

# Cyrielle VELLERA

**Maître de Conférences**  
**Responsable du Département Marketing**  
**Toulouse School of Management (IAE)**  
**Université de Toulouse**  
**Centre de Recherche en Management (CRM – UMR 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 ED SG 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** 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

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 FNEGE)**, 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 FNEGE)**, 82 (2), 17-32.

## 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 Creation: the Sport Idea Box**, Communautés d'innovation (à paraître en 2017). Co-auteurs : Munzel A. (Université de Toulouse) & Textoris V (Décathlon Creation).

## Colloques

---

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 (soumis, en attente de décision).

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, *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

---

« 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) :

- 2016 : **School of Business Administration - College of Management Academic Studies, Tel Aviv - Israël.**
- 2015 : **Aalto University, School of Science, Helsinki - Finlande.**
- 2015 : **Graduate School of Business Administration, Kobe University, Kobe - Japon.**
- 2015 : **Département Mosaic, HEC Montréal, Montréal - Canada.**
- 2011 : **Sauder School of Business, University of British Columbia (UBC), Vancouver - Canada.**

### Lectures (conférences/cours donnés dans des universités étrangères) :

- 2016: **Tel Aviv University, Tel Aviv – Israël.**
- 2016 : **School of Business Administration - College of Management Academic Studies, Tel Aviv - Israël.**
- 2015 : **Aalto University, School of Science, Helsinki - Finlande.**
- 2015 : **Mosaic, HEC Montréal, Montréal - 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).
- **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

---

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

# ***Enseignements***

---

## **IAE – Université de Toulouse 1 Capitole (2016/2017)**

- 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.

## **Modules enseignés (entre 2009 et aujourd'hui) :**

- 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 à l'étranger :**

- Université Libanaise, Beyrouth, Liban (à venir en 2017)
- Université Mundiapolis, Casablanca, Maroc (2012, 2013, 2014),
- Université Saint-Joseph (USJ) Beyrouth - Liban (2014)
- Hanoi Polytechnic University, Hanoi - Vietnam (2013).