

## 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. <b>Jean-Luc Giannelloni</b> , Université de Grenoble
Rapporteurs :	Pr. <b>Christian Pinson</b> , INSEAD / Paris Dauphine Pr. <b>Eric Vernet</b> , Université de Toulouse 1 Capitole
Suffragants :	Pr. <b>Emmanuelle Le Nagard</b> , ESSEC Business School Mme <b>Dominique Levent</b> , 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 attitudinales 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<sup>ème</sup> 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, 29<sup>th</sup>-December, 1<sup>st</sup> 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](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](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](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<sup>ème</sup> 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://jmtoulouse.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>