

## CV détaillé du Pr Jean-Paul Aimetti

**Professeur émérite, chaire Marketing du Cnam**  
**Président de l'Académie des sciences commerciales**

### DIPLOMES

Ingénieur diplômé de L'Ecole Supérieure d'Electricité (devenue CentraleSupélec),  
Docteur de mathématiques appliquées en sociologie, Université René Descartes-Sorbonne, « Contribution de l'analyse de données multidimensionnelles à la modélisation de la mobilité intergénérationnelle.», sous la direction du Pr Raymond Boudon, 1975.

### EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

**Depuis 2014 : Professeur émérite du CNAM**

**Depuis 2018 : Président de l'Académie des sciences commerciales**

**Depuis 2018 : Président de l'ISC, grade école de commerce**

**1994-2014 : Professeur Titulaire de la Chaire Marketing (ex Chaire Etudes et stratégies commerciales) du CNAM.**

- Coordination, au sein de l'EPN Stratégies, de l'unité Marketing : près de 3 000 auditeurs en Ile de France et dans les 40 centres associés du CNAM, en régions et à l'étranger.
- Enseignements fondamentaux en études et stratégies marketing.
- Direction de l'équipe d'enseignants chercheurs dans les différentes dimensions du marketing (études, intelligence marketing, communication, marketing B to B, e-commerce, communication numérique, marketing-achat).
- Développement d'enseignements à distance.
- Travaux et directions de recherche traitant essentiellement de la modélisation d'informations marketing, du marketing numérique et du management.
- Auteur de plusieurs publications dans ces domaines (voir en Annexe 1).

**2008-2010 : Professeur Titulaire p.i. de la Chaire Economie et management du CNAM.**

- Animation de groupes de travail sur l'offre de formation du CNAM en management

### Parallèlement et précédemment :

- **Depuis 2018, Président de l'Académie des sciences commerciales.**

Cette institution, fondée en 1957, regroupe 50 dirigeants, experts et universitaires de renom et a pour mission l'analyse et la prospective éclairant les grands enjeux du commerce et du marketing, avec un souci constant de rigueur et d'indépendance.

Parmi ses activités : attribution annuelle de prix et médailles aux meilleurs ouvrages traitant du commerce et du marketing, actualisation permanente du Dictionnaire Commercial (plus de 8 000 définitions), publication d'articles et d'avis.

- **Depuis 2018, Président de l'ISC, Institut Supérieur du Commerce, grande école de commerce.**
- **1999-2007 : Président de l'ADETEM (Association nationale des professionnels du marketing), il en est aujourd'hui Président d'honneur.**

- Dynamisation et redressement financier de cette association regroupant 1400 (adhérents en 2007 vs 700 en 1999) responsables marketing d'entreprises, enseignants et spécialistes d'instituts d'études marketing.

- Création de 10 clubs sectoriels et de 3 événements désormais majeurs dans la profession : la Journée Nationale du Marketing devenue *Adetem Factory*, la Journée Nationale des Etudes et la Nuit du Marketing.

- **Création et animation, de 2002 à 2018, du Club des Directeurs Marketing de grandes entreprises, *think tank* regroupant 50 dirigeants marketing de grands groupes internationaux** : direction de travaux et d'échanges sur des thèmes alliant méthodes marketing,

organisation et management, cocréation d'un référentiel européen de compétences marketing (12 pays).

- **Consultant en Stratégie et Management (Fondateur en 1994 du Cabinet Actencia, ayant employé 20 consultants et cédé en 2014)**
    - Missions de conseil et de mentoring auprès de dirigeants de grandes entreprises, de créateurs/repreneurs d'entreprises et de cadres en transition de carrière.
  - **1986-1993 : Directeur Général Europe de SOFRES, premier groupe européen d'études marketing**
    - Acquisition et développement de filiales dans 5 pays (Espagne, Italie, Royaume uni, Belgique, Allemagne).
    - Amélioration et harmonisation de méthodes et de produits d'études transversaux  
A titre d'exemple : étalonnage et diffusion européenne de la « sémiométrie », méthode de mesure des valeurs de consommateurs (conçue par Jean-François Steiner).
    - Coordination de grands comptes européens.
  - **1984-1986 : Directeur Général de BVA, deuxième institut français d'études marketing**
    - Refonte et optimisation des services techniques d'enquêtes et d'analyse statistiques.
    - Développement des départements services et B to B.
  - **1977-1984 : Directeur Général du CFRO (Centre Français de Recherche Opérationnelle), 100 ingénieurs, leader français dans l'élaboration et l'application de logiciels analyse et de modélisation de données socioéconomiques et marketing**
    - Pilotage d'études statistiques sur des données marketing et commerciales pour les principaux instituts d'études marketing et de grandes entreprises.
    - Développement et diffusion d'un progiciel intégré d'analyse de données (CLOTILDE) auprès de plus de 100 entreprises et institutions.
    - Conception et application du premier système européen de sondage informatique à domicile (*vidéoquestionnaire*, 1981).
  - **Préalablement (1971-1976), Ingénieur puis Directeur de la Recherche du CFRO :**
    - Conception et élaboration d'une bibliothèque de logiciels statistiques innovants.  
Parmi les algorithmes conçus par Jean-Paul Aimetti :
      - . ALAMBIC, ALgorithme d'Analyse Monothétique à Base Informationnelle de Classement.
      - . SYSTIT, SYStème de Typologie ITérative.
      - . RESUM, algorithme de réduction de données volumineuses, utilisant la théorie de l'information.
- En parallèle de la direction générale du CFRO, Jean-Paul Aimetti a fondé et piloté (1983-1984) l'Université GSI (maison mère du CFRO et leader européen des systèmes d'information en gestion des ressources humaines, racheté depuis par ADP, leader mondial du secteur).
- **1970-1971 : Chargé de mission à l'Université René Descartes-Sorbonne :**
    - Mise en place des premiers enseignements d'informatique en sciences humaines.
    - Définition et organisation d'un centre de traitement de l'information pour les enseignants et les chercheurs.
- **En complément de ses responsabilités opérationnelles, Jean-Paul Aimetti**
- **1975-1995 : a participé à la création puis a assuré la codirection (avec Alain Lancelot, Directeur de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris, IEP) du DESS Etudes et stratégies marketing de l'IEP, devenu master de marketing.**
  - **1994-2006 : a piloté l'ingénierie pédagogique de l'Ecole de management du PULV, Pôle universitaire Léonard de Vinci (1994-1995).  
Il y a ensuite créé et dirigé des enseignements 3<sup>ème</sup> cycle (1996-2006). :**
    - INCI (marketing/commerce B to B), MCI (marketing/commerce sur Internet) et marketing achat.

## AUTRES ACTIVITES

- Membre du conseil scientifique du doctorat professionnel en sciences sociales de l'Université René Descartes–Sorbonne, dirigé par le Pr Dominique Desjeux, (2007-2014).
- Cofondateur et membre du Comité de rédaction de la Revue Avenir et Management, (2005-2010).
- Membre du Conseil de perfectionnement de l'Ecole Internationale de Marketing du Luxe de Paris (2010-2015).
- Membre du Comité de rédaction de la « Revue Internationale de Sciences Commerciales » Market Management (Editions Eska, 1999-2002).
- Membre de l'ESOMAR (European Association of Marketing Research).
- Membre du comité scientifique de l'ICD, Institut du Commerce et de la Distribution, groupe IGS, (2001-2010).
- Président du jury de la meilleure contribution au Congrès de l'ESOMAR (2000-2005).
- UNESCO (1985-1995) : participation à l'élaboration d'un logiciel d'analyse statistique (IDAMS) destiné aux centres de recherche des pays en voie de développement.
- Membre du comité pédagogique du MBA DMB, *Digital Marketing and Business* (depuis 2015).
- Président de la start-up Easyglider, commercialisant des applications avancées d'intelligence artificielle, fondée avec Robert Azencott, Professeur à l'Ecole Normale Supérieure(1999-2004).
- Président (2000-2002) de la start-up NetAffinity, dédiée aux applications de la sémiométrie aux ressources humaines et créée avec Jean-François Steiner, inventeur de la sémiométrie,

## PUBLICATIONS, CONFERENCES ET THESES

- Plusieurs publications (ouvrages et articles) en méthodologie d'études et en marketing, voir Annexe 1.
- Création et présidence de plusieurs conférences ou congrès marketing, présidence de jurys et direction de thèses, voir Annexe 2.

## ANNEXE 1 : PUBLICATIONS :

### Articles et ouvrages (&)

#### **& REBONDIR A MI-PARCOURS, Clés du succès de reconversion professionnelles, éditions EMS, 2020**

- **Big data et statistiques publiques : réalités et perspectives**, communication à l'Académie royale des sciences et techniques du Maroc, janvier 2020
- **Clés du succès de reconversions professionnelles**, Webzine Variances/ENSAE, juillet 2020

#### **& Oujda entre souvenirs et projets d'avenir,**

in *Au cœur d'Oujda*, éditions CERHSO,2019

#### **& NO DATA, Quelle liberté dans un monde numérique ?,**

éditions Descartes et Cie, 2017

- **Data science sans conscience n'est que ruine de l'humanité**, Revue Variances-ENSAE, juin 2017
- « **Big data et data science au service du marketing** » article sur blog.CNAM, 2017
- « **Conditions de réussite de la e-formation** », Revue N° 292 des Ingénieurs Supélec, 2017
- « **Avenir des jeunes diplômés du Maroc Oriental** », synthèse du colloque « Rencontres du Maroc Oriental » tenu à Oujda, Maroc (publication de la Fondation Omar Ibn Abdelaziz, 2016)
- **Mooc sur la relation client dans les PME** (programme CNAM pour le Medef, 2015)
- **Cartographie des métiers de la communication digitale** (Présidence du comité scientifique, Etude IAB, 2015)

& ***Intelligence Marketing***, en collaboration avec Jean-Michel Raicovitch, éditions Eyrolles, 2014

- « **Marketing Interentreprises, nouvelles tendances** », Revue Française du Marketing, N° 231, avril 2011(avec P. Wagner, réédition)
- « **Quelles compétences pour s'adapter à la communication digitale ?** », Publication FORCO 2011

& « **Le marketing avancé** », in ***Marketing performant de l'Assurance***, C. Parmentier, éditions de l'Argus de l'Assurance, 2010

- « **Les *insights* consommateurs, synthèse des perceptions du concept et applications opérationnelles** », cahiers de recherche, Actencia, 2009
- « **Repères sur le Low Cost** », Laboratoire Assurance Banques (cerclelab.com), 2017

& ***Journal d'un esclavagiste moderne***, éditions Publibook, 2007, sous le pseudonyme Gabriel Lambrosi

- « **50 ans de marketing vus par les articles de la Revue Française du Marketing** », publication ADETEM, 2006
- **Contribution à l'Etude prospective sur les métiers marketing**, Université Paris Dauphine, 2005

& ***Génération Management***, pièce de théâtre en collaboration avec Serge Grudzinsky, publication Humour Consulting Group, 2004

- « **Quels axes d'évolution pour les fonctions marketing ?** », Marketing Magazine N°82, décembre 2003
- « **Etudes internes : des instruments adaptés aux nouveaux enjeux de politique RH** », Marketing Magazine N°76, janvier 2003

& « **Le commerce électronique : un état de l'art** », in ***Encyclopédie Vente et Distribution*** (A. Bloch & A. Macquin), éditions Economica, 2001

& « **Internet et les nouvelles technologies de l'information : quelles incidences sur les problématiques d'innovation des entreprises ?** », in ***De l'idée au marché. Innovation et lancement de produits***, A. Bloch & D. Manceau (eds.), éditions Vuibert, Collection Vital Roux, 2000

- **Le commerce électronique**, Market Management N° 4, octobre 1999
- **L'état de l'art du marketing BtoB**, Revue Française du Marketing, septembre 1998

& ***L'Internet et la Vente*** (Dir.), éditions d'Organisation, 1997

& « **Distribution et services de proximité** », in ***Scénarios pour l'emploi***, M. Didier (ed), éditions Economica, 1995

Plusieurs autres publications antérieures sur des méthodologies marketing avancées, notamment dans la Revue Française du Marketing et les actes des congrès ESOMAR, dont :

- **Videoquestionnaire, new system for surveys using home screen terminals**, Congrès ESOMAR, 1981
- **The utility of using different typologies of research units to understand their functioning and management**. Aimetti JP, Visart N., Yates Gainche C, R&D Management, 1979
- **Segmentation et discrimination, une nouvelle approche**, en collaboration avec Jean-Marie Bouroche, Revue Française de Marketing, 1977
- **Innovation in data analysis**, Congrès ESOMAR, 1976
- **Concerning the increasing quantity of data supplied for a market survey , « RESUM » Algorithm**, Congrès ESOMAR 1972

## CONFERENCES, CREATION ET PRESIDENCE DE CONGRES

### Conférences récentes :

- « **Réussir son avenir professionnel post-Covid, c'est possible** », Webinaire CentraleSupélec, juillet 2020
- « **Clés du succès de reconversions professionnelles** », Webinaire ISC, juin 2020
- « **Sauvons l'Intelligence naturelle** », Medef, mars 2020
- « **Big data et statistiques publiques : réalités et perspectives** », Académie royale des sciences et techniques du Maroc, janvier 2020
- « **No data, quelle liberté dans un monde numérique ?** », Collège de philosophie, Sorbonne, mai 2017

### Préalablement :

#### Organisation et présidence de conférences dont :

- « Rencontres de l'Oriental », Oujda, Maroc, 2016
- Journée Méditerranéenne du Marketing, 2008
- Journées Nationales du Marketing, ADETEM, 2001 à 2007
- Journées Nationales des Etudes, ADETEM, 2006,2007
- « Les Annonceurs et les Etudes Qualitatives », ADETEM, 2000
- « Start-up, deuxième génération », ADETEM, 2000
- « Le B to B dans tous ses états », ADETEM, 1999

#### Conférences dans des congrès :

- « Critères de performance du marketing », Assises du marketing, 2004
- « Les Clés de réussite d'un Business Plan », Benchmark, 2000
- « Nouvelles Tendances du Marketing Interentreprises », ADETEM, 1998.

#### Leçon inaugurale du CNAM

- Introduction à la mercatique personnelle, CNAM, 1994

## **PRESIDENCE, DIRECTION DE THESES, PARTICIPATION AUX JURYS**

### **Présidence de jurys de thèses :**

- « Proposition de valeur et positionnement prix. La place de la valeur client dans le pricing d'offres innovantes: le cas des start-up technologiques », Frédérix Iselin, (thèse dirigée par A. Bloch), HEC, 2009. Prix ANDESE 2010.
- « L'option « zéro » en analyse conjointe, application au marché de la vidéo à la demande », Silva Ohanessian, (thèse dirigée par G. Saporta), CNAM, 2008.
- « Le succès des marques terroir dans la grande distribution, un modèle par les compétences », Paul Lapoule, (thèse dirigée par A. Bloch), CNAM, 2007.
- « Méthodes statistiques utilisées dans la détermination et la prévision de la demande pour les biens de consommation », Valentina Stan, (thèse dirigée par G. Saporta), CNAM, 2005.
- « Fondements statistiques des méthodes de segmentation », (thèse dirigée par G. Saporta), CNAM, 2004.

### **Direction de thèses :**

- « Critères de réussite commerciale des « néo consultants » », Jean-Jacques Machuret, CNAM, 2016, sélectionnée pour représenter le CNAM au concours national « Ma thèse en 180 secondes ».
- « Nouvelles approches dans la modélisation du potentiel et de la fidélisation de clients », Thierry Vallaud, CNAM 2014.
- « Émergence des rôles commerciaux dans le secteur de l'ingénierie », Philippe Jacob, CNAM, 2009.
- « Typologie et efficacité des méthodes de marketing viral », Maguy Saad, CNAM, 2004.
- « Modèles de négociation entre producteurs et distributeurs », Myriam Manzano, (co direction avec A. Bloch), CNAM, 2000, Grand prix du jury de thèses.

### **Participation aux jurys de thèses :**

- « Enjeux socio-économiques des énergies marines renouvelables en France, étude holistique de l'énergie thermique en France », Philippe Metzger, 2019.
- « Analyse des leviers : effets de colinéarité et hiérarchisation des impacts dans les études de marché et sociales », Henri Wallard, CNAM 2015.
- « Spécificités du marketing de grande consommation dans les pays de l'Est », Eléonora Axelova, Paris IX Dauphine, 2004.
- « Modèles de négociation commerciale », Philippe Gabillet, CNAM, 2003.
- « La phase de transition adolescents-adultes dans la consommation », Laure Descombes, Paris IX Dauphine, 2000.
- « Intégration d'Internet dans les stratégies d'entreprises », Arnaud Dufour, HEC Lausanne, 1999.