



## Marketing horloger, le livre

A chaque tenue des JIMH à La Chaux-de-Fonds, les Journées Internationales du Marketing Horloger, sort un livre qui résume les ébats et les débats de la session précédente. Ainsi, dès le début décembre 2019, le livre *Publicité Horlogère 4.0: Les Nouveaux Codes*, est disponible aux Editions Loisirs et Pédagogie et chez Watchprint.com, l'éditeur-libraire horloger Fabrice Mugnier, Vice-Président de l'association JSH Archives & Patrimoine. Confié à la direction de Kalust Zorik, fondateur des JIMH, et de François H. Courvoisier, Dr ès sciences économique, professeur honoraire HES-SO, cet ouvrage emprunte six voies-clefs: data driven advertisement, tendances de la publicité visuelle, sémiotique et nouveaux langages, publicité à travers les influenceurs, publicité disruptive et *neuro-advertising*. ■  
[www.watchprint.com](http://www.watchprint.com)

