



---

**Mélanie OUVRY**

**GLOBALISATION Academy  
Lille**

---

**CV**

**Skills & Interests**

**Languages**

French (native)

English (operational)

**Expertise**

Consumption experience and value, loyalty, grocery shopping, advertising strategy

**Qualification**

Practice Academic

**Academic Degrees**

Doctorat Université Lille Nord de France (Lille 2), Lille, France, Sciences de Gestion (Marketing), 2013.

Master IAE Lille, Université de Lille 1, Lille, France, Master Recherche (DEA) de marketing, 2003.

Master ESC Lille, Lille, France, Marketing, 1997.

**Work Experience**

Faculty operational manager, SKEMA Business School (March, 2017 - Present), Lille Campus, France.

Head of Marketing Department, SKEMA Business School (September, 2012 - March, 2017), Lille Campus, France.

Director of MS in Communication Strategy & Management, SKEMA Business School (2007 - 2011), Lille Campus, France.

Assistant Director of MS in Communication Strategy & Management, ESC Lille (2003 - 2007), Lille Campus, France.

Guest speaker, ESC Lille (2000 - 2003), Lille campus, France.

Consultant in communication strategy, Publicis-Hourra! (1997 - 2001), Lille, France.

**INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS**

**Articles in Journals**

Ben Mimoun, M. S., Ouvry, M., Kolenc, C., & Ladwein, R. (2009). Une expérience de magasinage dans la Médina de Sousse: le cas des touristes européens. *Annales des Sciences Economiques et de Gestion*.

Ladwein, R., Kolenc, C., & Ouvry, M. (2008). Expérience de consommation télévisuelle et médiation sociale : le cas Star Academy. *Recherches et Applications en Marketing*, 23 (3), 71-92.

### **Articles in Proceedings**

Ben Mimoun, M., Ouvry, M., & Poncin, I. (2010). Beyond place sharing, the shopping experience of Tourists and Natives: the case of the Medina of Sousse. *Academy of Marketing Science Annual Conference*.

### **Chapters, Cases, Readings, Supplements**

OUVRY, M. & Ladwein, R. (2010). Représentations spatiales et aménagement d'un point de vente : un premier essai d'opérationnalisation de cartes cognitives. *Management et Cognition. Pilotage des organisations : questions de représentations* (pp. 261-296). France: Editions L'Harmattan.

Ladwein, R. & Ouvry, M. (2007). Entre recherche et production d'expérience : l'expérience vécue. *Marketing – Analyses et perspectives* (pp. 271-295). France: Editions Vuibert.

### **Conference Presentations**

OUVRY, M. & NICHOLSON, P. (2016, January). *Why do you shop at multiple grocery stores? Analysis of consumer experience and perceived value*. International Marketing Trends Conference, Venice, Italy.

Ouvry, M. (2015, July). *Why consumers shop at multiple grocery stores: analysis of consumer experience and value*. EIRASS Conference, Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science, Montreal, Canada.

Ben Mimoun, S., Ouvry, M., & Poncin, I. (2010). *Au-delà du partage du lieu, l'expérience de magasinage des touristes et des autochtones : le cas de la Medina de Sousse*. AMS Academy of Marketing Science Conference, Lille, France.

OUVRY, M. (2010). *Ce que vos clients connaissent réellement de votre magasin*. Institut Français du Merchandising, Journée Débat & Décisions IFM « La promotion : peut-on encore innover ? », Paris, France.

OUVRY, M. (2010). *La dimension cognitive et son application aux études marketing point de vente*. Union des Annonceurs, Atelier « Efficacité et pilotage du marketing point de vente », Paris, France.

Ben Mimoun, M., Ouvry, M., & Poncin, I. (2010, July). *Beyond place sharing, the shopping experience of Tourists and Natives: the case of the Medina of Sousse*. Academy of Marketing Science Annual Conference, Lille, France.

Ben Mimoun, S., Ouvry, M., Kolenc, C., & Ladwein, R. (2008). *Une expérience de magasinage dans la Médina de Sousse : le cas des touristes européens*. Actes du 24ème Congrès International de l'Association Française du Marketing, Paris, France.

OUVRY, M. & Ladwein, R. (2008). *Représentations spatiales et aménagement d'un point de vente : un premier essai d'opérationnalisation de cartes cognitives*. Actes du 24ème Congrès International de l'Association Française du Marketing, Paris, France.

OUVRY, M., Ben Mimoun, S., Kolenc, C., & Ladwein, R. (2008). *Une expérience de magasinage dans la Médina de Sousse : le cas des touristes européens*. Actes des 7èmes Journées Normandes de Recherches sur la Consommation, Rouen, France.

Ladwein, R., Kolenc, C., & Ouvry, M. (2007). *Expérience de consommation télévisuelle et génération de lien social : le cas Star Academy*. Actes du 23ème Congrès de l'Association Française du Marketing, Aix-les-Bains, France.

OUVRY, M., Ben Mimoun, S., & Kolenc, C. (2007). *Emotions et valeur du magasinage dans la relation foule perçue-satisfaction : une comparaison entre 'souk' hebdomadaire et grande surface alimentaire en Tunisie*. Actes du 5ème Colloque International de la Recherche en Marketing, Hammamet, Tunisia.

OUVRY, M., Ben Mimoun, S., Kolenc, C., & Ladwein, R. (2007). *La relation foule perçue-satisfaction : une comparaison entre commerces traditionnel et moderne en Tunisie*. Actes du 23ème Congrès de l'Association Française du Marketing, Aix-les-Bains, France.

OUVRY, M. & Ladwein, R. (2006). *Pour une approche raisonnée de l'expérience de consommation*. 4ème Congrès de l'Association Tunisienne de Marketing, Tunis, Tunisia.

OUVRY, M., Kolenc, C., & Ouvry, M. (2006). *Télé-réalité et expérience de consommation : une approche exploratoire du phénomène Star Academy*. 11èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, France.

OUVRY, M. & Ladwein, R. (2006). *Expérience vécue et représentations*. 11èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, France.

OUVRY, M. & Ladwein, R. (2006). *Entre recherche et production d'expérience dans les environnements commerçants : l'expérience vécue*. Colloque Etienne Thil, La Rochelle, France.

**Other Research**

2016: OUVRY, M., FELIX, M., & NICHOLSON, P., *Innovation pédagogique cours PGE L3 compréhension du consommateur et de l'acheteur*. [Teaching and Learning Scholarship]

**Professional Memberships**

AFM (Marketing French Association), NC

MERCUR (Skema Marketing Research Center), NC