



Professeure (Full) Elodie JOUNY-RIVIER

Département de rattachement: Marketing and
Retailing

Email: elodie.jouny-rivier@essca.fr

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Co-création de produits
- Crowdsourcing
- Marketing digital
- Marketing des produits de l'enfant

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Management de l'innovation et de la créativité
- Marketing stratégique
- Etudes de marché
- Comportement du consommateur

FORMATION

Diplôme le plus élevé :

2024	Habilitation à diriger des recherches, Sciences de gestion, Marketing. « Vers une contribution à la compréhension de la démarche de co-création dans les organisations », Université Panthéon-Sorbonne - Paris 1, France
2014	Doctorat, Sciences de gestion, Marketing, Université d'Orléans, France <i>La co-création 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 en Marketing du Produit et Management de l'Événementiel, IAE Orléans, France
2008	Bachelor Relations publiques et communication DEESCOM Relations Publiques, Tunon International School, France
2007	Licence, Langues Etrangères Appliquées (LEA), Université d'Orléans, France

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie et positions académiques

Depuis 2024	Responsable de chaire "Prospective Consommation des Familles", ESSCA School of Management, France
Depuis 2022	Professeure, ESSCA School of Management, France

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie et positions académiques

- Depuis 2020 Responsable du groupe de recherche "Marketing and Retailing", ESSCA School of Management, France
- 2017 - 2022 Professeure associée, ESSCA School of Management, France
- 2016 - 2019 Intervenante, Design et innovation des produits, ESTACOM, France
- 2014 - 2017 Professeure assistante, ESSCA School of Management, France
- 2014 - 2016 Chargée de cours, Marketing fondamental, ISTIA, France
- 2012 - 2014 ATER, Université d'Orléans, France

Vie professionnelle

- 2011 - 2012 Chargée de recherche en services, Nekoé Cluster, France

PRIX, DISTINCTIONS ET BOURSES

- 2024 Finaliste 2024 du prix Syntec : 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 Finaliste du prix AFM 2020 du meilleur cas pratique marketing pour « Berthe aux grands pieds : quand les chaussettes se rebellent et clament leur créativité », Association Française du Marketing (AFM), France
- 2018 2018 Highly Commended Award. Determinants of services co-creation, with business customers, décerné par Journal of Services Marketing, Emerald Publishing Ltd, Royaume Uni

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles évalués par les pairs

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

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.

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

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

JOUNY RIVIER, E. et NGOBO, P. (2016). Les facteurs explicatifs de la prédisposition des entreprises à co-créer 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-créer un Service ? *Gérer et Comprendre*, 124(2), pp. 62-73.

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

Chapitres d'ouvrages

JOUNY-RIVIER, E. et THIESSE, C. (2022). Mieux comprendre les perceptions des enfants sur le monde de demain. Le cas de la communauté Voice Kids. Dans: 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. et JOUNY-RIVIER, J. (2021). L'épanouissement dans la cocréation. Dans: 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. et STEVENS, E. (2018). Le site « CA Store » du Crédit Agricole, un espace pour favoriser la relation clients. Dans: 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-création, une solution pour améliorer la relation-client ? Le cas Braineet. Dans: 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.

Conférence proceedings

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

Communications (conférences avec comité de sélection)

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

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

FALCHI, A. et JOUNY-RIVIER, E. (2025). « C'est moi qui l'ai fait » : quand les parents co-créent les jeux pour leurs enfants. Dans: 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. Dans: Colloque Marketing Digital. Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

JOUNY-RIVIER, J. et JOUNY-RIVIER, E. (2024). Empowering the disabled consumers through product customization. Dans: 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. Dans: SYMPOSIUM KCO Chercheurs-Praticiens. Université Grenoble Alpes.

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

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

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

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

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

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

JOUNY-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 ? Dans: 34e Congrès International de l'AFM. Strasbourg.

JOUNY-RIVIER, E. et RENAULT, S. (2018). La banque à l'heure du crowdsourcing d'innovation : plateforme de marque ou d'intermédiation. Dans: 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. et JOUNY RIVIER, E. (2017). Customer's Learning Processes during Co-Creation Experience. Dans: ISPIM. Vienne.

JOUNY RIVIER, E. et VELLERA, C. (2017). Submission rejected ? Ok, it's over for me" – Exploring emotional feelings and behaviors of loser co-creators to a crowdsourcing contest. Dans: 24th Innovation and Product Development Management Conference. Reykjavik.

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

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

JOUNY RIVIER, E. et JOUNY-RIVIER, J. (2016). When Co-creation becomes the Beating Heart of a Store: The case of "Le Petit Bazar". Dans: ISPIM Innovation Summit. Kuala Lumpur.

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

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

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

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

JOUNY RIVIER, E. et 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). Dans: QUIS13, 13th International Research Symposium on Service Excellence in Management. Karlstad.

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

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

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

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

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

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

Rapports de recherche, rapports d'étude

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.

Etudes de cas

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

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

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

Invité dans une conférence académique

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

Contributions intellectuelles orientées vers la pratique, diffusion des savoirs

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

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

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

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Gémo x Enov : Quand les parents co-créent 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. et VELLERA, C. (2024). Concursos de 'crowdsourcing': ¿cómo decir que no a una idea sin destruir la relación con los participantes? Madrid: Marketing News, Espagne.

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

JOUNY-RIVIER, E. (2024). Lancez-vous dans la co-création ! 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. et 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, Espagne.

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

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

JOUNY-RIVIER, E. et 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. et 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-création miroir, entre feedbacks de consommateurs et retours d'experts. Lyon: Survey Magazine, France.

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

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

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

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

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Activités éditoriales

Comité éditorial de revue scientifique

- Depuis 2023 Membre du comité éditorial d'évaluation, International Journal of Consumer Studies
- Depuis 2020 Création et animation de la rubrique "Les Bonnes pratiques de la co-création", Survey Magazine
- 2026 - 2026 Éditrice invitée du numéro spécial "Emotion by Design: The Emotional Architecture of Consumer Behaviour in an Era of Emerging Technologies"
- 2021 - 2021 Co-coordination d'un numéro spécial, Management & Prospective - Gestion 2000

Évaluateur d'une publication académique / professionnelle

- Depuis 2024 Évaluateur ad-hoc, Innovation: Organization & Management (formerly known as Innovation: Management, Policy and Practice)
- Depuis 2023 Évaluateur ad-hoc, International Journal of Consumer Studies

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

Service à la discipline

Membre actif d'une association scientifique ou académique

- Depuis 2019 Co-présidente (co-créatrice et co-organisatrice), MASCIK, France

Service à l'institution

Participation active à un événement de l'institution

- Depuis 2022 Conférence "Vous avez dit Hot Topics en Marketing Digital ?", ESSCA School of Management, France
- Depuis 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 Organisatrice : 11th International Conference of Marketing, Strategy and Policy Research, ESSCA School of Management, France

Service à la discipline

Travaux d'évaluation pour une conférence académique

- Depuis 2020 Évaluateur ad hoc, congrès international annuel, Association Française du Marketing (AFM), France
- Depuis 2018 Évaluateur ad-hoc, conférence annuelle, Academy of Marketing Science (AMS)
- Depuis 2018 Évaluateur ad-hoc, conference annuelle, International Marketing Trends Conference (IMTC), France

Comité scientifique d'une conférence académique

- 2024 - 2024 Membre du comité scientifique, Cibes Conference , 4e Edition, Italie
- 2023 - 2023 Membre du comité scientifique, SABEM Conference
- 2022 - 2022 Membre du comité scientifique : Colloque CréaPI - Vallorem, Université d'Orléans, France
- 2021 - 2021 Comité scientifique élargi du 37e Congrès International, Association Française du Marketing (AFM), France
- 2020 - 2021 Comité d'organisation : colloque doctoral, Association Française du Marketing (AFM), France

Membre adhérent à une association académique

- Depuis 2012 Adhésion professionnelle, Association Française du Marketing (AFM)
- Depuis 2012 Adhésion professionnelle, Adetem

Service à la communauté professionnelle

Activités en contact avec des dirigeants d'entreprise ou des décideurs publics

2025 - 2025 Lancement de la Chaire Prospective de la Consommation des Familles, ESSCA School of Management, France