

30^e JOURNÉE INTERNATIONALE DU MARKETING HORLOGER

En ouverture de la 12^e Biennale du
patrimoine horloger

Analyse du marché horloger : nouvelles approches

29 octobre 2026

Théâtre de l'Heure Bleue, La Chaux-de-Fonds



Organisation

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



Tarif

Pass Biennale obligatoire : CHF 10.00
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
euchâtel berne jura
arc gestion
neuchâtel delémont


La Chaux-de-Fonds
MÉTROPOLE HORLOGÈRE

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

Mauler
MAISON FONDÉE EN 1824

VIVA
INFORMATIQUE

Maubles
Leitenberg
Fondée en 1974


imprimerie
des montagnes


LA SEMEUSE

MARKETING
NEUCHÂTEL

Culligan
Water you love.

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 : 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 : « Votre acheteur interroge l'IA : votre marque apparaît-elle ? », Alexandre Olive, fondateur du Luxury AI Report et de Elia-Atelier
- 16h00 : Conclusion par Maria Bashutkina, présidente des JIMH

