

Décisions Marketing

Sommaire / n° 122 Avril-Juin 2026

Editorial

D'une recherche en marketing responsable
à des chercheurs responsables en marketing

Mencarelli R. et Nabec L. 5

Technologie

Analyse de la valeur perçue de la maison intelligente :
plus d'intelligence pour plus d'économie d'énergie ?

Guguen-Gicquel I., Mani Z. et Chouk I. 15

Le privacy compliance paradox : mieux comprendre les infractions des entreprises
au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)

Roques P., Vidal D. et Cases A.-S. 31

Marque

Tutoiement par les marques dans leurs publications sur les réseaux sociaux :
observation des effets sur les variables d'engagement en ligne

Aussilhou C., Kacha M., Lemoine J.-F. et Zafri R. 51

Quand les marques s'approprient les codes du hip-hop :
décryptage d'une pratique au regard de l'authenticité et du *cool*

Moudni L., Korchia M. et Michel G. 71

Origine nationale

Un seul pays, plusieurs effets : une étude de l'origine nationale partitionnée

Bernard Y., Belvaux B., Gonzalez-Hemon G. et Notebaert J.-F. 99

Décisions Marketing

Contents / #122 April-June 2026

Editorial

From responsible marketing research to responsible marketing researchers

Mencarelli R. and Nabec L. 131

Technology

Analysis of the perceived value of smart homes:
More intelligence for greater energy savings?

Guguen-Gicquel I., Mani Z. and Chouk I. 141

The privacy compliance paradox: A better understanding of company
infringements with the General Data Protection Regulation (GDPR)

Roques P., Vidal D. and Cases A.-S. 157

Brand

Use of the informal second-person pronoun by brands in their social media posts:
Observation of effects on online engagement variables

Aussilhou C., Kacha M., Lemoine J.-F. and Zafri R. 175

When brands adopt hip-hop codes:
Decoding a practice in terms of authenticity and coolness

Moudni L., Korchia M. and Michel G. 195

National origin

One country, multiple effects: A study of partitioned country of origin

Bernard Y., Belvaux B., Gonzalez-Hemon G. and Notebaert J.-F. 221