

Décisions Marketing

Sommaire / n° 111 | Juillet-Septembre 2023

Editorial

Place et nature des contributions managériales dans la recherche en marketing :
le cas de *Décisions Marketing*

Mencarelli R. et N'Goala G. 5

Marketing et éthique

La vie privée en ligne : utopie ou réalité ?
Comprendre la vulnérabilité perçue relative aux données personnelles

Deslée A. 11

Marketing des services

L'auto-organisation dans les activités équestres :
passion pour la pratique ou passion pour l'animal

Eslan C., Costa S. et Vial C. 39

« Je tiens le coup grâce à mes clients ! »
Ou quand le client devient la principale source de soutien social du personnel en contact

Talpur Q., Nicod L., Murtaza G. et Goudarzi K. 69

Distribution

L'influence de l'aide à participer en magasin sur la satisfaction client :
une approche par le modèle tétraclasse

Nicod L., Mallor É. et Llosa S. 93

Décisions Marketing

Contents / #111 July-September 2023

Editorial

Place and nature of managerial contributions to marketing research:
the case of *Décisions Marketing*

Mencarelli R. and N'Goala G. 119

Marketing and ethic

Online privacy: utopia or reality?
Understanding the perceived vulnerability associated with personal data

Deslée A. 125

Service Marketing

Self-organization in equestrian activities:
Passion for the practice or passion for the animal

Eslan C., Costa S. and Vial C. 149

“I'm holding on thanks to my customers!”
When the customer becomes the main source of social support for frontline employees

Talpur Q., Nicod L., Murtaza G. and Goudarzi K. 177

Distribution

The influence of in-store customer participation support on satisfaction:
a Tetraclass model approach

Nicod L., Mallor É. and Llosa S. 199