



Avis de Soutenance

Monsieur El hadj KANE

Présentera ses travaux en soutenance

Soutenance prévue le **mercredi 05 juillet 2023** à 14h00

Lieu : 45D Av. de l'Observatoire, 25030 Besançon

Salle : Amphi Cournot - UFR SJEPG

Titre des travaux : Marché des montres de luxe de seconde main et digitalisation de l'économie

Ecole doctorale : Droit, Gestion, Sciences Economique et Politique

Section CNU : 5

Unité de recherche : CRESE - Centre de REcherche sur les Stratégies Economiques

Directeur de thèse : Karine BRISSET

Codirecteur de thèse : François COCHARD HDR NON HDR

Soutenance : Publique A huis clos

Membres du jury :

<u>Nom</u>	<u>Qualité</u>	<u>Etablissement</u>	<u>Rôle</u>
Mme Karine BRISSET	Professeure des universités	Université de Franche-Comté	Directrice de thèse
M. François COCHARD	Professeur des universités	Université de Franche-Comté	Co-directeur de thèse

M. Serge GARCIA	Directeur de recherche	INRAE - Campus AgroParisTech	Examineur
M. Olivier GERGAUD	Professeur	KEDGE - Bordeaux Business School	Examineur
Mme Eve-Angeline LAMBERT	Professeure des universités	BETA Université de Lorraine	Rapporteure
M. Alexis GARAPIN	Professeur des universités	GAEL - Université de Grenoble Alpes	Rapporteur

Mots-clés : Marchés, montres de luxe de seconde main, Economie, enchères,

Résumé de la thèse (en français) :

Ces dernières décennies, un grand nombre de travaux empiriques s'est intéressé à la comparaison entre l'enchère ascendante en ligne et la vente à prix fixe sur internet en s'appuyant sur des données de vente de biens standards. Cette thèse s'inscrit en partie dans ce cadre mais porte son originalité en s'intéressant plus spécifiquement aux montres de luxe de seconde main dont l'évaluation peut reposer sur une affiliation positive entre les acheteurs ou même sur une valeur commune et non uniquement sur la valeur intrinsèque de chaque individu. Elle porte ainsi sur l'analyse des modalités de transactions des montres de luxe de seconde main et vise à comprendre dans quelle mesure les mécanismes de vente ont des conséquences sur le prix de vente et l'efficacité de l'échange. Dans le chapitre 1, l'auteur présente un état de l'art sur les différents facteurs susceptibles de guider le choix du mécanisme de transaction. Les mécanismes étudiés sont l'enchère ascendante en ligne, l'enchère physique, la vente à prix fixe sur internet et un mécanisme hybride qui combine à la fois enchère et option d'achat immédiat à prix fixe. Dans le chapitre 2, l'auteur mène une étude empirique de comparaison des enchères ascendantes en ligne et des ventes à prix fixe à partir de données de vente sur eBay portant sur trois marques de montres de seconde main : Rolex, Omega et Tissot. Les résultats montrent que l'enchère ascendante en ligne procure aux vendeurs un revenu espéré plus élevé que celui procuré par la vente à prix fixe, indépendamment de la marque de montre. Dans le chapitre 3, l'auteur cherche à comprendre dans quelle mesure le contexte concurrentiel entre enchères en ligne pour des biens identiques ou proches peut influencer le prix final. Les résultats montrent que cette concurrence agit négativement et de manière significative sur les prix atteints pour des montres de marque Tissot, mais n'a pas d'effet significatif pour les montres Rolex ou Omega. De plus, les prix finaux atteints dans les enchères de montres Rolex et Omega dépendent positivement et significativement des valeurs de cotation fournies par la plateforme « Chrono24 ». Le chapitre 4 s'intéresse aux émotions des acheteurs et à la manière dont celles-ci peuvent influencer les stratégies d'offre en présence de formats d'enchère identiques mais dans un cadre environnemental différent. Les résultats montrent que les prix finaux atteints dans les enchères en ligne sont en moyenne plus élevés que ceux des enchères en personne. Les enchérisseurs qui ont peur de perdre leurs dotations initiales ou de surévaluer la valeur du bien et ceux qui sont faiblement concernés par l'effet de pseudo-propriété sont moins agressifs dans les enchères physiques, ce qui conduit globalement à des prix finaux plus faibles dans les enchères physiques. Les résultats obtenus dans cette thèse permettent de montrer dans quelle mesure les enchères ascendantes en ligne peuvent apporter un plus en comparaison avec une enchère en personne et une vente à prix fixe.

Abstract (in English):

In recent decades, a number of empirical work has examined the comparison between ascending online auctions and posted-price sales on the internet, based on sales data for standard goods. This thesis partially fits into this framework, but its originality lies in its specific focus on second-hand luxury watches, whose evaluation may rely on a positive affiliation between buyers or even on a shared unknown value and not just on the intrinsic value of each individual. It therefore aims to analyze the transaction modalities of second-hand luxury watches and to understand to what extent sales mechanisms have consequences on the sale price and the efficiency of exchange. In Chapter 1, the author presents a state-of-the-art on the different factors that may guide the choice of transaction mechanism between ascending online auctions, physical auctions, posted-price sales on the internet, and a hybrid online mechanism that combines both auction and buy-it-now option. In Chapter 2, the author conducts an empirical study comparing ascending online auctions and posted-price sales using eBay data for Rolex, Omega, and Tissot second-hand watches. The results show that ascending

online auctions provide a higher expected revenue for sellers than posted-price sales, regardless of the watch brand. In Chapter 3, the author seeks to understand to what extent the competitive context of online auctions for identical or similar goods can influence an auction's final price. The results show that this competition has a significant negative effect on prices achieved for Tissot watches, but has no significant effect for Rolex or Omega watches. In addition, final prices achieved in Rolex and Omega watch auctions are positively and significantly dependent on the quote values provided by the "Chrono24" platform. Chapter 4 focuses on buyers' emotions and how they can influence bidding strategies in the presence of identical auction formats but in different environmental settings. The results show that final prices achieved in online auctions are on average higher than those in physical auctions. Subjects who are afraid of losing their initial endowments or of overvaluing the property and those who are weakly concerned by the endowment effect are less aggressive in physical auctions, leading overall to lower final prices in physical auctions. The results obtained in this thesis show to what extent ascending online auctions can provide an advantage compared to physical auctions and fixed-price sales.