

Vessélina TOSSAN  
mariée, 3 grands enfants  
54 rue Magenta 92600 Asnières, [vesselina.tossan@wanadoo.fr](mailto:vesselina.tossan@wanadoo.fr)  
tel : 06 11 18 24 47

**20 ans d'expérience en entreprises internationales, dont 18 en fonctions marketing,  
et depuis janvier 2013, maître de conférences au Conservatoire National des Arts et Métiers  
(spécialités : marketing et management)**

---

---

## DIPLOMES ET FORMATION

---

---

**Sept 2000 à Novembre 2003** : Doctorat es Sciences de Gestion, mention très honorable, sous la direction de Jean-Claude Moisdon et Thierry Weil, Centre de Gestion Scientifique de l'Ecole des Mines de Paris

*Intitulé de la thèse* : L'action d'un service central Innovation dans un Groupe de services décentralisé : le cas Suez. Quelle instrumentation sous-jacente ?, 497p.

Thèse réalisée en contrat CIFRE à la Direction de la Technologie et de l'Innovation du Groupe Suez. Un des apports de la thèse a été la réalisation et le déploiement d'un guide d'auto-évaluation des pratiques de management de l'innovation dans différentes centres d'affaires du Groupe, ainsi que la compréhension, à travers analyse de la littérature et de nombreuses interviews, des pratiques de management de l'innovation au sein de différents grands groupes français. L'action d'un service central a été définie autour de 4 axes: 1) les relations extérieures, 2) l'information à la direction générale du Groupe, 3) l'action directe, 4) la stimulation de l'innovation à travers 3 piliers, animation de réseaux internes, stimulation économique et action politique et symbolique de diffusion d'une culture de l'innovation

**Septembre 1999 à Juin 2000**: DEA marketing et stratégie, Université Paris IX-Dauphine, mémoire de DEA : Etat des lieux critique du pilotage de l'innovation chez Suez Lyonnaise des Eaux, sous la direction du Pr Pierre Romelaer

**Sept 1979- Juin 1982** : HEC (Ecole des Hautes Etudes Commerciales), Jouy en Josas , majeure : Affaires Internationales

**Sept 1978-Juin 1979** : classe préparatoire HEC, lycée Henri IV, Paris

---

---

## ACTIVITES D'ENSEIGNEMENT

---

---

**Cnam Paris, janvier 2013 à ce jour** : maître de conférences en sciences de gestion, enseignement des cours : MSE 146 Principes et outils généraux du management en M1 (54 heures/an ) ; US1823 Marketing management stratégique en M1 et M2, de jour, du soir et à distance (56h/an) ; US172P Principles of marketing en M1 (36 h) en présentiel et à distance, « Marketing management, an international perspective » en Executive MBA General Manager (70h/h) format hybride, « Stratégie d'internationalisation » en M2 au CFA du cnam (33h), Marketing en M2 cursus ingénieurs (50 h)

J'ai participé au lancement du MBA General Manager en mode hybride (=à distance et en présentiel) et en ai été responsable académique jusqu'à sa fusion avec les deux autres modalités (temps partiel ou plein temps, présentiel)

J'ai enseigné le marketing à travers des cas pédagogiques en anglais à la Bucarest Business School (un week-end, une fois par an depuis 2013), accompagné les étudiants de MBA de France en voyage découverte en Roumanie avec présentation d'entreprises et soutenances de leurs analyses..

J'ai dirigé plusieurs mémoires de Master et de MBA, parmi ceux qui m'ont le plus marquée ou les derniers en date : « To takeover a company that brands and manufactures umbrellas. Elaboration of the recovery plan » (MBA), « Séniors actifs » (MBA), « Publishing Industry: Is Vuibert able to meet the needs of today's students? » (MBA), « S'adapter à l'évolution rapide du marché et dynamiser notre politique marketing » (M2 Marketing et Distribution), « Evolution des business models des industries pharmaceutiques, le cas Takeda, quelles conséquences sur la promotion des médicaments en France ? » (M2 Marketing et Distribution)

**Université de Haute Alsace, Faculté de Sciences Economiques Sociales et Juridiques de Mulhouse, septembre 2010 à janvier 2013** : maître de conférences, co-responsable du Master Management Interculturel et Affaires Internationales, a enseigné les bases du marketing (30h), psychologie et management (30h), organisation et management (30h), le marketing international (30h), les ressources humaines à l'international(15h), est intervenue en Marketing International à l'University of Applied Sciences de Munich avec laquelle notre Master avait un partenariat (nos étudiants du Master collaboraient avec les étudiants ingénieurs de cette université sur différents thèmes pour appréhender le management interculturel franco-allemand).

**EDC Paris Business School, septembre 2004 à ce jour** : d'abord professeur permanent à quatre jours par semaine et 200h/an (2004 à 2010), ayant enseigné le marketing, la stratégie d'entreprise et responsable de la spécialisation marketing de 2004 à 2008 puis du Tronc Commun marketing de la Grande Ecole , puis depuis septembre 2013, enseignement (Retail and Cross channel devenu Marketing Distribution networks 18h, études de marché 21h, marketing international 21h), direction de mémoires de fin d'études, parmi les derniers « Digitaliser la gestion de la relation client afin d'augmenter la performance commerciale », « Analyse d'un processus d'internationalisation e-commerce et magasin tout en maintenant une place de leader dans son marché : Le Cas Courir »

**Vacations à HEC Paris**, (Management de l'Innovation 30h en 2004-2005) **ESSEC** (management stratégique de l'innovation et CPI (2005-2009), **ESCP Paris** (Psychologie et Management 30h, Organisation et Management 30h) de 2004 à 2010, **ISC Paris Business School** (2004-2010), Ecole de Management Léonard de Vinci (2000 à 2003 puis 2006- 2007).

---

---

## PUBLICATIONS ACADEMIQUES

---

---

Yang I., Tossan V., Law F. (2021) "French leadership: exploring organizational leadership in French contexts", European Journal of Work and Organizational psychology <https://www.tandfonline.com/eprint/CTVA837KQDXMMPM7IH9U/full?target=10.1080/1359432X.2021.1937995>

Shahidi N., Tossan V., Cacho-Elizondo S. (2021), Cross-Cultural Effects in Adoption Patterns of a Mobile Coaching Service for Studies: A Comparison Between France and Mexico, *Journal of Global Information Management* Volume 29, Issue 6

Pike S., Kotsi F., Tossan V. (2018) Stopover destination image: A comparison of salient attributes elicited from French and Australian travelers, *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 160-165

Simon F., Tossan V. (2018) Does brand-consumer social sharing matter ? A relational framework of customer engagement to brand-hosted social media, *Journal of Business Research* 85 175-184

Cacho-Elizondo S., Shahidi N., Tossan V. (2018) Assessment of a mobile Educational Coaching App: Exploring Adoption Patterns and Barriers in France, Silvia Cacho-Elizondo, Niousha Shahidi, Vesséline Tossan, *International Journal of Technology and Human Interaction* (2018), Volume 14, Issue 1

Schuster L., Tossan V. and Drennan J. (2017) Consumer Acceptance of Health Services: A Comparison of Behavioral Intention Models, *Services Marketing Quarterly*, Volume 38, Number 2, 115-128, <https://doi.org/10.1080/15332969.2017.1289791>

Simon F., Tossan V., Connan Guesquière C. (2015), The relative impact of gratitude and transactional satisfaction on post-complaint consumer response, *Marketing Letters*, Dec 6, 26:153–164 DOI 10.1007/s11002-013-9271-0

Julien Masson, Vesséline Tossan, Wedian Abbas, Dominique Adolphe, Laurence Schacher (2015), La marque ou une mention innovante permet-elle de compenser l'impossibilité de toucher le produit par les consommateurs? , *Revue Française du Marketing*, N° 253, p.61-73

Tossan V., Chebbi H. (2014) Le système de croyances des étudiants au sujet de leurs intentions entrepreneuriales : apport de la cartographie cognitive, *Revue Management et Avenir*, Issue 68, p.32-53

Cacho-Elizondo S., Shahidi N., Tossan V. (2013) Intention to Adopt a Text Message–Based mobile Coaching Service to Help Stop Smoking: Which Explanatory Variables, *International Journal of Technology & Human Interaction: Special Issue on Mobility and Human Interaction*, Volume 9, issue 4

Tossan V. et Chebbi H. (2014) «Le système de croyances des étudiants au sujet de leurs intentions entrepreneuriales : apport de la cartographie cognitive » *Revue Management et Avenir*, Issue 68, p.32-53

Andrews L., Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V. (2013), “Consumer Acceptance of an SMS-based Smoking Cessation Program: A Multi Country Study”, *Health Marketing Quarterly*, vol. 30, n°1

Tossan V. (2008) “Manager l'innovation dans un grand groupe par l'autoévaluation des centres de profit », *Décisions Marketing*, n°51 Juillet-Septembre

### **Communications à des colloques internationaux**

Shahidi N., Cacho-Elizondo S., Tossan V. (2019) Technology-based Services enhancing Students' Learning Experiences: A Cross-Cultural Assessment of Key factors explaining Adoption Patterns of an Educational Coaching App, R&D Management Conference, Bridging Research, Industry and Society, Ecole Polytechnique, HEC Paris, June 17-21

- Cacho-Elizondo S., Shahidi N. and Tossan V. (2016) Educational Mobile Coaching: Exploring Adoption Patterns and Barriers, 15<sup>th</sup> International Conference Marketing Trends, Venise 19-21 Janvier
- Tossan V. and Williams E. (2015) Leadership style and influences: a comparison of women entrepreneurs in the United States and France, Colloque Women in Top Management Teams, Trends and Future Challenges, , June 19, 2015, Paris 1 La Sorbonne
- Williams E., Etzol P., Tossan V., Sheffield R. (2014) Words Matter: Recognizing the Power of Gendered Language in Entrepreneurship The 5th George Washington University Global Entrepreneurship Research and Policy Conference, Washington DC, USA
- Williams E., Etzol P., Tossan V., Sheffield R. (2014), The cognitive and affective dimensions of gendered language in entrepreneurship, International Council For Small Businesses, Dublin, Ireland, 11-14 June
- Simon F., Connan Ghesquière C., Tossan V. (2013), Contribution of gratitude to satisfaction models for complaining customers, customer empowerment, 10-11 Janvier, Karlsruhe, Allemagne
- Mercanti-Guérin M., Tossan V. (2012), Quand le Web redécouvre une frontière oubliée : les sites marchands « Made in France », FNEGE Etats Généraux du Management, Strasbourg, 11 octobre
- Wedian Abbas W., Schacher L. , Adolphe D., Tossan V., Masson J. (2012) A study of tailor ability of textile products, AUTEX, 13-15 june, Zadar, Croatia
- Cacho-Elizondo S., Shahidi N. and Tossan V. (2012) A study of Mobile Coaching Services to support Smoking Cessation Initiatives, 11<sup>th</sup> International Conference Marketing Trends, Venise, 19-21 janvier
- Andrews L., Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V. (2011) Un estudio intercultural sobre la adopcion de un servicio de e-salud: El caso de un servicio de acompañamiento para dejar de fumar en Australia, Francia y México, 10th International Conference Marketing Trends, Paris, 20-22 janvier
- Andrews L., Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V. (2010) Examining the Gendered Aspects of Consumer Acceptance of an SMS-Assisted Smoking Cessation Program, Conference of Health Marketing, Brisbane, Australia, July 15<sup>th</sup>
- Andrews L, Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V. (2010) Using TAM to examine Consumer Acceptance of a Mobile Phone Assisted Smoking Cessation Program in Australia, *EMAC (European Marketing Association Conference)*, Copenhagen, juin 1er
- Chebbi H., Tossan V. (2010) Les systèmes de croyances des étudiants autour de leurs intentions entrepreneuriales (2010), colloque OCRE-EDC Paris Business School, Sousse, Tunisie, 13-15 mai
- Cacho-Elizondo S., Shahidi N. et Tossan V. (2010) Les attitudes envers les services d'accompagnement mobiles en France : le cas du coaching à distance pour le sevrage tabagique, *9th International Conference Marketing Trends*, Venise, 21-23 janvier
- Cacho-Elizondo S. and Tossan V. (2008) Young adults' attitudes towards SMS and MMS coaching services for tobacco cessation initiatives in France: an exploratory study, *EMAC (European Marketing Association Conference)*, Brighton, UK, 28 mai-1 Juin

## **Communications à des colloques nationaux à comités de lecture**

Cacho-Elizondo S. et Tossan V. (2008) Aider une PME à développer un service innovant de coaching par sms pour accompagner le sevrage du tabac : une étude exploratoire en France, *Colloque EDC Entrepreneuriat et Développement Durable*, Paris, juin

Tossan V. (2007) Innovation et développement durable : opportunités et contraintes, Colloque Entrepreneuriat et Développement Durable, EDC-SIFE Paris, juin

## **Chapitres d'ouvrages**

Giving Up Smoking Using Messages on Your Mobile Phone (chap 4, p.71) in *Human Behavior Psychology and Social Interaction in the Digital Era (2015)* by A. Mesquita and Chia-Wen Tsai, Information Science Reference, an Input of IGI Global

What will Entail Adoption of a Mobile Coaching Service (chap 21, p.455) in *Handbook of Research on the Evolution of IT and the Rise of E-Society (2019)*, IGI Global

## **Cas Pédagogiques publiés par la CCMP :**

TOO GOOD TO GO, Comment développer l'usage de cette application par les jeunes (2020) ; RENAULT FRANCE, Marketing digital INBOUND and OUTBOUND (2020) ; GRDF, l'innovation au service de la transition énergétique (2019) ; SPA à la conquête des jeunes donateurs, étude quantitative (2018) ; Armani, quelle stratégie pour relancer la croissance d'un groupe de luxe italien ? (2017) ; L'Occitane en Provence, un nouveau défi pour la relation client (2017) ; Simone Pérèle, les dessous du digital (2017) ; Michel et Augustin, diagnostic de la marque et développement (2016) ; Pavés de poisson Petit Navire : innovation au rayon des conserves de poisson (2014), Nivea Bath Care diagnostic et plan marketing (2006),

## **Modules online**

Le brainstorming (2004) édité par la société Crossknowledge

SPOC TOURNE POUR LE MEDEF (2016) AU SEIN DU CNAM : INTERNATIONALISATION ET APPROCHE INTERCULTURELLE

COURS DE MARKETING INTERNATIONAL EN ANGLAIS POUR LE MBA DU CNAM (2016)

**Groupe Suez, Direction Technologie et Innovation, Paris Septembre 2000 à septembre 2003** : chargée de mission innovation, dans le cadre d'un contrat CIFRE, la mission consistait à définir la création de valeur d'innovations primées du Groupe dans le cadre des Trophées de l'Innovation, de promouvoir l'innovation au sein du Groupe et de recommander des améliorations. J'ai mis en place le Trophée de la Création de Valeur et un outil d'auto-évaluation du management de l'innovation par les responsables des centres de profit du groupe qui a été déployé dans 36 centres de profit et a donné lieu à la publication d'un article académique dans Décisions Marketing N°51 en 2008.

**Brossard France, Direction marketing, Novembre 1997 à mars 1999** : chef de groupe, chargée du développement de deux nouveaux produits pâtisseries, l'un était un gâteau individuel pour les 6-12 ans dans un cadre européen, l'autre des pâtisseries fraîches à la marque Brossard Le Notre. Brossard appartenant à l'époque au groupe Sara Lee.

**Elida Gibbs, France, Groupe Unilever, Direction des achats Janvier 1996 à juin 1996** : mission d'interim de 6 mois aux achats de packaging des produits capillaires

**Tyco Toys, Direction marketing Avril 1993 à juin 1994** : directrice du marketing des jouets pour filles et des jeux artistiques. Lance et gère de nouvelles gammes comme Professeur Horribilus, la poupée mannequin Petite Sirène, les jeux artistiques Magic Création en développant les actions publi-promotionnelles correspondantes. Sélectionne des nouveaux produits auprès de Tyco Toys USA, élabore le catalogue et les campagnes de publicité.

**Bayard Presse, au sein de Bayard Presse Jeune Octobre 1992 à mars 1993** : Directrice commerciale des magazines Phosphore et Talents. Organise le lancement commercial du magazine étudiant TALENTS (publipostage, affiches, spots radio, conférence de presse) et le soutien des premières ventes. Malheureusement le succès n'était pas au rendez-vous et j'ai préféré rejoindre une société de jouets.

**Mattel France, Direction marketing Avril 1988 à octobre 1992** : Chef de groupe "jouets filles ». Gère la marque **Barbie** dont le chiffre d'affaires a doublé pendant la période : sélection des produits à commercialiser en France auprès de Mattel Inc., films publicitaires, briefs média, animation du club Barbie. Lance **Polly Pocket**, une gamme de jeux de société, des grandes poupées (Miss Make up, Magic Nursery). Organise des conventions pour la force de vente (20 personnes) et les clients grossistes, détaillants et grandes surfaces, participe à la création du stand de Mattel, un des plus gros stands du Salon du Jouet.

**Segma, Liebig Maille (Groupe Danone), Direction marketing Sept 1987 à Janv 1988** : chef de produit moutarde et vinaigrette Maille, développement d'un verre décoré Tom et Jerry qui s'est très bien vendu et d'une nouvelle communication télévision + affichage.

**La Française de Soins et Parfums (Groupe Unilever), Direction marketing Mai 1985 à Juillet 1987** : Assistante puis chef de produit. Gère la marque **Rexona** (développement d'une nouvelle variété Sport, de promotions en magasin, d'une nouvelle signature publicitaire axée sur la fraîcheur). Gère les marques Clear, Ultrex (shampoings), Audace (Eau de toilette), Clearblue (test de grossesse), Développe de deux nouveaux projets d'hygiène beauté.

**Procter et Gamble France, Direction Achat Avril 1983 à avril 1985** : Acheteur de matières premières aromatiques. Négocie des achats de 500 matières premières auprès de 100 fournisseurs internationaux. Réalise des économies de 30% sur les 2 ans, approvisionne 3 usines.