

## Cyrielle VELLERA

Maîtresse de Conférences titulaire - Département Marketing

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

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

### Expertise :

- Marketing de l'innovation et développement de nouveaux produits
- Co-crédation/Crowdsourcing
- Créativité du consommateur
- User-innovation et user-entrepreneurship
- Imagerie mentale
- Nudge marketing

## Formation

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

Fév. 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 et Proposition au prix de thèse.**

- **2014 : Lauréate du prix de thèse AFM-FNEGE** [Association Française de Marketing/Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises].
- **2015 : Lauréate du prix de thèse Marketing Trends Award France, International Marketing Trends Conference**

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. 2021 : **Responsable pédagogique du M2 Data & Innovation Marketing - formation aux métiers de chef-fe de produits et des études marketing, Toulouse School of Management.**

2016-2018 : **Responsable du Département Marketing, Toulouse School of Management.**

Depuis Sept. 2014 : **Maîtresse de Conférences, Toulouse School of Management.**

## Publications

---

Hemonnet-Goujot A., Jouny-Rivier E. et Vellera C. (2022), Crowdsourcing innovation challenges : how participants react when their ideas are rejected, , *Journal of Creativity and Innovation Management*, 31, 3.

Busca L., Grobert J. et Vellera C. (2021), Effect of congruent scent diffusion on individual creative fluidity: mental imagery instruction and iconic stimulus as possible moderators, *Journal of Creativity and Innovation Management*, 30, (3), 511-522.

Hamdi-Kidar L. et Vellera C. (2018), Triggers entrepreneurship among creative consumers, *Journal of Business Research*, 92(C), 465-473.

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

## Chapitres d'ouvrages

---

Ruspil T., Vellera C. & Munzel A. (2019), *Innovation augmented by the customer: from ideation to diffusion*, In Augmented Customer Strategy, Sub-title: CRM in the Digital Age., Pez V., Prim-Allaz I. et N'Goala G., Editions Iste.

English version : Ruspil T., Vellera C. & Munzel A. (2019), *L'innovation augmentée par le client : de l'idéation à la diffusion*, Dans Stratégie Clients Augmentée, Pez V., Prim-Allaz I. et N'Goala G., Editions Iste.

Vellera C., Vernet E. & Ogawa S. (2017), *The User Innovation Phenomenon*, In the Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation, Bathlelt H. (U of Toronto), Cohendet P. (HEC Montréal), Henn S (Friedrich Schiller University Jena) and Simon L. (HEC Montréal), 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. (FarWind), Cohendet P. (HEC Montréal) et Simon L. (HEC Montréal), Editions EMS, Management et Société.

## Colloques

---

Roth Y., Lemoine J.-F., Salgado S. & Vellera C. (2023), *Creative brief attractiveness shaping creative crowdsourcing contest outcomes: a comparison between "top" and "average" contributors*, Track Innovation Management & New Product Development, *European Marketing Academy Conference (EMAC)*, Copenhagen, Denmark.

Emoukhli M., LeNargard E., Vellera C. (2021), Determinants of the perceived quality of a creative experience in a group context: The case of Cultura's thematic creative workshops for adults, *European Marketing Academy Conference (EMAC)*, Madrid, Spain.

Ma ML., Cloarec J. & Vellera C. (2021), The Impact of a Chinese museum's cultural and creative products designed by users on design outputs and outcomes, *28th Innovation and Product Development Management Conference (IPDMC)*, Milan, Italy.

Salgado S. et Vellera C. (2020), From consumer innovation to firm creation: Are fab labs effective in supporting end-user entrepreneurship?, *Innovation Management & New Product Development Track* (poster presentation), *European Marketing Academy (EMAC) Conference*, Budapest, Hungary.

Salgado S. et Vellera C. (2020), From consumer innovation to firm creation: Are fab labs effective in supporting end-user entrepreneurship?, *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Association Française du Marketing*, Biarritz, France.

Hamdi-Kidar L., Vellera C et Vieugue A. (2019), Helpful or painful: the role of online creative marketplaces in the development of female end-user entrepreneurship, *17th International Open and User Innovation Conference, Utrecht University School of Economics, Netherlands*.

Rivier E. et Vellera C. (2019), When Crowdsourcing Proposition Rejection Reinforces Brand Relationship, *Academy of Marketing Science (AMS), Vancouver, Canada*.

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.

## Articles de presse

---

- Co-auteur de l'article « *[Dans mon cours] La visée professionnalisante comme moteur pédagogique essentiel* », *Le Monde des Grandes Ecoles et Universités* (édition du 11 mars 2019).  
<http://www.mondedesgrandesecoles.fr/dans-mon-cours-la-visee-professionnalisante-comme-moteur-pedagogique-essentiel-toulouse-school-of-management-universite-toulouse-1-capitole/>
- 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)

## Invitations dans des universités étrangères (séjours de recherche, présentations travaux de recherche, etc.)

---

- Hiver 2019: **HEC Montréal, Département Marketing, Montréal – Canada** (invitée par la Pr. Sandra Laporte)
- Printemps 2018 : **Monash Business School, Monash University, Melbourne, Australie** (invitée par le Pr. Jun Gu)
- Printemps 2018 : **Université de Laval, Québec, Canada** (invitée par le Pr. Matthieu Lajante)
- Printemps 2016 : **The College of Management Academic Studies, Tel-Aviv, Israël**. (invitée par la Pr. Dafna Kariv)
- Automne 2015 : **Aalto University, School of Science, Helsinki - Finlande**. (invitée par la Pr. Riitta Smeds)
- Été 2015 : **Graduate School of Business Administration, Kobe University, Kobe – Japon** (invitée par le Pr. Susumu Ogawa)
- Printemps 2015 : **Mosaic, HEC Montréal, Montréal - Canada**. (invitée par le Pr. Patrick Cohendet)
- 2011 (6 mois) : **Sauder School of Business, University of British Columbia (UBC), Vancouver – Canada**. (invitée par le Pr. Darren Dahl)

## 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 à la Sauder School of Business, University of British Columbia (UBC), Vancouver - Canada).

## ***Enseignements et activités pédagogiques***

---

### **Pédagogie :**

- o **Sous mandat** (en collaboration systématique avec des acteurs de la sphère privée (à l'image de Airbus, LVMH, Sopra Stéria, Decathlon, Groupe SEB, Laboratoires Pierre Fabre, Groupe Orange, Sigfox, Auchan, start ups de la French Tech, etc.) autour de problématiques managériales actuelles;
- o **Expérimentelle, professionnelle et par projets** au cœur d'une formation présentielle ;
- o **Hors les murs et décloisonnée** (au sein de tiers lieux de type fab labs, incubateurs) ;
- o « **Just in time** » (par apports alternés des apports théoriques avec l'avancement de la réalisation) ;
- o Offrant une **valorisation « au-delà » du cours** (incubation, stages, emplois, médiatisation, etc.).

### **Domaines d'enseignement :**

- o Marketing de l'innovation
- o Psychologie de la créativité
- o Tests produits
- o Méthodologie de la recherche et initiation à la recherche en Marketing
- o Analyses de données quantitatives

### **Interventions dans d'autres institutions :**

- Ecole de Management de Strasbourg (EM) (depuis 2018)
- ICD International Business School (2018-2020)
- Toulouse Business School (TBS - campus de Toulouse et de Paris) (2017-2019 ; 2023)
- Toulouse School of Economics (TSE) - Université de Toulouse 1 Capitole (2017/2018 ; 2019)

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

- Juin 2019 : Open University of Hong Kong (Study visit in Toulouse)
- 2019 : KU Leuven-Belgium (Study visit in Toulouse)
- 2018: Assumption University, Bangkok, Thaïlande (French Tech projects final defenses)
- 2018 : KU Leuven-Belgium (Study visit in Toulouse)
- 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)
- 2016: The College of Management Academic Studies, Tel-Aviv, Israel
- 2016: Tel-Aviv University, Tel-Aviv, Israel
- 2014: Université Saint-Joseph (USJ) Beyrouth - Liban
- 2014, 2013, 2012 : Université Mundiapolis, Casablanca, Maroc
- 2013: Hanoi Polytechnic University, Hanoi - Vietnam

### **Encadrement :**

- Direction de mémoires en Master 1 et Master 2 - département Marketing

### **Valorisation et médiatisation des enseignements :**

- <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-pour-les-etudiants-de-letrsq;iae-toulouse/>
- <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>