

Appel à communications

Dans le cadre de la 26^e Journée internationale du marketing horloger (JIMH), l'Association des journées de marketing (AJM) et la **Haute école de gestion Arc** organisent - en collaboration avec l'AFM (Association française du marketing), le Club marketing de Neuchâtel et le Club marketing Trans-Jura - un 16^e colloque de recherche appliquée dédié au marketing horloger.

Cet événement, qui se déroulera le 17 novembre 2022 dans les locaux de la HE-Arc à Neuchâtel, aura pour thème «L'éternalité de la montre». Il vise un double objectif: débattre des travaux académiques les plus récents concernant les préoccupations de développement durable touchant l'industrie et les acteurs horlogers en particulier; et proposer de nouvelles opportunités et des pistes concrètes pour intéresser et séduire les acheteurs de montres sensibles aux valeurs durables.

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 ori-

ginales, d'un point de vue méthodologique et/ou pratique, seront appréciées par le jury, d'autant plus s'ils débouchent sur des applications managériales.

Les approches multidisciplinaires sont encouragées par le comité scientifique qui 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. Plus d'information: www.marketinghorloger.ch.

Call for papers

As part of the 26th International Watch Marketing Day (JIMH), the *Association des journées de marketing (AJM)* and the *Haute école de gestion Arc* are organising – in cooperation with the AFM (*Association française du marketing*), the *Club marketing de Neuchâtel* and the *Club marketing Trans-Jura* – a 16th applied research colloquium dedicated to watch marketing.

This event, which will take place on 17 November 2022 on the premises of the HE-Arc in Neuchâtel, will have as its theme “*L'éternalité de la montre*” (The everlasting nature of watches). It has a twin objective: to discuss the

JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

most recent academic work concerning the concerns of sustainable development affecting the industry and watchmaking stakeholders in particular; and to propose new opportunities and concrete avenues of interesting and appealing to watch buyers who are sensitive to sustainable values.

This conference is open to teachers, researchers, students, watchmaking practitioners and other players in the value chain. Research articles, case studies and original contributions, from a methodological and/or practical point of view, will be appreciated by the jury, especially if they lead to managerial applications.

Multidisciplinary approaches are encouraged by the scientific committee, which expects work not only from marketing specialists, but also from other researchers in the humanities and social sciences, as well as from practitioners proposing case studies. For more information: www.marketinghorloger.ch.