



Nom : Mugel

Prénom : Ophélie

Adresse professionnelle : FERRANDI Paris, 28 rue de l'Abbé Grégoire 75279 Paris cedex 06

N° de téléphone professionnel : 01-49-54-17-11

N° de téléphone personnel : 06-86-42-77-94

Email professionnel : omugel@ferrandi-paris.fr

Email personnel : opheliemugel@gmail.com

Nationalité : Française

Discipline de recherche : Marketing et Analyse du comportement du consommateur

- Thématiques de recherche : Marketing culinaire et alimentaire, Expérience de consommation alimentaire, Consommateur vulnérable, Bien-être et satisfaction clientèle, Méthodologie qualitative avancée.

Enseignement : Marketing, Comportement du consommateur.

Pédagogie : Learning-by-doing, Pédagogie par projet, Blackboard.

Parcours professionnel :

-**Depuis 2018** : Enseignant chercheur, FERRANDI Paris.

-**Avant 2018** : Cadre de recherche universitaire de la Chaire SDSC, Ingénieur de Recherche ANR DIACODD.

Formation et diplômes :

- Doctorat ès Sciences de Gestion, Université Paris Est, spécialisation Marketing.

- Master Géographie appliquée à l'Alimentation et aux Cultures Alimentaires, Université Sorbonne Paris 4, Mention très bien.

- Master Recherche en Anthropologie - Dynamique des cultures et des sociétés. Université Lyon 2, Mention bien.

Titres et distinctions :

- « 2020 ACR Best Film Festival Award »

- Qualification comme Maître de Conférences par le Conseil National des Universités

- Doctorat ès Sciences de Gestion

Langues Pratiquées :

- Français (langue maternelle)

- Anglais (lu, écrit)

Activités scientifiques et de recherche :

- **Chargée de mission audiovisuel** : Association Française du Marketing.

- **Lectrice-Evaluatrice** : *Décisions Marketing, Recherche et Applications en Marketing, Journal of Refugee Studies.*

- **Membre de Comités scientifiques et d'organisation** : Colloque « Accès à l'alimentation », Journée d'étude Hospitality, Workshop Hosted, EURAM, Journée Ethique et Marketing.

Articles :

- MUGEL, O., GURVIEZ, P. & DECROP, A. (2019). Eudaimonia around the kitchen: A Hermeneutic Approach to Understanding Food Well-Being in Consumers' Lived Experiences. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(2), 280-295. (HCERES Rang A).
- LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2017). Compréhension des mécanismes de construction des stratégies de développement durable des distributeurs indépendants: Une étude qualitative. *Revue de l'Organisation Responsable*, n°1, 34-52. (HCERES Rang C).
- LOMBARDOT, E. & MUGEL, O. (2017). Proposition d'un modèle explicative de l'écart entre intention et comportement responsable en contexte d'achat alimentaire. *Revue de l'Organisation Responsable*, n°1, 17-33. (HCERES Rang C).
- GURVIEZ, P. & MUGEL, O. (2016). L'influence de l'orientation motivationnelle sur les représentations et les choix alimentaires. *Cahier de Nutrition et de Diététique*, 51, 5, 259-267.

Colloques :

- GURVIEZ, P. & MUGEL, O. (2022). Eating behaviour change and food well-being improvement with a food app: A pilot study with vulnerable consumers, IMTC, Rome, 20 janvier.
- MUGEL, O., DYEN, M. et HEMAR-NICOLAS, V. (2021). Food well-being at the time of Covid-19: The use of coping strategies rooted in caring for low socio-economic status families, ACR Conference, 28 octobre, Seattle (en ligne).
- MUGEL, O., DYEN, M. et HEMAR-NICOLAS, V. (2021). Le bien-être alimentaire des familles vulnérables à l'épreuve de la Covid 19 : des stratégies de coping ancrées dans le *care*, Conférence CARE, 1^{er} juillet, Université de Lille.
- MUGEL, O., DYEN, M. et HEMAR-NICOLAS, V. (2021). Les contributions des acteurs du territoire à l'amélioration du bien-être alimentaire des familles vulnérables pendant le confinement du printemps 2020. Colloque Attractivité des territoires, 11 juin, Fontainebleau.
- MUGEL, O. (2021). Digne de recevoir : une immersion dans l'expérience gastronomique du Refettorio Paris. Congrès de l'AFM, 19 mai, Angers (en ligne).
- GURVIEZ, P., MUGEL, O. & SEITRE, M. (2021). Unfolding food literacy to improve food well-being: An exploratory study of the roles of the food app Yuka for modest to vulnerable families. EMAC Conference (AFM Special Session), 25-28 mai (en ligne).
- MUGEL, O. (2020). Dignity as a Gift: an Immersion in the Gastronomic Experience at Refettorio Paris. Association for Consumer Research (ACR) Conference, 1-3 octobre, Paris (en ligne).
- BREGEON DE SAINT QUENTIN, V. & MUGEL, O. (2018). "From culinary phantasm to eudaimonic well-being: exploring the experience of amateur cooking class". Association for Consumer Research (ACR) Conference, 12 octobre, Dallas.
- MUGEL, O. & GURVIEZ, P. (2018). *The Role of Mindfulness in Consumers' Experiences of Food Well-Being*. Academy of Marketing Science Conference, 28 juin, Porto.
- BREGEON DE SAINT QUENTIN, V. & MUGEL, O. (2017). *Entre culinarité théâtrale et bien-être eudémonique : exploration de l'expérience du cours de cuisine en amateur* (recherche vidéographique). Journée du Marketing du Grand Est, 22 mars, Mons.
- MUGEL, O. & GURVIEZ, P. (2017). *Proposition d'un cadre conceptuel du bien-être alimentaire émotionnel*. Journée du Marketing Agroalimentaire, 22 septembre, Montpellier.
- MUGEL, O. (2017). *Enrichir la compréhension du bien-être alimentaire du point de vue du consommateur*. Colloque doctoral de l'AFM, 16 mai, Orléans.
- MUGEL, O. & GURVIEZ, P. (2016). *Understanding food well-being through flow contribution*, French – Austrian – German Workshop. 30 mars, Vienne.
- LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2016). *Understanding food waste and consumer behavior through the social representations theory*. Academy of Marketing Science Conference, 22 juillet, Paris.
- LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2016). *Food waste and consumption : consumer representations and consequences for their behaviour*. EURAM Congress, 2 juin, Créteil.
- MUGEL, O. (2015). *Le bien-être dans la consommation alimentaire: une revue de la littérature*. 14^{ème} Journées Normandes de la Recherche sur la Consommation, 28 novembre, Angers.
- LOMBARDOT, E. & MUGEL, O. (2015), *Proposition d'un modèle explicatif de l'écart entre intention et comportement de consommer responsable intégrant les facteurs situationnels, une étude appliquée à l'alimentation*. 10^{ème} journée du Marketing Agroalimentaire, 25 septembre, Montpellier.

- LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2015). "Sustainable development strategies in retailing : proposal of a framework. The case of French Independant Retailers". EIRASS Congress, 27 juillet, Montréal.
 - LAVORATA, L., MUGEL, O. (2015), CROIZEAN, J.P. & ALLANO M. (2015). "Stratégie délibérée ou émergente, utilitariste ou durable: quelles stratégies de développement durable pour les distributeurs?". Congrès de l'AFM, 22 mai, Marrakech.
 - LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2014). *Analyse des stratégies des distributeurs indépendants à travers le prisme de l'écosystème d'affaires*. 17ème Colloque Etienne THIL, 17 octobre, Paris.
-

Ouvrages :

- MUGEL, O. (2019), "Le bien-être alimentaire: dépasser les attentes de vos clients", In Brégeon de Saint Quentin et Lemerrier, *Le Grand Livre du Marketing Culinaire*, Paris, Dunod, 254-257.
- LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2018), "Consumers and Food Waste in France" In eds. Lavorata L. et Sparks L., *Food Retailing and Sustainable Development: European Perspectives*, Emerald Publishing Limited.
- MUGEL, O. (2016), "Consommation responsable et bien-être alimentaire" In *Marketing et Développement durable: du distributeur au consommateur*, Editions Economica.
- LAVORATA, L., MUGEL, O., CROIZEAN, J.P. & ALLANO, M. (2016), "Stratégie délibérée ou émergente, utilitariste ou durable?" In *Marketing et Développement durable: du distributeur au consommateur*, Editions Economica.
- LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2016), "Discours et pratiques des distributeurs indépendants" In *Marketing et Développement durable: du distributeur au consommateur*, Editions Economica.
- LAVORATA, L. & MUGEL, O. (2016), "Les consommateurs face au gaspillage alimentaire" In *Marketing et Développement durable: du distributeur au consommateur*, Editions Economica.

Thèse de doctorat

- MUGEL, O. (2018). « *Le bien-être alimentaire : une recherche interprétative à partir du souvenir de l'expérience du consommateur* ». Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction des Pr. GURVIEZ et LAVORATA. Soutenue publiquement le 10 décembre.