

## Annexe 3 – CV détaillé

**Alain GOUDEY**

**ALAIN (AT) GOUDEY.EU**

*Professeur-Chercheur et Entrepreneur*

Design sonore, innovation et technologies de rupture

### ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT & RECHERCHE

---

**NEOMA Business School**

Campus de Reims

*Depuis Mai 2008*

- Directeur de la Transformation Digitale (depuis le 01/03/2018)
- Co-fondateur & co-directeur de l'Institut de Recherche Smart Products & Consumption (depuis novembre 2013)
- Professeur de Marketing spécialisé en digital et technologies disruptives (réalité virtuelle, intelligence artificielle, robotique).

**CNAM ICSV**

*Septembre 2005 – Juillet 2007*

- Mercatique fondamentale
- Gestion de la relation client

**EDHEC (Lille)**

*Septembre 2002- Mars 2008*

- E-retailing & new pricing policies (MBA 723 et 3<sup>ème</sup> année), Marketing pour l'entrepreneur (3<sup>ème</sup> année), Marketing stratégique (2<sup>ème</sup> année)

**Institut National des  
Télécommunications – Ecole de  
Management (Evry)**

*Septembre 2002 – Avril 2008*

- E-business: new business models (3<sup>ème</sup> année), Comportement du consommateur (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> année), Coaching d'équipes Challenge Création d'entreprise (2<sup>ème</sup> année), Marketing de l'innovation (MSci)

**Université d'Evry Val d'Essonne**

*Septembre 2002 – Juillet 2007*

- Méthodologies des études de marché (L3, M1 ini. et alternance), Tuteur de stage et soutenance des mémoires de maîtrise

### EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

---

**AtooMedia, Paris**

Agence de communication sonore.

*Depuis août 2001*

- Associé fondateur
- Directeur de création
- Responsable du Développement

## FORMATION

---

- Novembre 2007 : **Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion** (Paris-Dauphine). *Mention très honorable avec les félicitations du jury et incitation à publier.*
- Juin 2002 : **DEA 102**, Marketing & Stratégie, Paris-Dauphine.
- Juin 2001 : Diplôme **INT Management** (option Ingénierie des SI), Institut National des Télécommunications.
- Juin 2000 : Maîtrise en Sciences de Gestion de l'Université d'Evry Val d'Essonne, option Finance.
- 1996-1998 : CPGE MP (option informatique), Lycée H. Poincaré (Nancy).

## PUBLICATIONS DANS DES REVUES A COMITE DE LECTURE

---

- Ardelet C., Veg-Sala N., Goudey A. et Haikel-Elisabeth M. (2017), Entre crainte et désir pour les objets connectés : comprendre l'ambivalence des consommateurs, *Décisions Marketing*, 86, avril-juin 2017, 31-46 (*HCERES : B, FNEGE : 3, CNRS : 3, ABS : nc, NEOMA BS : 2\**)
- Goudey A. et Bonnin G. (2016), Un objet intelligent doit-il avoir l'air humain ? Etude de l'impact de l'anthropomorphisme d'un robot compagnon sur son acceptation, *Recherche et Applications en Marketing*, 31, 2, 3-22 (*HCERES : A, FNEGE : 2, CNRS : 2, ABS : nc, NEOMA BS : 3\**)
- Sayin E., Krishna A., Ardelet C., Briand-Decré G. et Goudey A. (2015), "Sound and Safe": The effect of ambient sound on the perceived safety of public spaces, *International Journal of Research in Marketing*, 32, 343-353 (*HCERES : A, FNEGE : 1, CNRS : 2, ABS : 4, NEOMA BS : 3\**)
- Abbes M. et Goudey A. (2015), How salespersons induce trust between consumers and retailers: The case of French well-being store, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 43, 12, 1104-1125 (*HCERES : B, FNEGE : 3, CNRS : 3, ABS : 2, NEOMA BS : 2\**)
- Goudey A. (2013), Exploration des effets du degré de technologie perçu du magasin sur le comportement de magasinage, *Management & Avenir*, 63, 5, 15-35 (*HCERES : B, FNEGE : 3, CNRS : 4, ABS : nc, NEOMA BS : 1\**)
- Goudey A. et Caporossi A. (2013), Le pack rouge est-il salé ou sucré ? Etude exploratoire de l'influence de la couleur du packaging sur les caractéristiques attendues du produit alimentaire, *Gestion 2000*, 31,4, 107-121 (juin/août 2013) (*HCERES : C, FNEGE : 4, CNRS : nc, ABS : nc, NEOMA BS : nc*)
- Bonnin G. et Goudey A. (2012), The kinetic quality of store design: An exploration of its influence on shopping experience, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19, 6, 637-643 (*HCERES : B, FNEGE : 3, CNRS : 3, ABS : 2, NEOMA BS : 2\**)

- Bonnin G. et Goudey A. (2012), L'ergonomie : une composante marginalisée du design d'espace de vente ?, *Décisions Marketing*, 65, 21-30 (HCERES : B, FNEGE : 3, CNRS : 3, ABS : nc, NEOMA BS : 2\*)
- Goudey A. et Julien A. (2011), Mieux comprendre la valeur phénoménologique du multicanal bancaire : le segment grand public, *Gestion 2000*, 28,6, 49-64 (nov/déc 2011) (HCERES : C, FNEGE : 4, CNRS : nc, ABS : nc, NEOMA BS : nc)
- Goudey A. (2008), Stratégies de communication sonore de la marque : bilan et perspectives de l'utilisation de l'identité musicale de la marque, *Décisions Marketing*, 52, 61-65 (HCERES : B, FNEGE : 3, CNRS : 3, ABS : nc, NEOMA BS : 2\*)

---

## OUVRAGES & PUBLICATIONS DANS DES OUVRAGES

- Rieunier S., Gallopel Morvan K. et Goudey A. (2017), Marketing sonore in Rieunier S. (2017), *Marketing Sensoriel et Expérientiel du Point de Vente*, 5ème édition, Dunod, Paris
- Daucé B. et Goudey A. (2017), Le magasin du futur : le phygital au service du smartshop in Rieunier S. (2017), *Marketing Sensoriel et Expérientiel du Point de Vente*, 5ème édition, Dunod, Paris
- Galiano P. et Goudey A. (2017), L'impact des technologies numériques sur l'emploi, les compétences et l'apprentissage in Huet J.-M. et Simon A. (2017), *Les nouvelles frontières du digital : Quelles tendances pour la révolution digitale ?*, Pearson Education, Paris
- Bonnin G., Goudey A. et Mbongui-Kialo S. (2017), Réflexions sur la réussite des technologies auprès des seniors : Une approche par la théorie du cadrage, in Payre S., *Des services à la personne à la silver économie ? : Comment accompagner le vieillissement de la population à domicile sur les territoires aujourd'hui et demain ?*, 2017, Management Prospective Editions, Paris
- Rieunier S., Gallopel-Morvan K. et Goudey A. (2013), Comment gérer l'ambiance sonore ? in Rieunier S. (2013), *Marketing Sensoriel du Point de Vente*, 4ème édition, Dunod, Paris
- Goudey A. et Bonnin G. (2010), *Marketing pour Ingénieurs*, Dunod, Paris

---

## COMMUNICATIONS AVEC PUBLICATION DANS DES ACTES A COMITE DE LECTURE

- Loupiac P. et Goudey A. (2017), L'impact de l'expérience de magasinage en ligne sur les attentes des consommateurs vis-à-vis de leur future expérience en point de vente, 33ème Congrès International de l'Association Française de Marketing, Tours
- Bonnin G., Goudey A. et Bakpayev M. (2015), Meet The Robot, *European Marketing Academy Conference EMAC*, Film Festival, 26-29 mai 2015, Leuven, Belgium

- Bonnin G., Goudey A. et Bakpayev M. (2014), Meet The Robot: Nao's Chronicle, Advances in Consumer Research, Film Festival, 23-25 October 2014, Baltimore, MD. (*HCERES : nc, FNEGE : nc, CNRS : nc, ABS : 2, NEOMA BS : nc*)
- Sayin E., Krishna A., Ardelet C., Briand-Decré G. et Goudey A. (2014), "Sound and Safe": The Effect of Ambient Sound on Perceived Safety of Public Spaces, Advances in Consumer Research, Special Session More than Music: Sound and Sonic Elements in Consumer Psychology, Proceedings 23-25 October 2014, Baltimore, MD. (*HCERES : nc, FNEGE : nc, CNRS : nc, ABS : 2, NEOMA BS : nc*)
- Bonnin G. et Goudey A. (2013), Can Sensory Stimulation Decrease Rumination? An Exploration of the Influence of Senses on Repeated Mental Simulation, Advances in Consumer Research, Proceedings 3-6 October 2013, Chicago, IL. (*HCERES : nc, FNEGE : nc, CNRS : nc, ABS : 2, NEOMA BS : nc*)
- Goudey A. et Bonnin G. (2013), Do You Have to Look Like a Human to Be Smart? An Exploratory Study of the Influence of Anatomy and Expressivity of Domestic Robots, Advances in Consumer Research, Proceedings 3-6 October 2013, Chicago, IL. (*HCERES : nc, FNEGE : nc, CNRS : nc, ABS : 2, NEOMA BS : nc*)
- Goudey A., (2011), Etude exploratoire de la communication numérique sur le lieu de vente : effets du degré de technologie perçu du magasin, Colloque ESSEC-Pro prospective des Métiers, 18 mai 2011, Paris
- Bonnin G. et Goudey A. (2011), Design d'espace - la nécessaire intégration de l'ergonomie, Actes du 14ème Colloque International Etienne Thil des 22 et 23 septembre 2011, Roubaix
- Zoghaib A. et Goudey A. (2009), Le rejet de la musique de marque : et si les agences de communication avaient tort ?, Actes du 25ème Congrès International de l'AFM, Londres, 14-15 mai 2009.

## **CONFERENCES ET TABLES RONDES ACADEMIQUES / PEDAGOGIQUES**

---

- Goudey A. (2017), Des parents aux grand-parents : perception et acceptation du robot domestique, 07 décembre 2017, Journée d'étude « Mon robot, ma famille et moi », PRSH, Université Le Havre Normandie, Le Havre
- Goudey A. et Masué M.-L. (2017), Technologies dans la formation : enjeux de la réalité virtuelle dans les études de cas, 30 mai 2017, CCMP, Paris
- Goudey A. et Massué M.-L. (2017), Retour d'expérience sur la réalité virtuelle immersive dans la pédagogie en école de commerce, 30 mars 2017, FNEGE, Paris
- Goudey A. (2017), Quand la technologie rencontre le marketing, Matinée AFM sur la Transversalité, 17 mars 2017, Université Assas, Paris
- Goudey A. et Massué M.-L. (2017), La réalité virtuelle immersive au service de la pédagogie, Salon News Tank ThinkEducation 2017, 07 février 2017, Université Paris-Dauphine, Paris

- Goudey A. (2014), Le marketing sonore, une démarche sensorielle efficace, Colloque Cosmetic & Sensory, Cosmetic Valley, 23 et 24 juin 2014, Nouvel Olympia, Tours
- Table Ronde "Sensations et émotions en marketing : jusqu'où aller ?" animée par Marc Filser, avec PSA, Dimensions et Eurosyn, Atelier de Recherche Appliquée de l'AFM, (Université Paris-Dauphine, 26 mai 2010)
- Table Ronde sur les nouvelles technologies et le marketing high-tech avec GFK, Orange et Monabanq, Colloque annuel de l'Association Française de Marketing, 2008
- Desmet P., Goudey A., et de Pechpeyrou P. (2003), Mesure d'audience sur Internet : à la croisée des approches publicitaire et marketing direct, Cahier de Recherche DMSP n°324, Université Paris-Dauphine

## **CONFERENCES D'ENTREPRISE (QUATRE DERNIERES ANNEES)**

---

- Goudey A. (2017), {Le futur, maintenant}, Conférence Groupe Suez, 13 décembre 2017, La Défense, Paris
- Goudey A. (2017), Tendances du futur : quels sont les enjeux du digital dans la distribution et sur l'emploi ?, Conférence SNEC CFE-CGC Carrefour, 17 mai 2017, Opio
- Goudey A. (2017), Disruption & business : quels sont les impacts des technologies sur la distribution, Conférence Carrefour Market, 05 avril 2017, Reims
- Goudey A. (2017), Technologie et éducation : retour d'expérience(s), Laval Virtual, 22 mars 2017, Laval
- Goudey A. (2017), Quel impact social des technologies dans la distribution ?, Conférence Congrès FO-FGTA, 24 janvier 2017, Nantes
- Goudey A. (2016), Technologies disruptives. Et après ?, Conférence Hypermarchés Carrefour, 15 juillet 2016, Brest
- Goudey A. (2016), En route vers 2025 : avec quels changements dans la société ?, Conférence Comité France Carrefour, 06 juillet 2016, Massy
- Goudey A. (2016), 2025, Impact des technologies dans le secteur cosmétique, Conférence Marketing Monde Yves Rocher, 04 juillet 2016, Domaine de Rebetz
- Goudey A. (2016), Nouvelles technologies : quel impact social ?, Conférence FO-FGTA, 21 juin 2016, Paris

- Goudey A. (2016), Le futur c'est aujourd'hui. Le consommateur en 2025, Conférence Top Managers Picwic, 03 février 2016, Lille
- Goudey A. (2016), Future is now. Evolution du consommateur et de l'univers du jouet à 2025, Conférence Comité exécutif Picwic, 21 janvier 2016, Roncq
- Goudey A. (2015), 2025, évolution du consommateur et de la distribution, Conférence Comité Européen Groupe Carrefour, 19 décembre 2015, Paris
- Goudey A. (2015), Connect. Le marketing des objets connectés, Conférence Comité Européen Groupe PSA Peugeot-Citroën, 06 octobre 2015, NEOMA Business School, Reims
- Goudey A. (2015), La société française en 2025 : impact des technologies disruptives sur notre vie, 22 septembre 2015, Comité Exécutif FO-FGTA, Paris
- Goudey A. (2015), Technologies et rapport au temps, Conférence CoDir MACSF, 09 juillet 2015, La Défense
- Goudey A. (2015), Futur & Sens – Nous en 2025, Conférence séminaire RH pour Carrefour France, 21 mai 2015, Massy
- Goudey A., Etienne M. et Froideval J. (2015), Musique et Publicité : une relation idyllique, Conférence NEOMA Alumni, Club Marketing, 24 mars 2015, Paris
- Goudey A. (2014), Design sonore : réinventons le lien consommateur, TEDx Issy-Lès-Moulineaux, 29 avril 2014, Issy-lès-Moulineaux (voir : <https://youtu.be/StavAuVVpXE>)
- Goudey A. (2014), Vendre plus ou mieux avec du son ?, Conférence 11<sup>ème</sup> Semaine du Son, Conseil Economique, Social et Environnemental de Paris, 29 janvier 2014, Paris

---

## CAS PEDAGOGIQUES

- Goudey A. (2018), **ExE, le merchandising de 6netic en réalité virtuelle**, 1<sup>ère</sup> étude de cas au monde en marketing utilisant la technologie de réalité virtuelle. Innovation réalisée au sein de NEOMA Business School il sera bientôt disponible à la Centrale des Cas et des Médias Pédagogiques (CCMP). Il comprend 1 page d'énoncé, 1 application de réalité virtuelle compatible iOS et Android, 34 diapositives pour animer le cas, et 12 pages de note pédagogique.

---

## PUBLICATIONS PROFESSIONNELLES

- Goudey A. (2017), Téléphonie : le parent pauvre de l'expérience client, **LinkedIn Pulse (3 518+ vues)**, 08 octobre 2017

- Goudey A. (2017), Technologies digitales & enseignement : l'école devenue has been ?, **Linkedin Pulse (10 597+ vues)**, 07 septembre 2017
- Goudey A. (2017), La réalité virtuelle un atout pour l'éducation, **Linkedin Pulse (7 728+ vues)**, 30 juin 2017
- Goudey A. (2017), La réalité virtuelle un atout pour l'éducation, **Harvard Business Review France**, 28 juin 2017, ([accessible ici](#))
- Goudey A. (2017), VivaTech doit-il devenir un "CES à la française" ?, **Linkedin Pulse (1 249+ vues)**, 16 juin 2017, ([accessible ici](#))
- Goudey A. et Massué M.-L. (2017), La 1<sup>ère</sup> étude de cas marketing au monde utilisant la réalité virtuelle est française, **Grand Angle, la lettre d'information de la Conférence des Grandes Ecoles n°85**, Juin 2017 ([accessible ici](#))
- Goudey A. (2017), Les robots (ne) prendront (pas) nos jobs, **Linkedin Pulse (14 094+ vues)**, 12 mai 2017, ([accessible ici](#))
- Goudey A. (2017), Education : vers un enseignement du (et avec le) numérique, **La Tribune**, 16 mars 2017 ([accessible ici](#)).
- Goudey A. (2016), Pourquoi la musique peut-elle améliorer la performance de votre équipe, 13 avril 2016, **Harvard Business Review France** ([accessible ici](#))
- Goudey A. (2015), Ne sous-estimez pas le pouvoir du son, **Harvard Business Review France**, 27 juillet 2015, ([disponible sur le site web](#))
- Goudey A. (2015), Musique et publicité : une relation idyllique, **NEOMA Alumni Review**, n°5, Juin 2015, p. 26
- Goudey A. (2015), Comment évaluer le retour sur investissement dans une démarche d'identité sonore de marque, **Survey Magazine**, Avril 2015, p. 52, ([cliquez ici](#))
- Goudey A. (2015), Campagne sonore, **Mente e Cervello**, n°122, febbraio 2015, ([cliquez ici](#))
- Goudey A. (2014), Les sons qui font vendre, **Cerveau & Psycho**, n°65, septembre-octobre 2014, p.44-48
- Goudey A. (2014), MEDIAVEA, l'expérience sensorielle magasin dans toutes ses dimensions, **Entreprendre**, n°282, août 2014, p.133

- Goudey A. et Massué M.-L. (2014), L'enseignement des technologies a fortement sa place dans une Business School, **GRAND Angle, la lettre d'information de la Conférence des Grandes Ecoles**, n°52, juin 2014, ([accessible en ligne](#))
- Binninger A.-S. et Goudey A. (2012), Le Neuro-Marketing, nouvel eldorado de la recherche en marketing ou dérive manipulatoire ?, **Le Journal des Grandes Ecoles**, avril 2012, ([accessible en ligne](#))
- Goudey A. (2011), Les technologies modifient le rapport au temps, **01 informatique**, 20/01/2011, n°2068
- Goudey A. (2010), Investir dans le marketing et l'ingénierie, une condition pour innover, **01 informatique**, 01/07/2010, n°2046, p.21

---

## CO-DIRECTION & JURY DE THESES DE DOCTORAT

- Co-responsable de l'encadrement de la thèse de Philippine Loupiac, doctorante à l'Université Paris-Dauphine, en collaboration avec le Professeur Emmanuelle Le Nagard. Thème de la thèse : « La virtualisation dans le processus d'achat de produit », thèse en cours depuis septembre 2016.
- Membre du jury de la thèse de Maxime Caron, encadrée par Patrick Susini et soutenue à l'IRCAM / Université Pierre et Marie Curie. Titre : « Méthodes et outils pour définir et véhiculer une identité sonore – application au design sonore identitaire de la marque SNCF ».

---

## CONTRATS DE RECHERCHE

- **Vista-AR** : L'objectif du projet Vista-AR est de développer 4 dispositifs numériques de réalité augmentée / réalité virtuelle, accessibles dans un cloud. Ces applications seront créées et testées sur 2 sites puis déployées sur 4 autres, avant de lancer un déploiement à plus grande échelle. Au niveau académique, ce sera l'occasion d'observer et d'analyser à grande échelle les processus d'acceptation et d'appropriation de différents dispositifs de réalité virtuelle / augmentée par des consommateurs (les visiteurs des sites) et par des organisations touristiques. Méthodologiquement, nous procédons à des immersions sur site (observation participante, ethnographie, etc.), à des interviews méthodiques des parties prenantes et des visiteurs : en amont du déploiement technologique, en cours de création des applications, et en aval des déploiements sur site. Membre de l'équipe Vista-AR sur la dimension marketing.
- **Humatech** : L'objectif du projet HumaTech est d'étudier plus précisément et dans d'autres contextes technologiques (applications d'intelligence artificielle sur smartphone ou sur tablette) l'impact et les modalités d'humanisation des technologies du 'bien vieillir'. En combinant ethnographie, développement d'une solution nouvelle et test expérimental, nous pourrions à la fois comprendre comment humaniser les technologies pour favoriser



leur adoption et développer un prototype qui pourra être lancé sur le marché. Co-responsable du projet avec Gaël Bonnin.

- **Robosanté 1** : ROBOSANTE-1 a pour objectifs spécifiques d'étudier le contexte pratique et socioculturel des personnes âgées, la dynamique d'acceptation des robots domestiques et l'influence de leur design (apparence et fonction) sur cette population. ROBOSANTE-1 combine approche ethnographique (observation filmée et entretiens auprès de 20 personnes âgées pendant une année), analyse des réactions à des robots réels mis en situation (120 entretiens) et test expérimental de l'acceptation de différentes versions de robots (500 personnes). Co-responsable du projet avec Gaël Bonnin.
- **Robosanté 2** : ROBOSANTE-2 a pour objectifs spécifiques d'analyser le processus de façonnage de l'offre et le processus d'adoption des robots domestiques par l'écosystème entourant les personnes âgées. ROBOSANTE-2 se fonde sur la méthode des cas et combinera une ethnographie des acteurs institutionnels et économiques intervenant dans l'élaboration de propositions technologiques au service des personnes âgées (médecins, aidants, financeurs de la santé tels que les mutuelles) et réactions à différentes versions de robots domestiques pour les personnes âgées. Co-responsable du projet avec Gaël Bonnin.

---

## ACTIVITES SCIENTIFIQUES

---

- Membre de l'Association Française de Marketing (AFM) depuis 2003
- Membre de l'Association for Consumer Research (ACR) depuis 2012
- Membre du comité scientifique pour la journée Pédagogie Innovante de la Semaine du Management de la FNEGE (2018)
- Relecteurs pour les Colloques de l'AFM (depuis 2009) et de North America ACR Conference (depuis 2013)
- Relecteurs pour RAM (depuis 2017)
- Membre du comité scientifique du numéro spécial de la Revue Française de Gestion « Le client acteur de l'organisation » (2013)
- Expert missionné par le Social Sciences and Humanities Research Council of Canada pour évaluer la pertinence d'un projet de recherche (2011)

---

## EXPERIENCES ACTUELLES D'ENSEIGNEMENTS

---

- Marketing sonore :
  - Intervention en Programme Grande Ecole (L3) x 3 classes,
  - Intervention en TEMA (M1),
  - Intervention en MS Communication
- Initiation au Marketing digital :
  - Intervention en Programme Grande Ecole (L3)
- Communication digitale & médias sociaux :

- Séminaire de 30h TEMA (M1)
- Marketing des produits high-tech :
  - Séminaire de 30h en Programme Grande Ecole (M2) x 3 classes
- Disruptive Marketing :
  - Séminaire de 30h en TEMA (M2)
- Transformation digitale :
  - Séminaire de 30h en MS Marketing & Data Analytics

---

## DIVERS

- 1<sup>er</sup> prix NEOMA Business School Awards dans la catégorie Excellence Pédagogique (2017)
- 1<sup>er</sup> prix NEOMA Business School Awards dans la catégorie Meilleure publication professionnelle ou presse grand public (2017)
- Anglais : lu – parlé – écrit (Advanced Certificate in English, Cambridge University)
- Allemand : notions