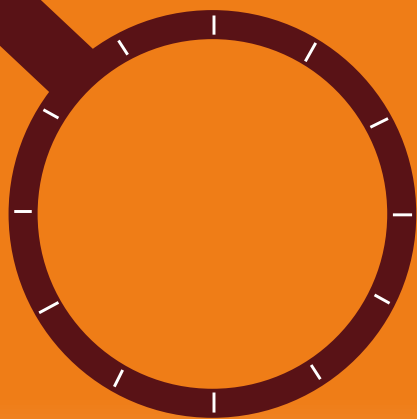




Théâtre de l'Heure Bleue, La Chaux-de-Fonds
29 octobre 2026

Analyse du marché horloger : nouvelles approches

En ouverture de la 12^e Biennale du
patrimoine horloger

**30^e JOURNÉE
INTERNATIONALE
DU MARKETING
HORLOGER**

Organisation

Association des Journées de Marketing,
Marketing Club Neuchâtel et Club TransJura

Tarif

CHF 10.00 avec le Pass Biennale.
Lunch en sus au frais des participants.

Inscription obligatoire sur le site
<https://www.urbanisme-horloger.ch/fr/biennale/>
dès le 22 septembre 2026



Partenaires officiels et Sponsors

Biennale
du Patrimoine
Horloger

haute école **arc** gestion
euchâtel berne jura neuchâtel delémont


La Chaux-de-Fonds
MÉTROPOLE HORLOGÈRE

Fondation
urbanisme
Horloger
La Chaux-de-Fonds | Le Locle

 VIVA
INFORMATIQUE

 NOVATIL
Solutions industrielles

 Meubles
Leitenberg
Fondéeur et Directeur Général


Imprimerie
des montagnes

 LA REMISE

 MARKETING
NEUCHÂTEL

30^e JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

Programme

Jeudi 29 octobre 2026, théâtre de L'heure bleue, La Chaux-de-Fonds, 9h30 – 16h00
en partenariat avec la 12^e Biennale du patrimoine horloger

Analyse du marché horloger : nouvelles approches

- 9h30 : Accueil par Maria Bashutkina, présidente des JIMH et maître de cérémonie
Salutations d'Olivier Kubli, directeur de la HEG Arc
Allocution de Jean-Daniel Jeanneret, conseiller communal de La Chaux-de-Fonds
- 10h00 : « Le marché horloger en transformation : nouvelles géographies, nouveaux consommateurs et opportunités de croissance – focus sur l'Inde et le Mexique », Karine Szegedi, Deloitte
- 10h45 : « Le parcours du client dans l'horlogerie de luxe en Amérique du Nord : nouvelles approches d'analyse des interactions, de l'expérience et de la satisfaction », Léo Trespeuch, Université du Québec à Montréal
- 11h15 : « Décoder les futurs consommateurs de l'horlogerie : quand l'anthropologie digitale révèle ce que les données seules ne disent pas », Benjamin Perregaux, Antropomedia
- 12h00 : « La voix des collectionneurs », Roy Davidoff, Roy & Sacha Davidoff SA
- 12h30 – 13h30 : Pause lunch
- 13h30 : « Veille concurrentielle à l'ère de l'IA, entre puissance analytique et risque de surinterprétation », Olivier R. Muller, Luxe Consult
- 14h00 : « Tailored to Keep or Built to Sell? Customization's Role in Luxury Resale Intentions », Karthigejan Kangatharan, Université de Neuchâtel
- 14h30 : « Des données déclarées aux données discursives : repenser l'étude du marché horloger à partir de discours et de signaux émergents », Magali Bigey, Université Franche-Comté
- 15h00 : « La Digital Ads Intelligence : exploiter les données SEA, SEO et Social Ads comme outil d'étude du marché horloger », Jérémy Dougoud, Efficiency Strategy
- 15h30 : « L'artisan invisible : exploiter les recommandations de l'IA et l'écosystème agentique de Google dans le marketing horloger de luxe », Camille Godet, Google Switzerland
- 16h00 : Conclusion par Maria Bashutkina, présidente des JIMH

