

Compte Rendu de la Journée Labellisée

27^{ème} Journée Internationale du Marketing Horloger



Appellation de la journée labellisée : Journée Internationale du Marketing Horloger

Date de l'évènement : Jeudi 30 Novembre 2023

Lieu de l'évènement : Musée international d'horlogerie, La Chaux-de-Fonds (Suisse)

Thème de l'évènement : Les nouveaux modèles d'affaires

Nombre de papiers soumis à la journée labellisée : 6

Nombre de papiers retenus à la journée : 3

Nombre de participants à la journée : 80

Nombre d'enseignants-chercheurs (dont membres de l'afm) / Nombre de professionnels

6 (4) / 70

Meilleur papier de la journée labellisée - Titre et auteur(s)

« L'avenir des points de vente physiques : le modèle de la complémentarité circulaire, vers une distribution duale neuf et seconde main sur le même espace »,

Fabrice Larceneux (PSL Université Paris-Dauphine) et Salomé Lepingle (PSL Université Paris-Dauphine)

Date et lieu de la prochaine édition : information à venir

Contact email :

François Courvoisier, francois.courvoisier@he-arc.ch

Compte-rendu détaillé de la journée

La 27^{ème} Journée Internationale du Marketing Horloger, sur le thème des nouveaux modèles d'affaires, a eu lieu le 30 novembre 2023 au Musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds, en Suisse.

Elle a rassemblé quatre-vingts personnes, professionnels de l'horlogerie, enseignants-chercheurs et étudiants.

Les sujets abordés ont été les nouvelles frontières du luxe horloger, notamment par la digitalisation et la réalité virtuelle, le tuning horloger, les médias qui deviennent des vendeurs, le développement durable et l'avenir des points de vente physiques duals, vendant des produits neufs et des montres de seconde main, ainsi que la nouvelle valeur ajoutée des intermédiaires comme les distributeurs et les prescripteurs.

Le Prix de la meilleure communication académique, offert par les montres BA111OD, a été décerné à Fabrice Larceneux et Salomé Lepingle, de l'Université Paris-Dauphine, pour leur recherche intitulée « L'avenir des points de vente physiques : le modèle de la complémentarité circulaire, vers une distribution duale neuf et seconde main sur le même espace ».



Fabrice Larceneux (à gauche), accompagné de Thomas Baillod, CEO de la marque BA111OD, de Maria Bashutkina, présidente des JIMH et de François Courvoisier, directeur académique des JIMH.

Plus d'informations sur le site l'évènement : <https://www.marketinghorloger.ch/>