

11^{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 11^{ème} Journée de Recherche en Marketing Horloger sur le thème :

« Visions du futur »

à l'occasion de la 20^{ème} Journée internationale du marketing horloger

Mercredi 30 novembre 2016, 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 20^{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

« Visions du futur » est un thème volontairement large : les champs de recherche dans le domaine de la prospective sont en effet vastes, vus sous l'angle de l'évolution des technologies, du comportement d'achat des clients, du développement de nouveaux produits et de moyens de communiquer avec le client du futur. Voici quelques pistes de recherche pour stimuler la réflexion des chercheurs :

- Comment lira-t-on l'heure demain ?
- L'horlogerie suisse en 2026 : quelle place sur le marché pour les marques actuelles ?
- Y a-t-il encore des opportunités pour de nouvelles marques ?
- Qui seront les clients horlogers de demain ? Quel profil auront-ils, quelles attentes, quelles activités, etc.
- Quels sont les nouveaux pays/territoires à conquérir ?

JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER

- Quelles seront les tendances en termes de matériaux, de construction, de formes, de couleurs, etc ?
- Comment va évoluer la distribution (boutiques mono-marques vs multi-marques) ?
- Comment vendre en ligne une montre de plus de 10'000 francs ?
- Comment initier les enfants à l'horlogerie ?
- Comment convertir au port de la montre la génération Y qui lit l'heure sur ses téléphones, ordinateurs et tablettes ?
- Les smartwatches vont-elles tuer la montre mécanique ?
- Benchmarking avec d'autres secteurs d'accessoires à la personne : bijouterie, joaillerie, maroquinerie, parfumerie, etc.
- La structure de la production va-t-elle être encore plus « verticalisée » ?

Ces pistes ne sont pas exhaustives, et les méthodologies peuvent être variées. Les approches multidisciplinaires sont encouragées par le Comité scientifique qui attend les travaux venant non seulement de spécialistes du marketing, mais d'anthropologues, de sociologues, de futurologues, etc.

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 six titres. 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 « 11^{ème} Journée de Recherche en Marketing Horloger ».

Comité scientifique de la JRMH

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

JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER

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, Président et fondateur des JIMH, 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 de communication, 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 de trois pages maximum, références comprises, **en français ou en anglais**, selon les standards bureautiques usuels (format Word), jusqu'au **27 juin 2016** par e-mail à : francois.courvoisier@he-arc.ch
- Réponse aux auteurs sélectionnés jusqu'au **26 août 2016**.
- Réception des communications complètes jusqu'au **14 novembre 2016** 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 30 novembre 2016 en vingt minutes, suivies de dix minutes de discussion avec les participants du colloque.

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 sera comprise entre 10 et 20 pages, y compris les 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:

JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER

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

Reconnaissance

Lors de la 20^{ème} JIMH du 1^{er} décembre 2016, le Comité scientifique attribuera le Prix JIMH, offert par une grande marque horlogère, à la meilleure communication présentée le 30 novembre 2016 lors de la 11^{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 2017.

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

* * * * *