

Cyrielle VELLERA

**Maître de Conférences
Responsable du Département Marketing**

**Toulouse School of Management
Université de Toulouse 1 Capitole (UT1)
TSM Research (UMR CNRS 5303)**

**Toulouse School of Management
Université Toulouse 1 Capitole**
2, rue du Doyen Gabriel Marty
31042 Toulouse Cedex 9 (France)
Bureau AF 120

Formation

Depuis sept. 2014 : **Maître de Conférences, Toulouse School of Management, Université de Toulouse 1 Capitole** (département Marketing). **Laboratoire TSM Research CNRS UMR 5303.**

2014 : **Qualification aux fonctions de Maître de Conférences en Sciences de Gestion** (section 06).

2009 - 2013 : **Doctorat en Sciences de Gestion (spécialité Marketing), Université de Grenoble** (Ecole Doctorale des Sciences de Gestion EDSG 275 – Laboratoire CERAG – CNRS UMR5820), Grenoble (France).

Thèse soutenue le 21 novembre 2013 avec **Mention Très Honorable, Félicitations du Jury.**

- **Lauréate du prix de thèse AFM-FNEGE (2014).**
- **Lauréate du prix de thèse France International Marketing Trends Conference (2015)**

Thèse encadrée par le Pr. **Marie-Laure Gavard-Perret** et intitulée « **Rôle de l'imagerie mentale dans l'identification d'individus créatifs et dans l'amélioration de la créativité des utilisateurs** ».

Membres du jury :

Président :	Pr. Jean-Luc Giannelloni , Université de Grenoble
Rapporteurs :	Pr. Christian Pinson , INSEAD / Paris Dauphine Pr. Eric Vernet , Université de Toulouse 1 Capitole
Suffragants :	Pr. Emmanuelle Le Nagard , ESSEC Business School Mme Dominique Levent , Directrice créativité/vision, Groupe Renault.

Visiting Assistant in Research sous la direction du **Professeur Darren Dahl** en 2011 (durée de 6 mois) à la **Sauder School of Business, University of British Columbia (UBC)** à Vancouver (Canada).

2008 - 2009 : **Master 2, Marketing Quantitatif**, IAE de Grenoble (France) - *Mention Bien.*

2007 - 2008 : **Diplôme en Management International**, Shanghai Institute of Foreign Trade, Shanghai (Chine).

Expériences académiques

Depuis Sept. 2014 : **Maître de Conférence, IAE, Université de Toulouse 1 Capitole.**

2009 - 2014 : **Allocataire de Recherche et Monitrice puis Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche, Département Marketing, I.A.E., Université de Grenoble.**

Publications

Hamdi-Kidar L. et Vellera C., «Why do end user entrepreneurs establish firms? An exploratory study to extend user entrepreneur theory», *Journal of Business Research* (rang 2 CNRS). V2 under review.

Vellera C. et Gavard-Perret M.-L. (2016), « Une meilleure compréhension du rôle et du mécanisme d'action des stimulations de l'imagerie mentale dans l'amélioration de la créativité d'utilisateurs « ordinaires » », *Recherche et Applications en Marketing* (rang 2 CNRS FNEGE), 31, (3) 122-143.

English version : Vellera C. et Gavard-Perret M.-L. (2016), "A better understanding of the role and underlying mechanism of stimulating mental imagery in improving the creativity of "ordinary" users », *Recherche et Applications en Marketing*, 31, (3) 111-130.

Vellera C. et Gavard-Perret M.-L. (2016), « Repérer les consommateurs créatifs par leur capacité d'imagerie mentale ? », *Décisions Marketing (rang 3 CNRS FNEGE)*, 82 (2), 17-32.

Chapitres d'ouvrages

Vellera C., Vernet E. & Ogawa S. (2017), *The User Innovation Phenomenon*, In the Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation, Bathelt H., Cohendet P., Henn S. and Simon L., Edward Elgar Publishing.

Vellera C., Munzel A. & Textoris V. (2017), *Décathlon crée sa plateforme digitale internationale de crowdsourcing*, p. 69-83. Dans Les Communautés d'innovation : de la liberté créatrice à l'innovation organisée, Sarazin B., Cohendet P. et Simon L., Editions EMS, Management et Société.

Colloques

Busca L., Grobert J. et Vellera C. (2018), Effet de la diffusion d'une odeur congruente sur la créativité : le rôle modérateur d'une instruction d'imagerie mentale, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Association Française du Marketing*, Strasbourg, France.

Rivier E. et Vellera C. (2018), Non sélection des contributeurs à un challenge de crowdsourcing : Quels effets sur leurs réponses attitudeles et intentions comportementales à l'égard de la marque commanditaire, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Association Française du Marketing*, Strasbourg, France.

Rivier E. and Vellera C. (2017), "Submission rejected? Ok, it's over for me" - Exploring emotional feelings and behaviors of loser co-creators to a crowdsourcing contest, *24th Innovation and Product Development Management Conference (IPDMC), Reykjavik, Iceland* – June 11-13, 2017.

Vellera C. and Gavard-Perret M.-L. (2017), A better understanding of the role and underlying mechanism of stimulating mental imagery in improving the creativity of "ordinary" users, *Academy of Marketing Science (AMS), Coronado, San Diego, USA* – May 24-26, 2017.

Gavard-Perret M.-L. et Vellera C. (2017), La présence d'exemples dans les briefs créatifs : source d'amélioration de la production créative, du rôle personnel perçu et du plaisir ?, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Association Française du Marketing*, Tours, France.

Vellera C. and Gavard-Perret M.-L. (2016), The Role of mental imagery in improving user creativity, *14th International Open and User Innovation Conference, Harvard Business School, Boston, US*.

Rivier E. and Vellera C. (2016), "Sorry, your creation is rejected..." How should platforms and brands manage loser co-creators to crowdsourcing contests?, *14th International Open and User Innovation Conference, Harvard Business School, Boston, US*.

Boreau S., Hamdi-Kidar L. and Vellera C. (2016), "To be or not to be in the ad?" Which advertising strategy to promote a co-created product with users?, *14th International Open and User Innovation Conference, Harvard Business School, Boston, US*.

Boreau S., Hamdi-Kidar L. et Vellera C. (2016), To be or no to be in the ad?" Quelle stratégie publicitaire pour promouvoir un produit co-créé avec les consommateurs?, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Association Française du Marketing*, Lyon, France.

Gavard-Perret M.-L., Wilhelm M.-C. et Vellera C. (2016), L'influence de la forme donnée à un test de concept sur son attractivité – explication par l'imagerie mentale, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Association Française du Marketing*, Lyon, France.

Vellera C. et Gavard-Perret M.-L. (2015), Stimuler les capacités créatives des utilisateurs enrôlés dans des processus de co-création : l'effet du type de stimulation de l'activité d'imagerie mentale, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Association Française du Marketing*, Marrakech, Maroc (20-21 mai 2015).

Vellera C. et Hamdi L. (2014), Quelles sont les motivations des lead-users à devenir entrepreneurs ? Une étude exploratoire, *2^{ème} colloque européen Innovation et Commerce*, « *Repenser le design de la fonction commerciale à l'ère du cross-canal* », **IAE Gustave Eiffel, Université Paris Est Créteil (UPEC)**, France (2 et 3 avril 2014).

Vellera C. et Gavard-Perret M.-L. (2014), Créativité des individus « ordinaires » : l'imagerie mentale comme levier d'amélioration, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)*, **Association Française du Marketing**, Montpellier, France (14-16 mai 2014).

Vellera C. and Gavard-Perret M.-L. (2012), Is mental imagery ability an element for identifying creative individuals?, *French-Austrian-German Workshop on Consumer Behaviour*, November, 29th-December, 1st 2012, **University of Innsbruck, Innsbruck, Austria**.

Vellera C. and Hamdi L. (2012), Beyond innovation: An exploratory investigation of lead users motivations to commercialize their innovations, *10th International Open and User Innovation Workshop*, July-30-August 1, **Harvard Business School, Boston, US**.

Vellera C. et Gavard-Perret M.-L. (2012), Créativité et imagerie mentale: validation d'une relation, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)*, **Association Française du Marketing**, Brest, France.

Vellera C. and Hamdi L. (2012), What drives lead users to become user entrepreneurs? An exploratory study of motivations, *The R&D Management Conference*, **Grenoble Ecole Management**, Grenoble, France.

Boesen-Mariani S., Werle C., Gavard-Perret M.-L. and Vellera C. (2008), Preventing Youth Obesity: Effective Means of Promotion, *Advances in Consumer Research Latin America*, **ACR, Sao Paulo, Brazil**.

Presse

Citée dans **20 minutes** « *Les clients passent à l'action* » (édition du 30 novembre 2017).
https://pdf.20mn.fr/2017/quotidien/20171130_MAR.pdf?1

Citée dans **20 minutes** « *Le futur est dans la participation* » (édition du 30 novembre 2017).
https://pdf.20mn.fr/2017/quotidien/20171130_MAR.pdf?1

Auteure de l'article « *Co-création : le "oui mais" des consommateurs* », *LSA Commerce & Consommation* (édition du 18 juillet 2017)
<https://www.lsa-conso.fr/co-creation-le-oui-mais-des-consommateurs-etude,262867>

Auteure de l'article « *Des consommateurs inventifs* », *Le Monde (Le Monde Economie)* (édition du 06 mai 2015).
http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/05/06/des-consommateurs-inventifs_4628640_3232.html

Visting researcher

Invitations dans des universités étrangères pour des séjours de recherche:

- A venir en 2018 : **Monash Business School, Monash University, Melbourne, Australia.**
- Automne 2015 : **Aalto University, School of Science, Helsinki - Finlande.**
- Été 2015 : **Graduate School of Business Administration, Kobe University, Kobe - Japon.**
- Printemps 2015 : **Département Mosaic, HEC Montréal, Montréal - Canada.**
- 2011 (semestre 1) : **Sauder School of Business, University of British Columbia (UBC), Vancouver - Canada.**

Distinctions et Financements

- **Bourse Programme IDEX Jeune Chercheur – Initiative d'Excellence (2014-2016).**
- **Obtention d'un financement de la Japan Society for the Promotion of Science (2015)** - JSPS Postdoctoral Fellowships Short Term (financement d'un séjour de deux mois au Japon à la Graduate School of Business Administration, Université de Kobe).
- **Lauréate du prix de thèse France International Marketing Trends Conference (2015)**
- **Lauréate du prix de thèse AFM-FNEGE (2014)** - Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises et Association Française du Marketing, France.

- **Bourse Explo'ra Doc – Région Rhône Alpes (2011)** (financement d'un séjour de recherche de 6 mois à Sauder School of Business, University of British Columbia (UBC), Vancouver - Canada).
- **Bourse Explo'ra Sup – Région Rhône Alpes (2008)** (financement d'une année de césure à la Shanghai Institute of Foreign Trade, Shanghai - Chine).

Participation à des revues/conférences

- **Évaluations d'articles pour les revues** : Recherche et Applications Marketing (RAM), Décisions Marketing (DM), Management International (MI).
- **Évaluations régulières de communications pour des congrès** : Association Française du Marketing (AFM), Association de Management Stratégique (AIMS), Society for Consumer Psychology (SCP), Academy of Marketing Science (AMS), International Colloquium on Relationship Marketing (ICRM), etc.
- **Assistante de rédaction pour la Revue Décisions Marketing** (*tracks spécialisés Digital – Communication - Stratégies*) – rang 3 FNEGE, rang 3 CNRS (de 2013 à 2015).

Responsabilités administratives

Toulouse School of Management - depuis sept. 2016 : Responsable de Département – Département Marketing

Organisation de Conférences, implication dans des organismes de recherche

- **2017 : 2^{ème} édition de la Journée Toulousaine de Marketing (JTM)** – Co-organisatrice. Evènement pour promouvoir l'échange entre chercheurs et professionnels du marketing. Thématique : Réparer le Marketing : vers de nouvelles valeurs pour un marketing positif. <https://jtm-toulouse.wordpress.com/jtm-2017/>
- **2016 et 2017 : Abbé Grégoire Innovation Days, CNAM, Paris** (annual scientific conferences related to innovation and entrepreneurship topics, with all the disciplinary approaches) - Co-creation and user innovation SIG (Special Interest Groups) Chair en 2017 and New horizons for user cocreation SIG Chair en 2016.
- **2017 : Femmes en Science – CNRS.** Association CNRS pour la promotion des sciences.

Enseignements et activités pédagogiques

Toulouse School of Management (IAE) – Université Toulouse 1 Capitole (depuis 2014)

- Marketing de l'innovation (M1 Marketing et vente FC et M2 Management de l'innovation FI)
- Empowerment & Engagement for Product Service Design and Customer Experiences (M2 International Marketing FI)
- Tests de produits et analyse de données quantitatives (M2 Chef de produits et Etudes Marketing FI)
- Introduction à la recherche en Marketing (M1 Marketing FI)
- Psychologie de la créativité (M2 Chef de produits et Etudes Marketing FI)

Toulouse School of Economics (TSE) – Université de Toulouse 1 Capitole (2017/2018)

- Marketing Quantitatif (M2 Economie Appliquée FI)

Toulouse Business School (TBS) (à venir en 2018)

- Innovation Marketing : From idea to value creation (MSc Luxury and Tourism – Paris et Toulouse).

Activités d'enseignement et/ou pédagogiques à l'étranger :

- A venir en 2018 : KU Leuven-Belgium (Study visit in Toulouse)
- A venir en 2018 : Université Libanaise, Beyrouth, Liban
- 2018 : Univerzita Tomáše Bati Ve Zline, République Tchèque (Erasmus programme)
- 2017 : Université Libanaise, Beyrouth, Liban
- 2017 : KU Leuven-Belgium (Study visit in Toulouse)
- 2017 : Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn, Estonie (Erasmus programme)

- 2015 : Aalto University, School of Science, Helsinki - Finlande.
- 2015 : HEC Montréal, Montréal - Canada.
- 2014: Université Saint-Joseph (USJ) Beyrouth - Liban
- 2014, 2013, 2012 : Université Mundiapolis, Casablanca, Maroc
- 2013: Hanoi Polytechnic University, Hanoi - Vietnam

Autres institutions d'enseignement en France (entre 2009 et 2014):

- Institut d'Administration des Entreprises de l'Université de Grenoble
- Institut National Polytechnique (Grenoble INP – Génie-Industriel)
- Faculté d'économie de Grenoble
- Sciences Po Grenoble.

Valorisation des enseignements dans la presse :

- <https://www.agorize.com/fr/challenges/les-coequipiers-2016/pages/161?lang=fr>
- <http://www.ladepeche.fr/article/2017/04/03/2549164-semelles-crampons-palmes-experts-toulousains-ont-ideesgenie.html>
- <https://www.iae-france.fr/challenge-decathlon-les-coequipiers-triple-gagnant-pour-les-etudiants-de-liae-toulouse/>
- <http://www.toulemploi.fr/Challenge-Decathlon-un-triple-gagnant-pour-l-IAE-Toulouse,21545>
- <http://www.iae-toulouse.fr/les-etudiants-liae-remportent-challenge-les-coequipiers-decathlon>
- <http://www.occitanie-tribune.com/articles/1406/toulouse-challenge-decathlon-les-coequipiers-triple-gagnant-pourles-etudiants-de-letrsq;iae-toulouse/>
- <http://www.ut-capitole.fr/universite/composantes/iae-toulouse-ecole-de-management/triple-gagnant-pour-lesetudiants-de-l-iae-toulouse-qui-remportent-le-challenge-decathlon--630508.kjsp>