

Jean-Paul Aimetti
Professeur Titulaire chaire Études et Stratégies Commerciales du CNAM
CV détaillé 2011

DIPLOMES

Ingénieur diplômé de L'Ecole Supérieure d'Electricité (Supélec),
Doctorat de mathématiques appliquées en Sociologie, Université Paris V

« Contribution de l'analyse de données multidimensionnelles à la modélisation de la mobilité intergénérationnelle. » 1975 sous la direction du Pr Raymond Boudon

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

Depuis 1994 :

- Professeur Titulaire de la Chaire Etudes et Stratégies Commerciales du CNAM
 - Coordination de l'unité Commerce Marketing et Développement International du département MIP depuis 2010
 - Enseignements fondamentaux en Etudes et Stratégies Marketing
 - Direction de l'équipe d'enseignants chercheurs dans les différentes dimensions du Marketing (études, intelligence marketing, communication, marketing B to B, commerce électronique, communication digitale, marketing-achat),
 - Développement d'enseignements à distance
 - Animation de groupes de travail sur l'offre de formation du CNAM en Management
- Professeur Titulaire p.i. de la Chaire Economie et Management de 2008-2010
- Administrateur et Président du Club des Directeurs Marketing de l'ADETEM (Association Nationale des Professionnels du Marketing)
 - *Direction de travaux et d'échanges entre 30 dirigeants marketing de grands groupes internationaux sur des thèmes liant méthodes marketing, organisation et management*
 - *Co création d'un référentiel européen de compétences marketing (12 pays)*
 - *Précédemment (1999-2007) Président de l'Adetem : dynamisation et redressement financier de cette Association regroupant 1400 (vs 700 en 1999) responsables marketing d'entreprises et d'instituts d'études de marché, création de 10 clubs sectoriels et de 3 événements désormais majeurs dans la profession : Les Journées Nationales du Marketing, Les journées Nationales des Etudes et la Nuit du Marketing*
- Consultant en Stratégie et Management (Cofondateur en 1993 du Cabinet Actencia qu'il a cédé depuis)
 - Missions de conseil et de Mentoring auprès de Dirigeants de grandes entreprises et Créateurs/Repreneurs d'entreprises
- 1987-1993 : Directeur Général Europe de SOFRES, premier groupe européen d'études de marché
 - *Acquisition et développement de filiales dans 6 pays (CA croissant de 100MF à 1Md de F)*
 - *Amélioration et harmonisation de méthodes et de produits d'études transversaux*
 - *Coordination de grands comptes européens*
- 1985-1987 : Directeur Général de BVA, deuxième institut français d'études de marché
 - *Refonte et optimisation des services techniques d'enquêtes et d'analyse*
 - *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, filiale du groupe GSI
- *Pilotage de très nombreuses études statistiques sur des données marketing et commerciales pour les principaux instituts d'études de marché et de grandes entreprises*
- *Développement et diffusion d'un progiciel intégré d'analyse de données auprès de plus de 100 entreprises et institutions*

→ En complément de ses responsabilités opérationnelles, il a participé à la création puis 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

Préalablement :

1971-1976 : Ingénieur puis Directeur de la Recherche du CFRO

1969-1970 : Chargé de mission à l'Université René Descartes, Paris V

- Mise en place d'enseignements d'informatique en Sciences Humaines
- Définition et organisation d'un centre de traitement de l'information pour les enseignants et les chercheurs

AUTRES ACTIVITES

- Membre du conseil scientifique du Doctorat Professionnel en Sciences Sociales de Paris Descartes, dirigé par le Pr Dominique Desjeux, depuis 2007
- Cofondateur et membre du Comité de rédaction de la Revue *Avenir et Management*, depuis 2005
- Membre du Conseil de perfectionnement de l'Ecole Internationale de Marketing du Luxe de Paris
- Membre du Comité Scientifique et Pédagogique du Pôle Universitaire Léonard de Vinci, depuis 2005 (où Jean-Paul Aimetti a créé puis dirigé plusieurs enseignements de 3^{ème} cycle, en Marketing B to B, en Commerce-Marketing électronique et en Marketing-Achats)
- 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, depuis 2001
- Président du jury de la meilleure contribution au Congrès de l'ESOMAR depuis 2000
- 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.

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 récents

- « 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, Editions de l'Argus de l'Assurance, 2010
- « Les « insights consommateurs », synthèse de perceptions et applications opérationnelles », cahiers de recherche Actencia, 2009
- « Repères sur le Low Cost », Laboratoire Assurance Banques (cerclelab.com), 2007
- *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), Economica, février 2001
- « Internet et les nouvelles technologies de l'information : quelles incidences sur les problématiques d'innovation des entreprises ? », (avec A. Bloch) in *De l'idée au marché. Innovation et lancement de produits*, A. Bloch & D. Manceau (eds.), Vuibert, Collection Vital Roux, novembre 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.), Editions d'Organisation, février 1997.
- « Distribution et services de proximité », in *Scénarios pour l'emploi*, M. Didier (ed), Economica, mars 1995

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

ANNEXE 2

→ CONGRES et CONFERENCES :

Création, Organisation et Présidence de Congrès
Journée Méditerranéenne du Marketing (première organisation : Juin 2008)
Journées Nationales du Marketing, (2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007)
Journées Nationales des Etudes (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

→ PRESIDENCE, DIRECTION ET PARTICIPATION JURYS DE THESES :

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 », Frédéric 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, CNAM, 2007
- « Méthodes statistiques utilisées dans la détermination et la prévision de la demande pour les biens de consommation » Valentina Stan, 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 2011, en cours
- « Nouvelles approches dans la modélisation du potentiel et de la fidélisation de clients », Thierry Vallaud, CNAM 2010, en cours
- « 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, CNAM, (co direction avec A. Bloch), 2000, Grand Prix du Jury de Thèse

Participation aux jurys de thèses :

- « 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, 2001
- « Intégration d'Internet dans les stratégies d'entreprises », Arnaud Dufour, HEC Lausanne, 1999