



Associate Professor Mariem EL EUCH MAALEJ

Academic Department: Marketing and Retailing

Email: mariem.el-euch-maalej@essca.fr

RESEARCH INTERESTS

- Customer Experience
- Customer Journey
- Human Brands, Iconic Products and Brand Management
- Communication Strategies

TEACHING DOMAINS

- Marketing and communication
- Market research
- Consumer behavior
- Customer relationship management

EDUCATION

Highest degree :

- | | |
|------|--|
| 2011 | Ph.D. in Management Sciences, IAE Gustave Eiffel, IRG, Université Paris-Est Créteil Val de Marne (UPEC) - Paris 12, France
<i>Résistance des consommateurs à l'entrée dans les programmes de fidélisation, sous la direction du Pr. Dominique Roux. Ce travail doctoral a bénéficié d'un financement du projet ANR NACRE (New Approaches to Consumer RESistance).</i> |
| 2007 | Master's degree in international industrial Strategies, Université Panthéon-Sorbonne - Paris 1, France |
| 2006 | Master's Degree in Consulting, Marketing Studies and Research, AE Gustave Eiffel in collaboration with ESCP Europe and École Centrale de Paris, Université Paris-Est Créteil Val de Marne (UPEC) - Paris 12, France |

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Academic experience and positions

- | | |
|-------------|---|
| Since 2024 | Associate Professor, ESSCA School of Management, France |
| 2021 - 2024 | Adjunct Lecturer, Ecole Polytechnique, France |
| 2021 - 2024 | Adjunct Lecturer, Telecom ParisTech, France |
| 2020 - 2024 | Associate Professor, Paris School of Business, France |
| 2015 - 2024 | Adjunct Lecturer, University Paris Dauphine-PSL, France |
| 2012 - 2020 | Assistant Professor, INSEEC, France |

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Academic experience and positions

- 2010 - 2012 Temporary Research and Teaching Assistant, Université Paris-Est Créteil Val de Marne (UPEC) - Paris 12, France
- 2007 - 2009 Adjunct Lecturer: ISC School of Management Paris, IUT Créteil-Vitry, Université Paris Est Créteil, Université Paris 2 Panthéon Assas

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Peer-reviewed Articles

- SALVADOR, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2025). Le zéro-déchet dans les restaurants étoilés : juxtapositions de logiques de justification entre chefs et clients. Forthcoming *Revue Française de Gestion*.
- EL EUCH MAALEJ, M. (2024). How Do Repeat Domestic Tourists Cope with Evolving Railway Stationscapes? A Marketing-Based Exploration Using Servicescape and Onboarding Concepts. *Journal of Travel Research*.
- REZAEI VESSAL, S., EL EUCH MAALEJ, M., PARTOUCHE-SEBBAN, J. and TOLEDANO, A. (2024). Multisensory healing: transformative service encounters in nonpharmacological therapies for cancer patients' well-being. *Journal of Services Marketing*, 38(8), pp. 1099-1113.
- JEANNOT, F., DAMPÉRAT, M., SALVADOR, M., EL EUCH MAALEJ, M. and JONGMANS, E. (2022). Toward a luxury restaurant renewal: Antecedents and consequences of digitalized gastronomy experiences. *Journal of Business Research*, 146, pp. 518-539.
- PAQUIER, M.C., DEPARIS, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2021). L'offre d'expériences multi-situationnelles en gare. *Revue d'Économie régionale et urbaine*, 2021(4), pp. 713-740.
- CHANDON, J.L., EL EUCH MAALEJ, M. and POUJOL, F. (2021). Experts' Viewpoints on Luxury Frontline Employees: What competencies to deliver service quality? *Journal of Marketing Trends*, 7(1).
- SALVADOR, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2020). L'expérience touristique mémorable : une approche par le produit alimentaire emblématique d'une région. *Management & Avenir*, 116(2), pp. 61-84.
- EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2018). Localised products: products that contribute to gastronomic luxury. *Journal of Marketing Trends*, 4(3), pp. 65-76.
- SALVADOR, M., EL EUCH MAALEJ, M. and FROCHOT, I. (2017). Le rôle de la restauration gastronomique dans la valorisation des produits alimentaires localisés. *Decisions Marketing*, 85(1), pp. 49-62.
- ROUX, D., EL EUCH MAALEJ, M. and BOYER, J. (2016). Les jugements critiques du luxe : une approche par la légitimité. *Decisions Marketing*, 82(2), pp. 33-52.
- EL EUCH MAALEJ, M. and ROUX, D. (2012). Répertoires de critiques et conflits des mondes: une approche conventionnaliste des programmes de fidélisation. *Recherche et Applications en Marketing*, 27(4), pp. 59-94.

Editorially-Reviewed Articles

- BIED-CHARRETON, D. and EL EUCH MAALEJ, M. (2012). Entretien : Gérer la résistance des consommateurs aux programmes de fidélisation. *Decisions Marketing*, 68(4), pp. 97-100.

Conference proceedings

EL EUCH MAALEJ, M., JEANNOT, F., JONGMANS, E., SALVADOR, M. and DAMPÉRAT, M. (2024). What processes and factors enable the growth of the full-service restaurant industry through click and collect? In: *Proceedings of the 23rd International Conference Marketing Trends 2024 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

EL EUCH MAALEJ, M., SALVADOR, M., CHANDON, J.L. and RAÏES, K. (2022). Construction de la marque personnelle à l'ère du digital : les stratégies des chefs étoilés sur Instagram. In: *Proceedings of the 21st International Conference Marketing Trends 2022 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2021). L'interdépendance produit/marque iconique : quel(s) rôle(s) dans le management et le développement d'une marque de luxe ? In: *Proceedings of the 20th International Conference Marketing Trends 2021 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

RAÏES, K., EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2020). Show me Your Recipe And I Will Show You Mine! Chefs Secrets to Engage Their Followers on Instagram. In: *Advances in Consumer Research Conference*. ACR Proceedings, pp. 318-319.

EL EUCH MAALEJ, M., SALVADOR, M., BENZI, M. and BEGUET, M. (2019). Timeless Luxury: What Drives the Purchase of Iconic Products? In: *Proceedings of the 18th International Conference Marketing Trends 2019 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2019). « # Wow! How Do Social Networks Transform the Haute Cuisine Service Experience? In: *Proceedings of the 18th International Conference Marketing Trends 2019 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2017). Les produits localisés : des produits au service du luxe gastronomique. In: *Proceedings of the International Conference Marketing Trends, Marketing of Luxury Industries Symposium*. Paris-Venice Marketing Trends Association.

SALVADOR, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2016). When the local meets excellence: the dish of starred restaurant, a form of prescription for local products. In: *Proceedings of the 15th International Conference Marketing Trends 2016 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

EL EUCH MAALEJ, M. and ROUX, D. (2011). When Rewards Backfire: Customer Resistance to Loyalty Programs. In: *Advances in Consumer Research Conference*. ACR Proceedings.

EL EUCH MAALEJ, M. and ROUX, D. (2011). Consumer resistance to joining loyalty programs: An exploratory approach. In: *European Advances in Consumer Research*. Proceedings - Association for Consumer Research, pp. 534-535.

Conference paper (with selection committee)

EL EUCH MAALEJ, M., CHANDON, J.L., RAÏES, K. and SALVADOR, M. (2025). What makes people like and comment on starred chef Instagram posts? In: 6th Monaco Symposium on Luxury. International University of Monaco.

EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2025). Les pratiques anti-gaspillage en restauration étoilée : un exemple avec l'étude des représentations mentales chez les individus de l'utilisation de bout en bout du produit. In: IMTC, Paris-Venice Marketing Trends Association. Isola di San Servolo, Venice.

PAQUIER, M.C., EL EUCH MAALEJ, M. and DEPARIS, M. (2024). Les stratégies d'onboarding déployées par les touristes domestiques réguliers dans les servicescapes évolutifs des gares. In: 24e Colloque Etienne Thil. Montpellier.

EL EUCH MAALEJ, M., RAÏES, K., SALVADOR, M. and CHANDON, J.L. (2024). Building Personal Brands on Instagram: The Case of Celebrity Chefs. In: 25th Academy of Marketing Science World Marketing Congress. Bel Ombre.

REZAE VESSAL, S. and EL EUCH MAALEJ, M. (2024). Améliorer la qualité de vie des patients atteints de cancer : exploration des ateliers immersifs multisensoriels et de leur impact holistique. In: 40e congrès international de l'AFM. Université Paris Dauphine – PSL.

SALVADOR, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2024). Le plaisir d'une chip de pelure de panais ou comment les actions anti-gaspillage dans les restaurants étoilés influencent l'expérience gastronomique des clients ? In: 11e conférence de l'Association Française de Management du Tourisme (AFMAT). Paris.

EL EUCH MAALEJ, M., SALVADOR, M., CHANDON, J.L. and RAÏES, K. (2023). Building a personal brand in the digital age: starred chefs' strategies on Instagram. In: International Conference on Customer Experience and Marketing. Paris.

EL EUCH MAALEJ, M., JEANNOT, F., SALVADOR, M., DAMPÉRAT, M. and JONGMANS, E. (2023). Post-pandemic : antecedents and consequence of restaurateurs' intentions to adopt click & collect offers. In: Digital Transformation Society Conference. Paris.

EL EUCH MAALEJ, M., JEANNOT, F., SALVADOR, M., DAMPÉRAT, M. and JONGMANS, E. (2023). Livraison à domicile d'une offre culinaire en zone urbaine et touristique : les restaurateurs sont-ils prêts ? In: 10e conférence de l'Association Française de Management du Tourisme (AFMAT). Universitat de Girona.

SALVADOR, M., EL EUCH MAALEJ, M. and PAQUIER (HUSSON), M.C. (2022). Embarquement immédiat en gastronomie en porte G » ou comment l'expérience gastronomique peut exister en contexte de temps contraint. In: 9e conférence de l'Association Francophone en Management du Tourisme (AFMAT). Angers.

JEANNOT, F., SALVADOR, M., EL EUCH MAALEJ, M. and JONGMANS, E. (2021). Tourisme à l'arrêt, pandémie et restaurants fermés : quand la livraison à domicile invite à repenser l'expérience gastronomique. In: 8e Conférence de l'Association Francophone en Management du Tourisme (AFMAT) avec l'Institut Paul Bocuse.

JEANNOT, F., DAMPÉRAT, M., SALVADOR, M., EL EUCH MAALEJ, M. and JONGMANS, E. (2021). Modeling Anticipated Phygital Experiences for At-Home Luxury Restaurants. In: 4th edition of the Monaco Symposium on Luxury. International University of Monaco.

EL EUCH MAALEJ, M. (2021). Exploring key characteristics of iconic luxury products. In: 4th edition of the Monaco Symposium on Luxury. International University of Monaco.

PAQUIER (HUSSON), M.C., EL EUCH MAALEJ, M. and DEPARIS, M. (2020). L'expérience vécue en gare par les voyageurs mobiquitaires : caractéristiques et dimensions. In: 23e colloque Etienne Thil. Paris.

RAÏES, K., EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2020). Show me Your Recipe and I Will Show You Mine! Chefs Secrets to Engage Their Followers on Instagram. In: Advances in Consumer Research Conference (ACR). Paris.

PAQUIER, M.C., DEPARIS, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2020). Rethinking the commercial space of Parisian railway stations: toward a hybrid ecosystem. In: Colloquium on European Research in Retailing (CERR).

SALVADOR, M., DELANNOY, A. and EL EUCH MAALEJ, M. (2020). Hospitalité dans le secteur hôtelier de luxe : le cadeau de bienvenue à l'épreuve de la satisfaction de l'expérience de service. In: 7e conférence de l'Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT). Montréal.

SALVADOR, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2019). L'expérience touristique mémorable : une approche par le produit alimentaire emblématique d'une région. In: 6e conférence de l'Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT). IAE de Perpignan.

EL EUCH MAALEJ, M. and GOMES, S. (2018). Open innovation : perception des consommateurs et pistes de développement de sa mise en œuvre opérationnelle. In: 16e édition du colloque de l'Association Tunisienne de Marketing (ATM). Hammamet.

CHANDON, J.L., EL EUCH MAALEJ, M. and POUJOL, F. (2018). When Luxury Considers Service Specificities: Unpacking Experts' and Academics' Viewpoints about the Role of Salespersons. In: Monaco Symposium on Luxury. Monaco.

EL EUCH MAALEJ, M. (2015). L'adhésion au programme de fidélisation : l'exploration du rôle du processus de captation observé dans le point de vente. In: 13e colloque international de l'Association Tunisienne de Marketing. Sfax.

EL EUCH MAALEJ, M. (2013). Challenging unquestioned conventions: a perspective from consumer critiques of loyalty programs. In: 7th EIASM Interpretive Consumer Research Workshop. Brussels.

EL EUCH MAALEJ, M. and ROUX, D. (2013). Challenging unquestioned conventions: a perspective from consumer critiques of loyalty programs. In: 7th EIASM Interpretive Consumer Research Workshop. Brussels.

EL EUCH MAALEJ, M. and ROUX, D. (2008). Résistance à l'entrée dans les programmes de fidélisation : une approche exploratoire. In: 13es journées de la Recherche Marketing de Bourgogne. Dijon.

Research / consulting reports

PAQUIER, M.C., DEPARIS, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2020). White Paper: In-station commerce, an ecosystem protected by its Leader Player. INSEEC Grande École:

EL EUCH MAALEJ, M. and SALVADOR, M. (2020). White Paper: Brands and COVID: Towards a New Era of Customer Experience through the Prism of Care. INSEEC Grande École:

Published Case Studies

ARDELET, C., EL EUCH MAALEJ, M. and MERIGOT, P. (2017). Elior and Contract Catering: Innovation in the Supply of Contract Catering Services to Care Homes for the Elderly. The Case Centre.

EL EUCH MAALEJ, M. and MERIGOT, P. (2016). Elior restauration : une offre de services en maison de retraite. M1907. Finaliste du Prix AFM-CCMP 2015. Paris. CCMP.

Presentation in a research seminar

EL EUCH MAALEJ, M. (2009). Consumer resistance against joining loyalty programs. In: PhD Seminar of the EMAC. Nantes.

EL EUCH MAALEJ, M. (2009). La résistance des consommateurs à l'entrée dans un programme de fidélisation. In: PhD Seminar of the AFM. London.

Invited in Academic Conferences

EL EUCH MAALEJ, M. and ROUX, D. (2015). Regimes of Critique and Conflicts of "Worlds": A Conventionalist Approach to Loyalty Programs. In: EMAC European Marketing Academy Conference.

Practice-oriented contributions

PAQUIER, M.C., EL EUCH MAALEJ, M. and DEPARIS, M. (2025). Face à la transformation des gares, quelles expériences-voyageurs offertes et vécues ? The Conversation, France.

DEPARIS, M., EL EUCH MAALEJ, M. and PAQUIER, M.C. (2025). Comment les touristes s'adaptent-ils aux transformations permanentes de leurs gares habituelles ? Paris: FNEGE Medias, France.

EL EUCH MAALEJ, M., JEANNOT, F. and SALVADOR, M. (2023). Expériences gastronomiques digitalisées : vers une meilleure compréhension des antécédents et des conséquences. Paris: FNEGE Medias, France.

JEANNOT, F., JONGMANS, E., SALVADOR, M., EL EUCH MAALEJ, M. and DAMPÉRAT, M. (2022). Quand la gastronomie en vient à se digitaliser.... The Conversation, France.

SALVADOR, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2021). Huîtres à Arcachon, flammekueche en Alsace... quand manger local devient une expérience mémorable. The Conversation, France.

SALVADOR, M. and EL EUCH MAALEJ, M. (2021). Huître d'Arcachon, Flammekueche et galette de sarrasin : comment le produit régional rend le voyage mémorable ? Paris: FNEGE Medias, France.

EL EUCH MAALEJ, M., FROCHOT, I. and SALVADOR, M. (2019). Grands chefs et produits alimentaires localisés, l'alliance trois étoiles. The Conversation, France.

RESEARCH ACTIVITIES

Editorial activities

Reviewer for an academic or professional publication

Since 2018 Ad-hoc reviewer, Journal of Business Research

Since 2018 Ad-hoc reviewer, Management International

Service to the academic discipline

Reviewing activities for an academic conference

Since 2024 Ad-hoc reviewer, AFM Conference, Association Française du Marketing (AFM), France

Since 2019 Ad-hoc reviewer Monaco Symposium on Luxury, International University of Monaco, Monaco

Membership in an academic association

Since 2023 Membership, Association Française du Marketing (AFM), France

Since 2017 Membership, Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT), France