



Full Professor Elodie JOUNY-RIVIER

Academic Department: Marketing and Retailing

Email: elodie.jouny-rivier@essca.fr

RESEARCH INTERESTS

- Product co-creation
- Crowdsourcing
- Digital marketing
- Kids Marketing

TEACHING DOMAINS

- Innovation and creativity management
- Marketing Strategy
- Market studies
- Consumer Behaviour

EDUCATION

Highest degree :

2024	Higher Doctorate (HDR), Management Science, Marketing, Université Panthéon-Sorbonne - Paris 1, France
2014	PhD, Management Science, Marketing, Université d'Orléans, France <i>La co-crédation de services B2B : Une étude des déterminants de l'engagement des entreprises dans un processus d'innovation de services</i> <i>Mention très honorable avec les félicitations du jury</i>
2010	Master of Product Marketing and Event Management, IAE Orléans, France
2008	Bachelor Public relations and communication DEESCOM Public relations, Tunon International School, France
2007	French Bachelor, Applied Foreign Languages, Université d'Orléans, France

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Academic experience and positions

Since 2024	Head of Chair "Prospective Consommation des Familles", ESSCA School of Management, France
Since 2022	Professor, ESSCA School of Management, France
Since 2020	Head of "Marketing and Retailing" research group, ESSCA School of Management, France

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Academic experience and positions

- 2017 - 2022 Associate Professor, ESSCA School of Management, France
- 2016 - 2019 Lecturer, Design and product innovation, ESTACOM, France
- 2014 - 2017 Assistant Professor, ESSCA School of Management, France
- 2014 - 2016 Lecturer, Marketing fondamentale, ISTIA, France
- 2012 - 2014 Research and teaching assistant, Université d'Orléans, France

Professional experience

- 2011 - 2012 Service Research Fellow, Nekoé Cluster, France

GRANTS AND HONORS

- 2024 Finalist for 2024 Syntec award: VELLERA, C., JOUNY-RIVIER, E. et HEMONNET, A. (2023). Crowdsourcing Innovation Challenges: How Participants React When Their Ideas Are Rejected. *Creativity and Innovation Management*, 32(3), pp. 534-534., Syntec Conseil, France
- 2020 Finalist for the AFM 2020 Best Case Study Award: Berthe Aux Grands Pieds: When creativity and the "made in France" make the difference, Association Française du Marketing (AFM), France
- 2018 2018 Highly Commended Award.Determinants of services co-creation, with business customers, delivered by Journal of Services Marketing, Emerald Publishing Ltd, United Kingdom

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Peer-reviewed Articles

FILALIBOISSY, D., JOUNY-RIVIER, E. and PERREN, R. (2025). CoCreating Content With Brands: Insights From Influencers' Perceptions. *Journal of Consumer Behaviour*, 24(3), pp. 1039-1060.

JOUNY-RIVIER, E., JOUNY-RIVIER, J. and KURTALIQL, F. (2025). Comment faire participer des employés a une démarche de co-creation ? Une étude des antécédents et conséquences de la valeur perçue d'un projet de co-crédation interne. *Revue Française de Gestion*, 320(1), pp. 45-70.

VELLERA, C., JOUNY-RIVIER, E. and HEMONNET, A. (2023). Crowdsourcing Innovation Challenges: How Participants React When Their Ideas Are Rejected. *Creativity and Innovation Management*, 32(3), pp. 534-534.

JOUNY-RIVIER, E. and RENAULT, S. (2020). Contours et Enjeux des Stratégies de Crowdsourcing pour Innover : Le Cas des Banques Françaises. *Management International*, 24(5), pp. 22-36.

STEVENS, E. and JOUNY-RIVIER, E. (2020). Customers' Learning Process during Product Customization: The Case of Online Configuration Tool Kits. *Information and Management*, 57(6).

JOUNY-RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2020). Chers collaborateurs, venez partager vos idées ! Une étude des effets attitudinaux de la co-crédation sur les clients internes. *Revue Française de Gestion*, 2020/2(287), pp. 145-160.

JOUNY-RIVIER, E. and POUTIER, E. (2020). Les Freins à la Co-innovation : Une Etude de Cas dans l'hôtellerie de Luxe. *Gestion 2000*, 37(1), pp. 77-120.

JOUNY-RIVIER, E. and STEVENS, E. (2019). Proposition d'un modèle d'apprentissage pour la configuration en ligne d'un produit de luxe. *Gérer et Comprendre*, 2(136), pp. 28-36.

JOUNY RIVIER, E. and DUCROQUET, A. (2017). How Customer-to-Customer Co-creation Influences Service Experience in Large Public Events. *Journal of Marketing Trends*, 4(2), pp. 111-123.

JOUNY RIVIER, E., REYNOSO, J. and EDVARDSSON, B. (2017). Determinants of services co-creation with business customers. *Journal of Services Marketing*, 31(2), pp. 85-103.

JOUNY RIVIER, E. and NGOBO, P. (2016). Les facteurs explicatifs de la prédisposition des entreprises à co-créeer un service B2B. *Recherche et Applications en Marketing*, 31(3), pp. 67-96.

JOUNY RIVIER, E. (2016). Quels Intérêts pour des Clients B2B à Co-créeer un Service ? *Gérer et Comprendre*, 124(2), pp. 62-73.

JOUNY RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2015). Les bénéfices et risques de la co-créeation de services: Une étude appliquée aux entreprises BtoB. *Gestion 2000*, 32(1), pp. 17-33.

Chapters in book

JOUNY-RIVIER, E. and THIESSE, C. (2022). Mieux comprendre les perceptions des enfants sur le monde de demain. Le cas de la communauté Voice Kids. In: Guy Parmentier, Florence Crespin-Mazet, Karine Goglio eds. *Le guide pratique des communautés - Un nouveau souffle pour les organisations*. 1 ed. Paris: Éditions d'Innovation.

JOUNY-RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2021). L'épanouissement dans la cocréation. In: Oliviane Brodin et Joël Muller (ed.). *La Voix des consommateurs. Affirmation, impuissance ou ambivalence ?* 1st ed. Arras: Artois Presses Université, pp. 67-80.

JOUNY-RIVIER, E. and STEVENS, E. (2018). Le site « CA Store » du Crédit Agricole, un espace pour favoriser la relation clients. In: F. Jallat, E. Peelen, E. Stevens, P. Volle eds. *Gestion de la relation clients – Expérience client, performance relationnelle et hub relationnel*. 1st ed. Montreuil: Pearson France, pp. 427-430.

JOUNY-RIVIER, E. (2018). La co-créeation, une solution pour améliorer la relation-client ? Le cas Braineet. In: F. Jallat, E. Peelen, E. Stevens, P. Volle eds. *Gestion de la relation clients – Expérience client, performance relationnelle et hub relationnel*. 1st ed. Montreuil: Pearson France, pp. 482-487.

Conference proceedings

JOUNY-RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2015). Understanding the Determining Factors of Corporate Commitment to a Cocreation Approach of B2B Services. In: *Proceedings of 14th International Marketing Trends Conference 2015 Paris*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

Conference paper (with selection committee)

JOUNY-RIVIER, E. (2025). Le parent kidulte : quand le jeu réinvente la consommation familiale. In: Colloque Marketing Digital. Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

JOUNY-RIVIER, E. (2025). Le pouvoir social des influenceurs virtuels : du suivi a la conversion des followers. In: Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM). IAE de Lille.

FALCHI, A. and JOUNY-RIVIER, E. (2025). « C'est moi qui l'ai fait » : quand les parents co-créeent les jeux pour leurs enfants. In: 41e Congrès International de l'AFM. Lille.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Analyse des mécanismes d'influence des influenceurs virtuels sous le prisme de la théorie du pouvoir social. In: Colloque Marketing Digital. Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

JOUNY-RIVIER, J. and JOUNY-RIVIER, E. (2024). Empowering the disabled consumers through product customization. In: 4th Current Issues in Business and Economic Studies (CIBES) Conference. Rome, online.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Les mercredis chez « Bugali », Comment les parents peuvent co-créer avec une marque au service de l'expérience d'apprentissage de leurs enfants. In: SYMPOSIUM KCO Chercheurs-Praticiens. Université Grenoble Alpes.

FILALI-BOISSY, D. and JOUNY-RIVIER, E. (2022). Content co-creation between an influencer and the brand. In: Oui Open and User Innovation Conference. ETH Zurich.

FILALI-BOISSY, D. and JOUNY-RIVIER, E. (2021). L'influenceur, un moyen de communication pour la marque sous le prisme de la co-création de contenu. In: 20e Colloque sur le Marketing Digital. Université Paris 1, Panthéon Sorbonne.

FILALI-BOISSY, D. and JOUNY-RIVIER, E. (2020). Co-créer sa stratégie de communication avec un influenceur : Une étude exploratoire. In: 19e Journées Normandes de Recherche sur la Consommation. Online.

JOUNY-RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2019). Les impacts organisationnels de la co-création sur les clients internes. In: 2e symposium du KCO (Knowledge Communities Observatory). Toulon.

VELLERA, C., JOUNY-RIVIER, E. and BRIFFA, M. (2019). When crowdsourcing proposition rejection reinforces brand relationships. In: Academy of Marketing Science (AMS) Conference. Vancouver.

JOUNY-RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2019). Co-créer avec les employés : quelles conséquences sur l'attitude des collaborateurs à l'égard de leur entreprise ? In: 35e congrès de l'AFM. Le Havre.

JOUNY-RIVIER, E. and 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 ? In: 34e Congrès International de l'AFM. Strasbourg.

JOUNY-RIVIER, E. and RENAULT, S. (2018). La banque à l'heure du crowdsourcing d'innovation : plateforme de marque ou d'intermédiation. In: 34e Congrès International de l'AFM. Strasbourg.

JOUNY-RIVIER, E. (2017). E. POUTIER (2017) « Peut-on parler de co-création de service de luxe? Le Cas Le Molitor », Luxe : Enjeux, défis et perspectives. Paris.

JOUNY-RIVIER, E. (2017). E. STEVENS (2017) « Antécédents et Conséquences du Processus d'Apprentissage sur la Configuration en Ligne d'un Produit de Luxe, Luxe : Enjeux, défis et perspectives. Paris.

STEVENS, E. and JOUNY RIVIER, E. (2017). Customer's Learning Processes during Co-Creation Experience. In: ISPIM. Vienne.

JOUNY 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. In: 24th Innovation and Product Development Management Conference. Reykjavik.

JOUNY RIVIER, E. and DUCROQUET, A. (2017). Cosplays, Free hugs and Video Games... Influences of C2C Co-creation on Service Experience in Thematic Events. In: TTRA Europe Chapter Conference. Angers.

JOUNY RIVIER, E. and STEVENS, E. (2017). A Model of Customer's Learning Process during the Product Co-Creation Experience. In: EURAM Conference. Glasgow.

JOUNY RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2016). When Co-creation becomes the Beating Heart

of a Store: The case of “Le Petit Bazar”. In: ISPIM Innovation Summit. Kuala Lumpur.

JOUNY RIVIER, E. and DUCROQUET, A. (2016). Customer-to-Customer Co-creation: The Impacts of Fans’ experience in the Context of Large Public Events. In: International Marketing Trends Congress - Arts, Cultural and Creative Industries Symposium. Turin.

JOUNY RIVIER, E. and VELLERA, C. (2016). “Sorry, your creation is rejected...” How should platforms and brands manage loser co-creators to crowdsourcing contests? In: 14th International Open and User Innovation Conference. Boston.

JOUNY RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2015). Effects of Organizational Factors on the Degree of Service Co creation with B2B Customers. In: QUIS 14 -14th International Research Symposium on Service Excellence in Management. Shanghai.

JOUNY-RIVIER, J., JOUNY RIVIER, E. and WALLISER, B. (2014). L’impact du parrainage sportif sur le public interne des PME parrains. In: 30e Congrès de l’AFM. Montpellier.

JOUNY RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2013). The Value Co-Creation of Services between Businesses and Non-Profit Actors: The Case of the Multi Shared-Service Center of Ormes (France). In: QUIS13, 13th International Research Symposium on Service Excellence in Management. Karlstad.

JOUNY-RIVIER, J. and JOUNY RIVIER, E. (2013). Evolution of Sports Sponsorship in SME’s: Towards an Efficient Practice and the Emergence of New Dimensions. In: International Sport Management Conference , ISC Paris. Paris.

JOUNY RIVIER, E. and NGOBO, P. (2013). Une étude des Antécédents à l’Engagement des Acteurs Privés et Publics au Projet Centre Multiservices Partagé (CMP). In: 29e Congrès de l’AFM. La Rochelle.

JOUNY RIVIER, E. and SENNEGON, B. (2012). Understanding Perceptions of Consumer Buying Process and Individual Shopping Experience for a Luxury Perfume. In: French-German-Autrian (FAG) Workshop. Innsbruck.

JOUNY RIVIER, E. (2012). Les Déterminants de l’Engagement des Acteurs Marchands et Non Marchands à un Projet de Co-crédation de Services: le Cas du Centre Multi-services Partagé (CMP). In: Colloque Vallorem Quand Marchand et Non marchand se rencontrent. Orléans.

JOUNY RIVIER, E. and LIGER, V. (2012). Designing Services with Knowledge-Intensive Users: Application in the Luxury Cosmetics Market. In: Euroma Service Forum. Cambridge.

JOUNY RIVIER, E. (2012). Le Processus de Co-crédation de Valeur dans un Contexte de Services : Antécédents, Engagement des Clients B2B et Performance. In: Les Deuxièmes Journées Doctorales en Marketing. Hammamet.

Research / consulting reports

JOUNY-RIVIER, E. (2025). Livre blanc : Technologie, Durabilité et Créativité. Les 3 piliers de l’évolution de la consommation des familles à l’horizon 2030. Chaire Prospective Consommation des Familles: ESSCA Research, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2021). Contributions au rapport de recherche collaborative sur l’Innovation Participative, Conseil & Recherche.

JOUNY-RIVIER, E. (2017). Assistant conversationnel : levier de la transformation des usages et de la conception des offres dans le monde des services. Rapport d’étude pour le groupe La Poste. France.

Published Case Studies

JOUNY-RIVIER, E. and MARTIN, E. (2025). My Dreamland : La fabrique à souvenirs pour petits et grands enfants. M2248. Paris. CCMP.

FILALI-BOISSY , D. and JOUNY-RIVIER, E. (2020). Berthe Aux Grands Pieds: When creativity and the "made in France" make the difference. CCMP.

FILALI-BOISSY, D. and JOUNY-RIVIER, E. (2019). Berthe Aux Grands Pieds : quand les chaussettes se rebellent et clament leur créativité. CCMP.

Invited in Academic Conferences

JOUNY-RIVIER, E. (2023). Customers' Learning Process during Product Customization: The Case of Online Configuration Tool Kits. In: The 14th International Conference on Advanced Management Science (ICAMS 2023).

Practice-oriented contributions

JOUNY-RIVIER, E. and MARTIN, E. (2025). Les « kids parcs » : le plaisir des familles face à la pression du marché. The Conversation, France.

JOUNY-RIVIER, E., JOUNY-RIVIER, J. and KURTALIQLI, F. (2025). Et si vos salariés devenaient vos meilleurs alliés pour innover ? The Conversation, France.

JOUNY-RIVIER, E. and DEKHILI, S. (2025). Le jouet sensoriel, porteur de sens... durable. Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. and MAMAN, C. (2024). El alquiler de juguetes: una nueva tendencia eco-responsable para las familias. Madrid: Marketing News, Spain.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Géo x Enov : Quand les parents co-crésent les vêtements de demain. Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). La location de jouets, une nouvelle tendance. The Conversation, France.

JOUNY-RIVIER, E., HEMONNET, A. and VELLERA, C. (2024). Concursos de 'crowdsourcing': ¿cómo decir que no a una idea sin destruir la relación con los participantes? Madrid: Marketing News, Spain.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Agilidad organizativa: algunas claves para entender una práctica ya imprescindible en la empresa. Madrid: Marketing News, Spain.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Lancez-vous dans la co-crédation ! Conseils pratiques pour impliquer vos contributeurs. réf. 8664. Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Bugali : Réinventer l'expérience de lecture pour les enfants. Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E., HEMONNET, A. and VELLERA, C. (2024). Concours de crowdsourcing : comment dire non à une idée sans détruire la relation avec les participants ? The Conversation, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Cómo introducir nuevos juguetes en el mercado a través de la cocreación. Madrid: Marketing News, Spain.

JOUNY-RIVIER, E. and FILALI-BOISSY, D. (2024). Les « influenceurs familles », précieux ambassadeurs des marques sur le marché convoité des nouveaux parents. The Conversation, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Enfants-influenceurs : Est-ce bien raisonnable ? The Conversation,

France.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). L'agilité organisationnelle : Quelques clés de compréhension d'une pratique aujourd'hui indispensable en entreprise. Lyon: Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. and MAMAN, C. (2024). Réalisons nos rêves ! Plongeons dans l'univers de la co-crédation de jouets. Lyon: Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Co-crédier le futur avec les enfants via une plateforme communautaire. Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. and STEVENS, E. (2023). Comment réussir le processus d'apprentissage de la personnalisation des produits ? Paris: FNEGE Medias, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2021). L'accompagnement des innovateurs par Schoolab. Lyon: Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2021). Innovation participative : mode d'emploi, entretien avec Christophe Lo Giudice. HR; Square, France.

JOUNY-RIVIER, E. and RENAULT, S. (2020). Innover via le crowdsourcing : quel type de plateforme privilégier ? Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2020). Vos data à l'épreuve de la communauté ! Focus sur les data challenge. Lyon: Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. (2020). La co-crédation miroir, entre feedbacks de consommateurs et retours d'experts. Lyon: Survey Magazine, France.

JOUNY-RIVIER, E. and JOUNY-RIVIER, J. (2019). La co-crédation facilitatrice des relations employé-entreprise-client. Lyon: Survey Magazine, France.

JOUNY RIVIER, E. (2017). Des plateformes de co-crédation, des panels 2.0. Entrevue avec FANVOICE. Survey Magazine.

JOUNY RIVIER, E. (2016). Un regard sur les pratiques de co-crédation, solutions numériques. Internet.

JOUNY RIVIER, E. (2016). La Co-crédation, Un Nouvel Outil d'Etudes de Marché? Lyon: Survey Magazine, France.

RESEARCH ACTIVITIES

Editorial activities

Editorial board of scientific journals

- | | |
|-------------|--|
| Since 2023 | Editorial Review Board Member, International Journal of Consumer Studies |
| Since 2020 | Creating and animating the section "Les Bonnes pratiques de la co-crédation", Survey Magazine |
| 2026 - 2026 | Guest Editor: special issue "Emotion by Design: The Emotional Architecture of Consumer Behaviour in an Era of Emerging Technologies" |
| 2021 - 2021 | Co-coordination special issue, Management & Prospective - Gestion 2000 |

Reviewer for an academic or professional publication

- | | |
|------------|--|
| Since 2024 | Ad-hoc reviewer, Innovation: Organization & Management (formerly known as Innovation: Management, Policy and Practice) |
| Since 2023 | Ad-hoc reviewer, International Journal of Consumer Studies |

Since 2023	Ad-hoc reviewer, Young Consumers
Since 2022	Ad-hoc reviewer, Management International
Since 2019	Ad-hoc Reviewer, Decisions Marketing
Since 2018	Ad-hoc Reviewer, Revue Internationale PME (RIPME)
Since 2017	Ad-hoc Reviewer, Journal of Services Marketing
Since 2015	Ad-hoc Reviewer, Management & Prospective - Gestion 2000
Since 2014	Ad-hoc Reviewer, Management Decision

Service to the academic discipline

Active member of a recognised scientific or academic association

Since 2019	Co-chair, MASCIK, France
------------	--------------------------

Service to the institution

Active participation in an event organised by the institution

Since 2022	Conference "Vous avez dit Hot Topics en Marketing Digital ?", ESSCA School of Management, France
Since 2019	MASCIK Workshop, ESSCA School of Management, France
2025 - 2025	Role of Future Generations in the 21st Century, ESSCA School of Management, France
2025 - 2025	Track 4: Sustainable Collaboration. 11th International Conference of Marketing, Strategy and Policy Research, ESSCA School of Management, France
2025 - 2025	Chairperson: 11th International Conference of Marketing, Strategy and Policy Research, ESSCA School of Management, France

Service to the academic discipline

Reviewing activities for an academic conference

Since 2020	Ad-hoc reviewer, Annuel International Congress, Association Française du Marketing (AFM), France
Since 2018	Ad-hoc Reviewer, Annual conference, Academy of Marketing Science (AMS)
Since 2018	Reviewer ad hoc, Annual conference, International Marketing Trends Conference (IMTC), France

Scientific committee of an academic conference

2024 - 2024	Scientific Committee member, Cibes Conference , 4th Edition, Italy
2023 - 2023	Scientific Committee member, SABEM Conference
2022 - 2022	Scientific Committee member: Colloque CréaPI - Vallorem, Université d'Orléans, France
2021 - 2021	Extended Scientific Committee, 37th International Congress, Association Française du Marketing (AFM), France
2020 - 2021	Organizing committee: doctoral symposium, Association Française du Marketing (AFM), France

Membership in an academic association

Since 2012	Professional affiliation, Association Française du Marketing (AFM)
Since 2012	Professional affiliation, Adetem

Service to professional community

Activites in direct contact with business leaders or public decision-makers

2025 - 2025 Launch of Chair "Prospective de la Consommation des Familles", ESSCA School of Management, France