

Décisions Marketing

Sommaire / n°121 Janvier-Mars 2026

Editorial

La transparence sur les marchés, une utopie ?

Nabec L. et Mencarelli R. 5

Luxe

Facteurs d'ambivalence des innovations produits éco-responsables dans le luxe
et *greenwashing* perçu : points de vue consommateurs et marques

Fournaise T., Chanavat N. et Kessous A. 15

RSE

Fier d'en être ! Quand la RSE perçue motive les collaborateurs
à communiquer sur les réseaux sociaux

Abid-Dupont M.-A., Abid T., Escoubes F. et Berger-Remy F. 43

Vente

Vente en côte à côte : comprendre les nouvelles formes d'interaction sociale
autour des écrans

Roten Y. S., Vanheems R. et Laroutis D. 65

Service

Avec le recul... : analyse de l'évolution du souvenir d'un échec de service
et de ses conséquences

Flacandji M. et Cusin J. 91

Publicité

Payer moins cher son abonnement de SVOD contre de la publicité :
quelle place pour l'intrusion publicitaire perçue ?

Le cas de l'abonnement de Netflix « Standard avec pub

Perraud L. et Rodriguez V. 115

Décisions Marketing

Contents / #121 January-March 2026

Editorial

Market Transparency: Dreaming of Utopia?

Nabec L. and Mencarelli R. 147

Luxury

Factors of ambivalence to eco-responsible product innovations in luxury and perceived greenwashing: Perspectives of consumers and brands

Fournaise T., Chanavat N. and Kessous A. 157

CSR

Proud to be part of it! When perceived CSR motivates employees to communicate on social networks

Abid-Dupont M.-A., Abid T., Escoubes F. and Berger-Remy F. 183

Sale

Side-by-Side phygital selling interactions:
New forms of social interaction around screens

Roten Y. S., Vanheems R. and Laroutis D. 201

Service

Looking back...: Analyzing the evolution of the memory of a service failure and its consequences

Flacandji M. and Cusin J. 225

Advertising

Paying less for your video-on-demand subscription in exchange for advertising:
What role does perceived advertising intrusion play?
The case of Netflix's "Standard with ads" subscription

Perraud L. and Rodriguez V. 245