

Cyrielle VELLERA

Maître de Conférences

Responsable du Département Marketing

Toulouse School of Management (IAE) - Université de Toulouse

Centre de Recherche en Management (CRM - UMR CNRS 5303)

I.A.E - Université Toulouse 1 Capitole

2, rue du Doyen Gabriel Marty

31042 Toulouse Cédex 9 (France)

Formation

Depuis sept. 2014 : **Maître de Conférences, I.A.E., Université de Toulouse 1 Capitole** (département Marketing). **Laboratoire CRM - Centre de Recherche en Management. CNRS UMR 5303.**

2014 : **Qualification aux fonctions de maître de conférences en Sciences de Gestion.**

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** de janvier à juillet 2011 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. (2017), « *End-user entrepreneurs: who are they and how do they establish firms? Findings from a diverse sample of product domains* », **Journal of Business Research** (rang 2 CNRS). Under review.

Vellera C. et Gavard-Perret M.-L. (2016), « *Rôle de la capacité individuelle d'imagerie et de la stimulation de l'activité d'imagerie mentale dans la créativité des utilisateurs* », **Recherche et Applications Marketing** (rang 2 CNRS), 31, (3) 122-143.

English version : « A better understanding of the role and underlying mechanism of stimulating mental imagery in improving the creativity of "ordinary" users », **Recherche et Applications 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), 82 (2), 17-32.

Rivier E. and Vellera C. (2017), The bright side of crowdsourcing contest rejections on contributors' attitudinal and behavioral responses toward the brand, *15th International Open and User Innovation Conference*, **Innsbruck University**, Innsbruck, Austria – July 10-12, 2017 (*submitted – under revision*).

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.

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. (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, **2ème 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.

Chapitre d'ouvrage

The User Innovation Phenomenon, In the Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation (à paraître en 2017). Co-auteurs : Vernet E. (Université de Toulouse) & Ogawa S. (Kobe University).

Décathlon crée sa plateforme digitale internationale de crowdsourcing, Communautés d'innovation (à paraître en 2017). Co-auteurs : Munzel A. (Université de Toulouse) & Textoris V. (Décathlon Creation).

Presse

2017 : Revue Comprendre pour entreprendre – Université de Toulouse 1 Capitole : <http://magazine.ut-capitole.fr/consommateurs-et-createurs-a-la-fois-624601.kjsp>

2015 : « Des consommateurs inventifs », **Le Monde (Le Monde Economie)** (édition du 06 mai 2015).

Activités à l'international

Visiting Researcher (invitations dans des universités étrangères pour des séjours de recherche) :

- 2015 : Aalto University, School of Science, Helsinki - Finlande.
- 2015 : Graduate School of Business Administration, Kobe University, Kobe - Japon.
- 2015 : HEC Montréal (Mosaic), Montréal - Canada.
- 2011 : 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), Abbé Grégoire Innovation Day (SIG chair).
- **Assistante de rédaction pour la Revue Décisions Marketing (tracks spécialisés Digital – Communication - Stratégies)** – rang 3 FNEGE, rang 3 CNRS (de 2013 à 2015).

IAE – Université de Toulouse 1 Capitole (depuis sept. 2016) : Responsable de Département – Département Marketing

Enseignements

IAE – Université de Toulouse 1 Capitole (depuis 2014)

- Marketing de l'innovation, M1 Marketing et Vente en alternance.
- Empowerment & Engagement for Product Service Design and Customer Experiences, M2 International Marketing
- Introduction à la recherche Marketing, M1 Marketing.
- Tests de produits et analyse de données quantitatives sous SPSS, M2 Stratégie et Conseils Marketing.

Valorisation des enseignements :

- <http://www.ladepeche.fr/article/2017/04/03/2549164-semelles-crampons-palmes-experts-toulousains-ont-idees-genie.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-pour-les-etudiants-de-letrsquo;iae-toulouse/>
- <https://www.agorize.com/fr/challenges/les-coequipiers-2016/pages/161?lang=fr>
- <http://www.ut-capitole.fr/universite/composantes/iae-toulouse-ecole-de-management/triple-gagnant-pour-les-etudiants-de-l-iae-toulouse-qui-remportent-le-challenge-decathlon--630508.kjsp>

Modules enseignés (de 2009 et 2014) :

- Processus de développement et de diffusion de nouveaux produits
- Empowerment & Engagement for Product Service Design and Customer Experiences
- Open innovation and co-creation strategies
- Design Thinking
- Techniques de créativité
- Marketing de l'innovation : élaboration d'une offre innovante
- Économie de l'innovation : De la proposition à la valorisation de l'innovation
- Recherche en Marketing – Conduite d'une étude
- Politique de prix
- Communication et mesure d'efficacité publicitaire
- Marketing Stratégique et opérationnel
- Analyse des marchés
- Analyse Marketing du Besoin : Introduction au Marketing et au comportement du consommateur

Autres institutions d'enseignement (de 2009 à 2014) :

- IAE de Grenoble
- Institut National Polytechnique (Grenoble INP – Génie-Industriel)
- Faculté d'économie de Grenoble
- Sciences Po Grenoble.

Activités d'enseignement et pédagogiques à l'étranger :

- Université Libanaise, Beyrouth, **Liban** (2017)
- Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn, **Estonie** (2017)
- Université Mundiapolis, Casablanca, **Maroc** (2012, 2013, 2014),
- Université Saint-Joseph (USJ) Beyrouth - **Liban** (2014)
- Hanoi Polytechnic University, Hanoi - **Vietnam** (2013).