste d'entreprise HES, Assistante de recherche, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel
M. Julien Struchen - Economiste d'entreprise HES, Assistante de recherche, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel.

Procédure d'évaluation scientifique

1. Soumission

- Chaque abstract (2 à 3 pages avec références clés) soumis au comité scientifique sera évalué par au moins deux lecteurs anonymes. La procédure sera la suivante :
- Soumission d'un abstract de trois pages maximum, références comprises, **en français ou en anglais**, selon les standards bureautiques usuels (format Word), jusqu'au **15 juin 2012** par e-mail à : francois.courvoisier@he-arc.ch
 - Réponse aux auteurs sélectionnés jusqu'au **13 juillet 2012**
 - En cas d'acceptation de l'abstract, réception des communications complètes jusqu'au **26 octobre 2012** à l'adresse e-mail ci-dessus, en format Word (.doc, Office 2003)

2. Critères d'évaluation

Les abstracts seront notamment évalués selon les critères suivants :

- ❖ Pertinence avec le thème de la journée
- ❖ Valeur ajoutée apportée par l'auteur
- ❖ Adéquation de la méthodologie
- ❖ Applicabilité managériale de la recherche

3. Participation finale

Les auteurs des papiers sélectionnés seront invités à présenter leur communication en français ou en anglais lors de la journée du 7 novembre 2012 en vingt minutes, avec support visuel de type Powerpoint, suivies de dix minutes de discussion.

Certaines présentations pourront être retenues pour ouvrir les tables-rondes de la Journée internationale du marketing horloger du 8 novembre 2012 au Théâtre de L'heure bleue, à La Chaux-de-Fonds. Dans ce cas, les auteurs prévoient une présentation de maximum 5 minutes et seront avertis le 7 novembre lors du colloque de recherche.

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

Normes indicatives de présentation

- ❖ La longueur du document final, rédigé en français ou en anglais au format word 2003 (.doc) sera comprise entre 10 et 20 pages, annexes et bibliographie y compris.
- ❖ La police utilisée sera Times New Roman 12, en format Word (Office 2003), interligne simple.

JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER

- ❖ Les graphiques et autres supports visuels sont bienvenus. Ils doivent être d'une bonne qualité graphique et être libres de droits de reproduction.
- ❖ Les auteurs indiqueront sur une page de garde séparée leur nom, leur fonction et le titre de l'article.

Pour tous autres renseignements:

Prof. François Courvoisier
Doyen de l'Institut du marketing horloger
Haute école de gestion Arc
Espace de l'Europe 21
CH-2000 Neuchâtel (Suisse)
Tél. +41 32 930 20 40
e-mail: francois.courvoisier@he-arc.ch
www.imh-arc.ch
www.marketinghorloger.ch

Reconnaissance

Lors de la 16^{ème} JIMH du 8 novembre 2012, le Comité scientifique attribuera le Prix JIMH offert à la meilleure communication présentée le 7 novembre 2012 lors de la 7^{ème} JRMH.

* * * * *