



# Professeure associée Mariem EL EUCH MAALEJ

Département de rattachement: Marketing and  
Retailing

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

## INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Expérience client
- Parcours client
- Marque humaine, produit iconique et gestion de la marque
- Stratégies de communication

## DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Marketing et communication
- Études de Marché
- Comportement des consommateurs
- Gestion de la relation client

## FORMATION

*Diplôme le plus élevé :*

- |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2011 | Doctorat, Sciences de gestion, IAE Gustave Eiffel, IRG, Université Paris-Est Créteil Val de Marne (UPEC) - Paris 12, France<br><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, Sciences de gestion, Stratégies industrielles internationales, Université Panthéon-Sorbonne - Paris 1, France                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2006 | Master, Consulting, Études et recherches en marketing, AE Gustave Eiffel en collaboration avec ESCP Europe et École Centrale de Paris, Université Paris-Est Créteil Val de Marne (UPEC) - Paris 12, France                                                                                                                                                                |

## EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

### Vie et positions académiques

- |             |                                                          |
|-------------|----------------------------------------------------------|
| Depuis 2024 | Professeure associée, ESSCA School of Management, France |
| 2021 - 2024 | Chargée de cours, Ecole Polytechnique, France            |
| 2021 - 2024 | Chargée de cours, Telecom ParisTech, France              |
| 2020 - 2024 | Professeure associée, Paris School of Business, France   |
| 2015 - 2024 | Chargée de cours, Université Paris Dauphine-PSL, France  |
| 2012 - 2020 | Professeure assistante, INSEEC, France                   |

### Vie et positions académiques

- 2010 - 2012 Attachée temporaire d'enseignement et de recherche, Université Paris-Est Créteil Val de Marne (UPEC) - Paris 12, France
- 2007 - 2009 Chargée de cours : ISC School of Management Paris, IUT Créteil-Vitry, Université Paris Est Créteil, Université Paris 2 Panthéon Assas

## PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

---

### Articles évalués par les pairs

- SALVADOR, M. et EL EUCH MAALEJ, M. (2025). Le zéro-déchet dans les restaurants étoilés : juxtapositions de logiques de justification entre chefs et clients. à paraître *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. et 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. et 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. et 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. et POUJOL, F. (2021). Experts' Viewpoints on Luxury Frontline Employees: What competencies to deliver service quality? *Journal of Marketing Trends*, 7(1).
- SALVADOR, M. et 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. et 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. et 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. et BOYER, J. (2016). Les jugements critiques du luxe : une approche par la légitimité. *Decisions Marketing*, 82(2), pp. 33-52.
- EL EUCH MAALEJ, M. et 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.

### Articles revus par un comité éditorial

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

## Conférence proceedings

EL EUCH MAALEJ, M., JEANNOT, F., JONGMANS, E., SALVADOR, M. et DAMPÉRAT, M. (2024). What processes and factors enable the growth of the full-service restaurant industry through click and collect? Dans: *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. et RAÏES, K. (2022). Construction de la marque personnelle à l'ère du digital : les stratégies des chefs étoilés sur Instagram. Dans: *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. et SALVADOR, M. (2021). L'interdépendance produit/marque iconique : quel(s) rôle(s) dans le management et le développement d'une marque de luxe ? Dans: *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. et SALVADOR, M. (2020). Show me Your Recipe And I Will Show You Mine! Chefs Secrets to Engage Their Followers on Instagram. Dans: *Advances in Consumer Research Conference*. ACR Proceedings, pp. 318-319.

EL EUCH MAALEJ, M., SALVADOR, M., BENZI, M. et BEGUET, M. (2019). Timeless Luxury: What Drives the Purchase of Iconic Products? Dans: *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. et SALVADOR, M. (2019). « # Wow! How Do Social Networks Transform the Haute Cuisine Service Experience? Dans: *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. et SALVADOR, M. (2017). Les produits localisés : des produits au service du luxe gastronomique. Dans: *Proceedings of the International Conference Marketing Trends, Marketing of Luxury Industries Symposium*. Paris-Venice Marketing Trends Association.

SALVADOR, M. et EL EUCH MAALEJ, M. (2016). When the local meets excellence: the dish of starred restaurant, a form of prescription for local products. Dans: *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. et ROUX, D. (2011). When Rewards Backfire: Customer Resistance to Loyalty Programs. Dans: *Advances in Consumer Research Conference*. ACR Proceedings.

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

## Communications (conférences avec comité de sélection)

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

EL EUCH MAALEJ, M. et 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. Dans: IMTC, Paris-Venice Marketing Trends Association. Isola di San

Servolo, Venice.

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

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

REZAE VESSAL, S. et 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. Dans: 40e congrès international de l'AFM. Université Paris Dauphine – PSL.

SALVADOR, M. et 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 ? Dans: 11e conférence de l'Association Française de Management du Tourisme (AFMAT). Paris.

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

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

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

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

JEANNOT, F., SALVADOR, M., EL EUCH MAALEJ, M. et JONGMANS, E. (2021). Tourisme à l'arrêt, pandémie et restaurants fermés : quand la livraison à domicile invite à repenser l'expérience gastronomique. Dans: 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. et JONGMANS, E. (2021). Modeling Anticipated Phygital Experiences for At-Home Luxury Restaurants. Dans: 4th edition of the Monaco Symposium on Luxury. International University of Monaco.

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

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

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

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

in Retailing (CERR).

SALVADOR, M., DELANNOY, A. et 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. Dans: 7e conférence de l'Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT). Montréal.

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

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

CHANDON, J.L., EL EUCH MAALEJ, M. et POUJOL, F. (2018). When Luxury Considers Service Specificities: Unpacking Experts' and Academics' Viewpoints about the Role of Salespersons. Dans: 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. Dans: 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. Dans: 7th EIASM Interpretive Consumer Research Workshop. Brussels.

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

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

### **Rapports de recherche, rapports d'étude**

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

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

### **Etudes de cas**

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

### **Présentation dans un séminaire de recherche**

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

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

### **Invité dans une conférence académique**

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

### **Contributions intellectuelles orientées vers la pratique, diffusion des savoirs**

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

DEPARIS, M., EL EUCH MAALEJ, M. et 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. et 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. et DAMPÉRAT, M. (2022). Quand la gastronomie en vient à se digitaliser.... The Conversation, France.

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

SALVADOR, M. et 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. et SALVADOR, M. (2019). Grands chefs et produits alimentaires localisés, l'alliance trois étoiles. The Conversation, France.

## **ACTIVITÉS DE RECHERCHE**

---

### **Activités éditoriales**

#### **Évaluateur d'une publication académique / professionnelle**

Depuis 2018 Évaluateur ad-hoc, Journal of Business Research

Depuis 2018 Évaluateur ad-hoc, Management International

### **Service à la discipline**

#### **Travaux d'évaluation pour une conférence académique**

Depuis 2024 Évaluateur ad-hoc, AFM Conférence, Association Française du Marketing (AFM), France

Depuis 2019 Évaluateur ad-hoc, Monaco Symposium on Luxury, International University of Monaco, Monaco

#### **Membre adhérent à une association académique**

Depuis 2023 Adhésion professionnelle, Association Française du Marketing (AFM), France

Depuis 2017 Adhésion professionnelle, Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT), France