

### Marie-Catherine Paquier - Chercheure associée

#### Thématiques de recherche

Expérience d'achat et spiritualité  
Ecosystème communautaire  
Innovation et Intelligence collective  
Storytelling, silence et communication  
Ecologie intégrale  
Consommation dans les lieux de mobilité et de transit

Contactez Marie-Catherine Paquier

[marie-catherine.paquier@ebs-paris.com](mailto:marie-catherine.paquier@ebs-paris.com)

#### Parcours de Marie-Catherine Paquier



Après une Maîtrise en Sciences de Gestion de Paris IX Dauphine en 1986, MC Paquier a exercé des fonctions commerciales et marketing dans le secteur des services (agence conseil en développement commercial, imprimerie et chaîne graphique) pendant 10 ans, avant de devenir enseignante en gestion et marketing. Après plusieurs d'années d'enseignement dans de Grandes Ecoles de Commerce, MC Paquier a souhaité valoriser son expérience et valider le renforcement de ses compétences académiques. A cet effet, après avoir validé un Master Professionnel en Administration des Entreprises à l'Université Picardie Jules Verne en 2001, elle a obtenu un Master Recherche en 2011, puis défendu sa thèse de Doctorat en 2015 au sein du LIRSA CNAM-Paris sous la direction du Professeur Morin-Delerm. Son expertise porte

essentiellement sur l'activité commerciale et marketing des monastères, ainsi que sur leurs pratiques d'innovation. Elle élargit depuis peu ses recherches aux liens entre monastères et chocolat, ainsi qu'au phénomène de transformation commerciale de lieux initialement non marchands comme les lieux spirituels, culturels et lieux de transit.

Consulter son [CV complet](#)

## Sélection des publications marquantes ou récentes

Paquier, M.C. (2019), The monastic product's biography, a sacralization wave, *Journal of Management, Spirituality and Management*, Vol 16, n°1, pp. 76-108 (ABS 4)

Morin-Delerm, S. et Paquier, M.C. (2017), Innover pour rester fidèle à la tradition - Le marketing de l'écosystème monastique français, *Gestion 2000*, Vol 34 N°5, pp. 293-313 (FNEGE 4, CNRS 4)

Paquier M.C. et Morin-Delerm S. (2016), Le contexte, un amplificateur d'expérience : le cas de l'achat de produits monastiques en points de vente religieux. *Décisions Marketing*, N°81, pp. 9-26 (FNEGE 3, CNRS 3).

Paquier M.C. (2015), Buying monastic products, gift or purchase? *Journal of Management, Spirituality and Religion*, vol.12, n° 3, pp. 257-286 (ABS 4).

Paquier M.C. (2015), Se développer sans perdre son âme : le cas des communautés monastiques, in *Objectif Business Development*, De Géry C. et Brunet M'Bapé A., EMS, Paris, pp. 102-108.

[Revenir à la liste des membres](#)



<https://lirsa.cnam.fr/le-laboratoire/membres/marie-catherine-paquier-chercheure-associee-1074966.kjsp?RH=1337076>