



Professeure (Full) Elodie JOUNY-RIVIER

Département de rattachement: Marketing and Retailing

Email: elodie.jouny-rivier@essca.fr

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

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

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Management de l'innovation et de la créativité
- Marketing stratéique
- 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-crédation dans les organisations », Université Panthéon-Sorbonne - Paris 1, France |
| 2014 | Doctorat, Sciences de gestion, 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 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 KURTALIQUI, 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. 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-crédation 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-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. et 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.

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-créeation, 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 Cocreation 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 a 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-créeent 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 actitudinales 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: TTRA 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) 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). 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-crédation 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 KURTALIQUI, 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). 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. 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-crée 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, conférence 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