

12^{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 12^{ème} Journée de Recherche en Marketing Horloger sur le thème :

« **Marketing... l'intelligence digitale** »

à l'occasion de la 21^{ème} Journée internationale du marketing horloger

Mercredi 6 décembre 2017, 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 Neuchâtel et Trans-Jura), l'Association des Journées Internationales du Marketing Horloger (JIMH) et la Haute école de gestion Arc organisent un onzième colloque de recherche appliquée dédié au marketing horloger dans le cadre des 21^{èmes} Journées Internationales du Marketing Horloger.

Ce colloque scientifique, qui se déroulera dans le Campus Arc 1 de la Haute école de gestion Arc, (Auditoire H030) vise un double objectif :

- débattre des travaux académiques les plus récents concernant les perspectives futures de l'industrie horlogère, sous l'angle du client de demain, des produits qu'il attend et la manière dont les marques vont le toucher et le séduire.
- valoriser spécifiquement les travaux de chercheurs et de professionnels mettant en œuvre des approches originales de prospective, de comportement du consommateur du futur, de développement de nouveaux produits et moyens de communication.

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

Thèmes des communications

« Marketing ... L'intelligence digitale » est un thème volontairement large : les champs de recherche dans le domaine de l'économie numérique sont en effet vastes, vus sous l'angle de l'évolution de la prise de données et du traitement de ces dernières pour prendre des décisions managériales adéquates. Voici quelques pistes pour stimuler la réflexion des chercheurs souhaitant soumettre un papier :

- Quelles sont les opportunités et menaces du *big data* pour les marques horlogères ?
- Les blogs et réseaux sociaux permettent-ils de mieux appréhender le comportement des clients finaux ?
- Quel est l'impact de l'intelligence digitale dans les réseaux de distribution physiques ?
- Intelligence digitale et industrie 4.0
- Comment les PME horlogères indépendantes peuvent-elle tirer parti de l'intelligence digitale dans leur stratégie marketing ?
- Benchmarking de l'intelligence digitale implantée dans d'autres secteurs (industrie, commerce, services) et Best Practices pour l'horlogerie.

JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER

- L'intelligence digitale va-t-elle remplacer l'intelligence humaine ?
- L'analyse prédictive : un concept utile à l'horlogerie ?
- Horlogerie et internet connecté
- Comment gérer le flux « data – information – intelligence » ?
- « Big data » équivaut-il à « big intelligence » ?
- ...

Les pistes ci-dessus sont loin d'être exhaustives, et les méthodologies peuvent être variées. Les approches multidisciplinaires (par exemple IT et sciences de gestion) sont encouragées par le Comité scientifique qui attend les travaux venant non seulement de spécialistes du marketing, mais d'informaticiens de gestion, de chercheurs en sciences cognitives, etc.

Comité scientifique de la JRMH

Dr. Nicolas Babey – Professeur de marketing urbain et territorial, Haute Ecole de Gestion Arc, Neuchâtel.

Dr. François Courvoisier – Professeur, Doyen de l'Institut du marketing horloger, Haute Ecole de Gestion Arc, Neuchâtel (coordinateur du Comité scientifique).

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

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

Dr. Max Monti – Responsable R&D, Haute école Arc ingénierie, Neuchâtel.

M. François Engisch – Directeur, Horlogerie-Bijouterie Robert, Neuchâtel.

M. Joël Grandjean - Journaliste horloger indépendant, Genève, et collaborateur Watchonista

M. Kalust Zorik – Directeur Inter Tech, Fondateur des JIMH et past-président, Neuchâtel.

Comité d'organisation JRMH

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

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

Mme Loredana Valcu, Bachelor en informatique de gestion, Assistante communication-events, Haute école de gestion Arc, 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 d'**une page maximum, en français ou en anglais**, selon les standards bureautiques usuels (format Word), jusqu'au **30 juin 2017** par e-mail à : francois.courvoisier@he-arc.ch
- Réponse aux auteurs sélectionnés jusqu'au **1er septembre 2017**.
- Réception des communications complètes jusqu'au **24 novembre 2017** à l'adresse e-mail francois.courvoisier@he-arc.ch, en format Word exclusivement (.doc, Office 2003 ; ou docx, Office 2007-2010).

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 / les auteurs.
- ❖ Méthodologie adéquate.
- ❖ Applicabilité managériale de la recherche.
- ❖ Références académiques clés.

3. Participation finale

Les auteurs des papiers sélectionnés par le Comité scientifique seront invités à présenter leur communication en français ou en anglais lors de la Journée de recherche du 6 décembre 2017 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.

Normes indicatives de présentation

- ❖ Selon les nouvelles normes de l'AFM, la longueur du document final sera de 5 pages maximum, hors page de titre, annexes et la bibliographie.
- ❖ La police utilisée sera Times New Roman 12, en format Word (Office 2003 ou 2007).
- ❖ Les graphiques et autres supports visuels (photos) 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 et le titre de l'article.

Pour plus de renseignements:

Prof. Dr. François H. Courvoisier, Doyen de l'IMH, 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

Publication

Les travaux sélectionnés seront édités sous forme d'un ouvrage dans la collection du marketing horloger éditée par Loisirs et Pédagogie (éditions LEP), qui compte déjà sept titres. Les auteurs pourront le cas échéant compléter leur recherche de 5 pages et livrer 10 à 20 pages, annexes et bibliographie comprises. Les travaux sélectionnés resteront propriété de l'Association des Journées internationales du Marketing Horloger, mais pourront être réutilisés par leurs auteurs avec indication de la source « 12^{ème} Journée de Recherche en Marketing Horloger ».

Reconnaissance

Lors de la 21^{ème} JIMH du 7 décembre 2017, le Comité scientifique attribuera le Prix JIMH, offert par une grande marque horlogère, à la meilleure communication présentée le 6 décembre 2017 lors de la 12^{ème} JRMH.

La JRMH étant labellisée AFM, la meilleure communication de la 11^{ème} JRMH aura droit à un accès privilégié au Congrès de l'AFM 2018.

Les organisateurs de la JRMH encouragent les auteurs à soumettre leurs papiers de recherche aux revues officielles de l'AFM : RAM et DM.



Si votre recherche, fondamentale ou appliquée, présente une contribution académique significative, soumettez-la sans plus attendre à l'une des deux revues scientifiques de l'afm (www.afm-marketing.org)

