

Morgan Marchand

+ 33 (0)6 79 07 17 74

morganmarchand@me.com

1. Biographie

Morgan Marchand, Docteur en Sciences de Gestion (Université Paris Dauphine PSL) 2015, est chercheur associé au centre DRM – M&O (Dauphine Recherches en Management – Management et Organisation). Il est par ailleurs consultant et formateur en leadership et management international.

Sa recherche a obtenu le prix de la meilleure thèse FNEGE – AFMI, et a été finaliste du Prix Le Monde de la recherche universitaire. Elle est publiée dans des revues telles que *M@n@gement* et la *Thunderbird International Business Review*.

Ses sujets de recherche portent sur les multinationales émergentes, les F&A internationales, les processus d'intégration post-acquisition, les stratégies et chemins d'internationalisation, tout particulièrement dans les économies émergentes, ainsi que sur l'influence des imaginaires politiques sur les décisions stratégiques.

En tant que consultant et formateur, il travaille depuis 12 ans pour de nombreux grands groupes internationaux, sur des sujets de management, leadership, stratégie et comportement organisationnel. Il délivre des formations, séminaires, conférences et team-building pour équipes, managers et dirigeants. Il est également chargé de cours dans plusieurs écoles et universités.

2. Formation

- Doctorat en Sciences de gestion, Université Paris Dauphine DRM, 2015. Sous la direction de Jean-Pierre Segal. Titre de la thèse : « Approches d'intégration post-acquisition des multinationales "émergentes" dans les économies "avancées". 25 cas d'acquisitions d'EMNE en France analysées dans une perspective comparative ».
- Master de Sciences Politiques, Sciences' Po Aix, 2006.
- Master de Communication interculturelle, INALCO « Langues'O », 2005.

3. Publications

- Marchand, M. (2017). Do all emerging market firms partner with their acquisitions in advanced economies? *Thunderbird International Business Review* special issue: Emerging Markets Firms Venturing into Advanced Economies. Early view, DOI : 10.1002/tie.21846.
- Marchand, M. (2016). Les multinationales émergentes : une catégorie homogène ? In Meschi, P.X. & Prévot, F., *Economies émergentes : enjeux pour le management international*, Vuibert.
- Marchand, M. (2015). When the South Takes Over the North: Dynamics of Up-Market Integrations by Emerging Multinationals. *M@n@gement*, 18(1): 31-53.

4. Travaux en cours de processus de relecture

- Marchand, M. New Models in Old Frameworks. Contributions to the Extension of International Management Theories by the Analysis of Emerging Multinationals. *International Journal of Emerging Markets*, Special issue : New Wine in Old Bottles? The Role of Emerging Markets Multinationals in advancing IB Theory and Research. 3^e relecture en cours
- Marchand, M., & Vieu, M. Chemins d'internationalisation des multinationales émergentes : vers une extension des modèles théoriques d'internationalisation. *Finance Contrôle Stratégie*. Numéro spécial : « PME et multinationales émergentes : Quels modèles d'internationalisation ? »
- Papiers ultérieurs en préparation pour *Gérer et comprendre*, Asia Pacific Journal of Management.

5. Communications

- Marchand, M. (2016). Nouveaux vins dans de vieilles bouteilles, ou vice-versa? Contributions à l'extension de théories de management international par l'analyse des multinationales émergentes. Conférence Atlas - AFMI, Nice, juin 2014.
- Marchand, M. (2015). Quand le Sud rachète le Nord : dynamiques d'intégrations up-market des multinationales émergentes. Conférence Atlas - AFMI, Hanoï, mai 2015.
- Marchand, M. (2014). Les multinationales émergentes (EMNE), une catégorie homogène ? Conférence Atlas - AFMI, Aix 2014.
- Marchand, M. (2013). Quand le Sud rachète le Nord. Modèles de management dans les entreprises françaises rachetées par des multinationales émergentes. Atelier doctoral, Conférence Atlas - AFMI, Montréal 2013.
- Marchand, M. (2013). Quand le Sud rachète le Nord. Nouvelles situations de gestion dans les entreprises françaises rachetées par des multinationales émergentes. Colloque « Innovation managériale », Université Cadi Ayyad Marrakech 2013.
- Marchand, M. (2011). L'interculturel au défi de la "mondialisation 2.0" : quand le sud rachète le nord. Congrès ARIC, Sherbrooke 2010.

6. Distinctions

- Prix de la meilleure thèse FNEGE (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises) / Atlas – AFMI (Association Francophone de Management International), 2016.
- Finaliste, Prix Le Monde de la Recherche Universitaire 2016.
- Prix du meilleur projet doctoral, conférence Atlas – AFMI, HEC Montréal, 2013.

7. Review

- Reviewer *ad hoc* pour la *Thunderbird International Business Review*.
- Reviewer *ad hoc* pour les conférences Atlas AFMI depuis 2014.

8. Enseignement

- Université Paris Dauphine, cours sur les EMNE dans le DU « Management dans les pays émergents et en développement » (en cours de préparation).
- IGS, cours de « Management interculturel » (2 jours) pour ESAM, depuis 2013.
- IAE Paris, 2013 – 2014 : semestre de TD « Management interculturel » pour deux groupes du Master d'administration des entreprises (formation continue et initiale).
- CNAM INTEC, 2012 – 2014, correcteur de copies UE Management (Management - Organisations – Stratégie – Comportement organisationnel).
- INALCO, depuis 2009. Coordinateur de l'UE « Interculturel et entreprise », Master Communication interculturelle. Cours « Mondialisation économique », « management interculturel » M1 et M2.
- Interventions en management international et interculturel depuis 2010 : Université Nanterre Paris Ouest (Master 2 AINI) ; Telecom Management EM2 ; Neoma ; Sciences'Po Aix ; Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS).

9. Affiliations

- Chercheur associé, DRM – M&O (Dauphine Recherches en Management – Management et Organisation), Université Paris Dauphine PSL.
- Membre de l'équipe « Gestion et Société » (Cerebe, Paris).
- Consultant certifié « Culture Active » (Richard Lewis Communication, UK).

10. Expérience professionnelle

- Depuis 1999 : responsable de projets internationaux, responsable de formations puis consultant et formateur.
- Domaines d'intervention en conseil et formation, pour des groupes de 2 à 200 personnes :
 - Stratégie
 - Leadership, management et organisation
 - Comportement organisationnel
 - Team-building
 - Management international
 - Management interculturel
 - Stratégie et développement international des entreprises de pays émergents
- Références : Accenture, ADP, Airbus, Alcan Packaging, Areva, AXA, Axens, Bayer, Bluestar, Caisse des Dépôts (CDC), Chanel, Colt, AFMI CEA, Dassault Systèmes, DCNS, EDF, Engie (GDF Suez), ENI, Essilor, Faurecia, Fédération Française de Football, France Expertise Internationale, GSK, Hermes, Hydro, Imerys, L&L Products, Lactalis, Lafarge, Legrand, Lesaffre, LVMH, Manitou, Merial, Ministère des Affaires Etrangères (MAEE), Nexans, ONET, Poclain Hydraulics, Renault, SADE, Saint-Gobain, Seb, Servier, Siemens TS, Société Générale, Sogerma (EADS), Soparind Bongrain, Thales, Total, Treves, Unilever, Valeo, Vallourec, Veolia, Vicat.

11. Langues et expériences internationales

- Anglais professionnel (cours, séminaires, communications)
- Arabe conversationnel (expatrié quatre ans au Moyen-Orient)
- Chinois mandarin : notions (expatrié un an en Chine)
- Missions de conseil, formations et séminaires dans 30 pays.