

Table des matières

Avant-propos

par François H. Courvoisier 7

Accueil à la 13^e Journée de recherche en marketing horloger

par Olivier Kubli 11

Introduction

par Laetitia Vifian Benoit 13

Salutations du Conseil communal de la Ville de La Chaux-de-Fonds

par Sylvia Morel, conseillère communale 17

Salutations du Conseil d'État du canton de Neuchâtel

par Alain Ribaux, conseiller d'État 21

Dire le luxe de la Haute horlogerie suisse dans le monde 4.0 : les discours des marques entre permanence des valeurs et évolution des formes de la communication numérique

par François Bobrie 25

La publicité horlogère 4.0 : sémiolinguistique et réception d'une image en mutation

par Magali Bigey 51

Le temps arrêté mais toujours en cours : l'utilisation des *cinemagraphs* dans la communication numérique des marques horlogères sur Instagram

par Michael Perret, Maria Bashutkina, Pierre-Yves Moret, Camille Dubied
et Julia Wirth 63

Speedy Tuesday : quand Omega adopte les nouveaux codes de la publicité en ligne

par Claire Roederer et François H. Courvoisier 79

Compte rendu du face-à-face : *Data driven advertisement*

avec Dorian Zbinden et Olivier Kennedy, animé par Valère Gogniat
retranscription par François H. Courvoisier 91

Compte rendu du face-à-face : nouvelles tendances de la publicité visuelle avec Alexander Friedman et Johan Delpuech, animé par Valère Gogniat Retranscription par François H. Courvoisier.....	107
Compte rendu du face-à-face : sémiotique – les nouveaux langages avec Jean-Pascal Perret et François Bobrie, animé par Valère Gogniat Retranscription par François H. Courvoisier.....	123
Compte rendu du face-à-face : la publicité à travers les influenceurs avec Vivien Garnès et Alric Nicol, animé par Valère Gogniat Retranscription par François H. Courvoisier.....	135
Compte rendu du face-à-face : publicité disruptive : « la publicité marque un poing » avec Michael Kamm et Frédéric Layani, animé par Valère Gogniat Retranscription par François H. Courvoisier.....	149
Neuro-advertising : quelles applications pour la communication des marques horlogères ? par Julien Intartaglia Retranscription par François H. Courvoisier.....	165
Conclusions de la journée par Laetitia Vifian Benoit.....	175
Synthèse et perspectives par François H. Courvoisier.....	179