



JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER

17^e JOURNÉE DE RECHERCHE EN MARKETING HORLOGER
ET 27^e JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

www.marketinghorloger.ch

APPEL A COMMUNICATIONS

Les nouveaux modèles d'affaires

Jeudi 30 novembre 2023, Musée international d'horlogerie

Rue des Musées 29, 2300 La Chaux-de-Fonds (Suisse)

Positionnement de la Journée

En collaboration avec l'AFM (Association française du marketing), le Club Marketing Neuchâtel et le Club marketing Trans-Jura, l'Association des Journées de Marketing (AJM) et la Haute école de gestion Arc organisent un 17^e colloque de recherche appliquée dédié au marketing horloger dans le cadre de la 27^e Journée internationale du marketing horloger.





JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

Ce colloque scientifique et professionnel, qui se déroulera à La Chaux-de-Fonds (Suisse) au Musée international d'horlogerie, vise un double objectif :

- Débattre des travaux académiques les plus récents concernant les nouveaux modèles d'affaires touchant l'industrie et les acteurs horlogers en particulier.
- Proposer de nouvelles opportunités et des pistes concrètes pour toucher et attirer les acheteurs de montres.

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

Les marques horlogères s'appuient le plus souvent sur un modèle d'affaires traditionnel qui va de la production à la vente, en passant par des intermédiaires de distribution que sont les grossistes et les détaillants.

« **Les nouveaux modèles d'affaires** » (New Business Models) est un thème volontairement large qui peut être abordé sous divers aspects complémentaires :

- Le marketing direct du producteur à l'acheteur.
- Les nouveaux circuits courts, par rapport aux longs circuits de la distribution.
- La cocréation de montres entre la marque et son client.
- Les nouveaux acteurs et les nouveaux rôles dans l'horlogerie de demain.
- L'animation de communautés pour générer de nouvelles ventes.
- Le « tuning » (la personnalisation) de montres.
- L'intégration d'éléments de développement durable dans la chaîne de valeur.
- Etc.

Pour traiter 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



JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

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 émérite, 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 en sciences de gestion, 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 – Past-Présidente des JIMH, Romont (BE)

M. Kalust Zorik – Directeur InterTech, fondateur des JIMH, Neuchâtel.

Comité d'organisation des JIMH

M. Thomas Bailod - Fondateur et directeur de BA1110D, Neuchâtel

Mme. Laetitia Vifian Benoit – Past-présidente des JIMH, Romont (BE)

Mme Maria Bashutkina – Présidente des JIMH, 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

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

M. Alain Rapin - Marketing Manager, Bâloise Assurances SA, Neuchâtel

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

M. Kalust Zorik – Directeur InterTech, fondateur des JIMH, 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 + références clés, **en français ou en anglais**, selon les standards bureautiques usuels, format Word (.doc ou .docx), jusqu'au **14 juillet 2023** par e-mail à : francois.courvoisier@he-arc.ch
- Réponse du Comité scientifique aux auteurs sélectionnés jusqu'au **15 septembre 2023**.
- Réception des communications complètes jusqu'au **23 novembre 2023** à l'adresse e-mail 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 « **Les nouveaux modèles d'affaires** » de la 17^e 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 30 novembre 2023 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 éventuellement aussi en streaming.

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 23 novembre 2023 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 émérite, 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 ; internet : www.marketinghorloger.ch

Publication

Les travaux sélectionnés pourront être édités sous forme d'un ouvrage dans la collection « marketing horloger » éditée par Loisirs et Pédagogie (éditions LEP), qui compte déjà treize titres. Les résumés / *abstracts* des travaux sélectionnés pourront aussi être publiés sur le site 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 « 27^e Journée Internationale du Marketing Horloger ».



JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

Reconnaissance et diffusion

Lors de la 17^e JRMH / 27^e JIMH du 30 novembre 2023, le Comité scientifique attribuera le Prix de la meilleure communication offert par une marque horlogère.

La JRMH étant labellisée par l'AFM, la meilleure communication de la 17^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).

* * * * *