

Décisions Marketing

Sommaire / n°117 Janvier-Mars 2025

Editorial

La revue *Décisions Marketing* en chiffres : une analyse sur la période 2020-2024

Mencarelli R. et N'Goala G. 5

Art

L'art comme médiation vers le Web3. L'expérience *NFT* : le cas *Be Twin Lines*

Roederer C. et Vannucci A. 15

Consommation à risque

Protoxyde d'azote, par-delà le fou rire :
une consommation à risques dans la culture jeune

Gicquel Y. 35

Communauté de marque

Identification et rôle de l'acculturation émotionnelle sur les comportements de diffusion
de la culture de marque : le cas *WeightWatchers*

Viedma R. 55

Marketing social

Compréhension du marketing mix social pour engager les usagers du littoral dans
les comportements pro-environnementaux : une analyse par le *marketing-as-practice*

Trelohan M. 75

Spectacle sportif

Les éléments sociomatériels du stade connecté et l'expérience des spectateurs

Dubreuil C. 97

Décisions Marketing

Contents / #117 January-March 2025

Editorial

- Décisions Marketing* in figures: an analysis of the 2020-2024 period
Mencarelli R. and N'Goala G. 131

Art

- Art as Mediation towards Web3. The NFT experience: the case of Be Twin Lines
Roederer C. and Vannucci A. 141

Risky consumption

- Nitrous oxide consumption: Beyond euphoria, a study of risky practices among youth culture
Gicquel Y. 161

Brand community

- Identifying the role of emotional acculturation in brand culture dissemination behavior: A case study of WeightWatchers
Viedma R. 181

Social marketing

- Understanding the social marketing mix for engaging coastal users in pro-environmental behavior: A marketing-as-practice analysis
Trelohan M. 199

Sport spectacle

- The socio-material elements of a connected stadium and spectator experience
Dubreuil C. 219