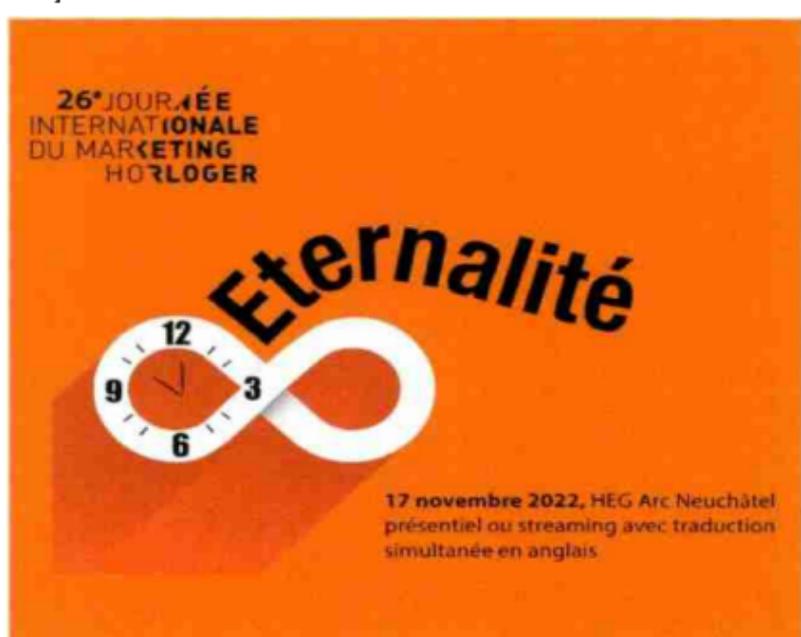


# JIMH

«Eternalité de la montre»

La 26<sup>e</sup> Journée internationale du marketing horloger (JIMH) se tiendra le 17 novembre prochain à la Haute école de gestion Arc à Neuchâtel. Elle aura pour thématique l'«Eternalité de la montre», c'est-à-dire sa relation au temps long astronomique par rapport à l'immédiateté du quotidien. C'est aussi la passion éternelle pour les garde-temps mécaniques, indémodables et pérennes depuis plus de quatre siècles, puisqu'ils sont réparables par rapport aux montres connectées sujettes à l'obsolescence.



Le concept d'éternalité recouvre également la fabrication de produits horlogers avec des matières, des composants et des procédés de fabrication de plus en plus respectueux de l'environnement. Finalement, il englobe les réponses des marques, manufactures et cotraitants pour répondre à une demande croissante des clients finaux pour des produits plus durables et recyclables.

Parmi les intervenants de cette journée, il y aura notamment Jean-Claude Biver (JC Biver watches), Suren Erkman (EPFL), Liselotte Thuring (Panatere), Diana Cullilas (Swiss Better Gold Association) et Vicken Bayramian (Cryptolex).

Le programme complet ainsi que les inscriptions sont disponibles à l'adresse suivante: [www.marketinghorloger.ch](http://www.marketinghorloger.ch).

Revue FH, 29.09.2022