



PERSONAL DETAILS

Status: Professor of marketing
Appointment: 5 days / week
Origin: French
Year joined: 2016
Phone: +33 (0)6 74 62 30 91
Email: marie-catherine.paquier@ebs-paris.com

RESEARCH INTERESTS

Marketing, Retail, Consumer Behaviour, Consumer Culture Theory, Experiential Marketing, Consumption Spirituality and Religion, Patrimonial Tourism, Monastic Products, Ecosystems, Collective Knowledge.

TEACHING

Introduction to Marketing (1st year)
Market Studies Seminar (1st year)
Distribution & Merchandising (2nd year)
Marketing of Services (4th year)
Heritage marketing (4th year)
Meaning and entrepreneurship (4th year)
Research Methodology (4th and 5th year)

AFFILIATIONS AND MEMBERSHIPS

AFM French Marketing Association

Fonds de Recherche du Québec Société et Culture FRQSC – Membership and evaluation of research projects in consumption (2018-2019)

ACADEMIC EXPERIENCE

- Since 2016 **European Business School – Paris**
Marketing Professor
EPAS Accreditation Project Leader
- 2019 **University of York - UK**
Visiting Researcher at York Management School. Launch of a common research project about marketing, time and monasteries. June, 4 days.
- 2019 **Harvard University Extension School – Boston MA-USA**
Visiting Teacher and Researcher at the African and American Studies Department: “Chocolate, Culture, and the Politics of Food” course, *The French monastic ecosystem: which issues for research in management?*
Launch of a common research project with the Fine Cacao and Chocolate Institute. April, 12 days.

- 2018 **Harvard University – Boston AM – USA**
Visiting Researcher at the Fine Cacao and Chocolate Institute, First Chocolate Conservatory, “The French monastic ecosystem and the chocolatiers monasteries: how to manage the balance between Ora et Labora?”. October, 5 days.
- 2004-2016 **Novancia – Paris**
Marketing Professor
Head of Master Program Marketing and Digital Transformation (2014 to 2016)
Head of Bachelor Program Trade Marketing Management (2009 to 2013)
- 2014 **Larazky University, Warsaw, Poland**
Visiting Marketing Teacher, April, 5 days
- 2011-2013 **South Normal University, Guangzhou, China**
Visiting Marketing Teacher, 15 days each year
- 1995-2004 **Groupe Sup de Co Amiens-Picardie**
Marketing Professor
Head of Partnership Master Program with University Picardie Jules Verne

PROFESSIONAL EXPERIENCE

- 2011-2019 Volunteer in marketing and commercial consulting for the French monastic ecosystem
- 1990-1995 Sales Manager, ACK Imprimeries - Arras - Paris
- 1986-1990 Customer Sales Representative, Everest Incentive – Paris

EDUCATION AND QUALIFICATIONS

- 2016 Qualification for Lecturing in Management Sciences by the National Council of Universities (CNU, 06 section, France)
- 2015 PhD in Management Sciences, Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM), Paris
« L’expérience d’achat de produits monastiques, l’influence des contextes sur le contenu de l’expérience vécue ».
PhD Supervisor: Pr Morin-Delerm S.
- 2011 Research Master’s Degree in Management Sciences, CNAM, Paris
- 2001 Professional Master’s Degree, University Picardie Jules Verne, Amiens
- 1985 Master’s in Management Sciences, University Paris-Dauphine

ADDITIONAL

- Languages French and English
IT skills Alceste, N’Vivo

HONOURS

- 2015 Best French Marketing PhD Dissertation nomination (FNEGE-AFM)
- 2013 Award of the best presentation: Buying monastic products, a gift in disguise? *The Third Conference of Management, Spirituality and Religion*, Lourdes, May.

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Articles in peer review journals

- (5) 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)
- (4) Morin-Delerm, S. and 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)
- (3) Paquier M.C. and 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).
- (2) 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).
- (1) Paquier M.C. and Morin-Delerm, S. (2012), La distribution des produits monastiques par Internet: la nature des dimensions innovantes est-elle contingente de l'ancrage religieux ou commercial des sites? *Revue Management et Avenir*, n°52, pp. 159-177 (FNEGE 3, CNRS 4).

Book chapters

- (2) Paquier M.C. (forthcoming automne 2019), Le magasin monastique, lieu de conversion écologique, dans You F. et de Kaniv, N. *L'écologie intégrale, dialogue entre la vie monastique et la réflexion contemporaine*, postfacé par Cheng F., Parole et Silence, Paris.
- (1) 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.

Conference papers (peer reviewed)

- (15) Brière M., Le Roy J., Paquier M.C. and Meier O. (2019), Analyse d'un modèle intégratif de la déviance positive : Étude exploratoire auprès d'un échantillon français, *ASAC 2019*, Ontario, Canada, May.
- (14) Paquier M.C. et Morin-Delerm S. (2018), Eléments de contexte et façon d'innover – Une analyse de l'innovation dans l'écosystème monastique français, *9^e journées du GT Innovation de l'AIMS « Communautés, écosystèmes et innovation »*, HEC Montréal, Canada, October.
- (13) Paquier M.C. (2018), The French monastic ecosystem and its collaborative dimensions, *First Chocolate Conservatory of the Fine Cacao and Chocolate Institute*, Harvard University, Boston-MA, USA, October.
- (12) Paquier M.C. et Gautier M. (2018), Les dissonances cognitives liées à l'usage de la tablette dans l'expérience de visite du patrimoine monastique, *Journée de recherche sur le Management du tourisme patrimonial*. Université de Tours, Chambord, France, June.
- (11) Paquier M.C. (2017), L'acheteur, un excellent storyteller: le cas de l'acheteur de produits monastiques, *XXe International colloquium Etienne Thil*, Roubaix, France, October.
- (10) Paquier M.C. and Gautier M. (2017). L'influence du digital sur l'expérience de visite du patrimoine monastique. *4^e Journée de Recherche en marketing du Grand Est*. Metz. March.

- (9) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2016). The distribution of monastic products: the online merchant space, a potential to extend physical place attachment. *World Marketing Congress*. Paris. July.
- (8) Paquier M.C. (2016). Buying monastic products, an entry into *communitas*? *Organization Studies Workshop "Spirituality, Symbolism and Storytelling"*. Mykonos. Greece. May
- (7) Paquier M.C. and Morin-Delerm, S. (2016). Le marketing médiateur des monastères. *32e colloque international de l'Association Française du Marketing*. Lyon. May.
- (6) Paquier M.C. (2015). L'expérience d'achat de produits monastiques, une entrée en *communitas*? *2e Journée de Recherche Marketing et Communication du Sacré - Groupe HIEROS*. Clermont-Ferrand, October.
- (5) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2015), La distribution des produits monastiques dans les magasins d'abbayes : une expérience sous le signe du rapport au temps. *XVIIIe International Colloquium Etienne Thil*, Paris, October.
- (4) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2014), Has the distribution channel any impact on the buying experience of monastic products? The case of physical and virtual religious stores. *International Conference Marketing Trends*, Venice, Italy, January.
- (3) Paquier M.C. (2013), Buying monastic products, a gift in disguise? *The third conference of Management, Spirituality and Religion*, Lourdes, May. Award of the best presentation.
- (2) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2011), La distribution des produits monastiques par Internet : la nature des dimensions innovantes des sites marchands est-elle contingente de l'ancrage religieux ou laïc des sites ? *XIVe International Colloquium Etienne Thil*, Roubaix, September.
- (1) Paquier, M.C. and Morin-Delerm, S. (2011). La distribution des produits monastiques sur internet est-elle innovante ? Nature des dimensions transactionnelles, relationnelles et informationnelles selon l'ancrage des sites marchands. *Colloque Management et Religions*. Strasbourg, September.

Academic projects coordination :

- 2019 **Second Chocolate Conservatory, in partnership the Fine Cacao and Chocolate Institute of Harvard University.** Co-construction du programme, recrutement des intervenants et des prestataires, aspects logistiques, accueil des participants, association des étudiants. EBS, Paris, 28 and 29 October.
- 2019 **Conférence « Les monastères, source d'inspiration pour l'entreprise d'aujourd'hui »** Définition du thème, construction du programme, recrutement et sélection des intervenants, logistique, communication, relations presse, rédaction des actes. Collège des Bernardins, Paris, 27 Mars.

Professional conferences and workshops

Paquier, M.C. (2019), L'écosystème monastique français, une approche collaborative, *Alliance Française*, Boston, MA, USA, Avril.

Paquier, M.C. (2019), L'innovation par les monastères, la fabrique de l'intelligence collective, *Conférence « Les monastères, source d'inspiration pour l'entreprise d'aujourd'hui »*, Collège des Bernardins, Paris, Mars.

Paquier M.C. (2019), le magasin lieu de conversion écologique, *séminaire Ecologie Intégrale et Monastères*, Mazille, Janvier.

Paquier M.C. (2018), Discovering French monastic chocolate makers, *Workshop at the New England Chocolate Festival*, Boston-MA, USA, October.

Paquier M.C. (2018), Towards the ideal monastic shop, *Workshop Liens des Monastères pour le Commerce LMC*, Pradines, France, October.

Paquier M.C. (2017). The French collective brand Monastic and its criteria. *Interparliamentary Orthodoxy Assembly*, Thessaloniki, May.

Paquier M.C. (2016). The French Monastic Ecosystem, *Interparliamentary Orthodoxy Assembly*, Sparta, May.

Paquier M.C. (2016). Collective brands features. *Monastic Association*. Paris. November.

Paquier M.C. (2015). The monastic products purchasing experience: trust, pleasure and love. *Monastic Association*. Paris. November.

Medias

Presse économique et généraliste : Monocle UK (March 2018), Le Parisien éco (2017), Serengo (aout 2016), Aujourd'hui en France (avril 2016), Le Canard Enchaîné (mars 2016), Les Echos (juin et septembre 2015).

France 5, La Quotidienne, « Le business monastique », octobre 2016

M6, Capital, « L'économie des monastères », juillet 2016

RTBF, « Question à la une », juillet 2015