

Décisions Marketing

Sommaire / n°100 Octobre-Décembre 2020

Editorial

Joyeux anniversaire *Décisions Marketing* !

100 numéros sous le signe de la singularité et de l'agilité

Collin-Lachaud I. et Michel G. 5

Co-création

Les consommateurs parlent aux consommateurs :

exploration des mécanismes de co-création par la théorie de l'assemblage

Roederer C., Ochs A. et Badot O. 11

Marketing santé

Le rôle des motivations altruistes et des normes personnelles, sociales et morales dans l'engagement des donneurs de sang

Ambroise L., Prim-Allaz I. et Séville M. 33

Distribution

Quelle est la valeur d'un vêtement que je ne possède pas ?

Les composantes de la valeur dans les pratiques de partage et location

Damay C., Ulrich I. et Loussaïef L. 53

L'influence des utilisations du téléphone portable sur l'expérience de magasinage

Flacandji M. et Vlad M. 79

Marketing alimentaire

Le réabonnement à un système de paniers : le cas des produits biologiques solidaires

Jara M., Dufeu I. et Le Grel L. 97

Singularisation et marchandisation : les fonctions des connaisseurs dans l'offre de produits traditionnels

Beudaert A. et Lambert C. 117