

Décisions Marketing

Sommaire / n° 123 Juillet-Septembre 2026

Éditorial

« Le parcours du relecteur dans *Décisions Marketing* » :
de l'évaluation à la co-construction d'articles

Nabec L. et Mencarelli R. 5

Alimentation

Appropriation des outils numériques pour l'achat de produits alimentaires locaux :
proposition d'une typologie

Rogeon F., Destoumieux L. et Pecjak L. 13

« *Nourrir les gens dans la dignité* » : mieux comprendre l'expérience
du recours à l'aide alimentaire au sein d'une épicerie solidaire

Sugier L. 37

Tri des déchets

L'inconsistance du comportement individuel de tri des déchets ménagers :
tout dépend du lieu !

Reniou F., Robert-Monnot E., Monjon S. et Parguel B. 63

Tourisme

Proposition de typologie des voyageurs retraités :
une approche par les freins au voyage

Chevalier C., Moal G. et Bourcier-Béquaert B. 89

Inclusivité

Les effets d'un marketing inclusif sur l'implication des consommateurs
non concernés dans la cause défendue

Beck M. et Benmecheddal A. 123

Décisions Marketing

Contents / #123 July-September 2026

Editorial

“The Reviewer’s Journey in *Décisions Marketing*”:
From evaluation to co-creation of articles

Nabec L. and Mencarelli R. 161

Food

Appropriation of digital tools for local foods shopping:
A typological proposal

Rogeon F., Destoumieux L. and Pecjak L. 167

“Feeding people with dignity”: Gaining a better understanding of the experience
of using food aid in a solidarity grocery store

Sugier L. 189

Waste

Inconsistency in waste-sorting behavior: Place matters!

Reniou F., Robert-Monnot E., Monjon S. and Parguel B. 211

Tourism

Proposed typology of retired travelers:
A constraint-based approach to travel

Chevalier C., Moal G. and Bourcier-Béquaert B. 235

Inclusivity

The effects of inclusive marketing on the engagement of consumers
not directly concerned by the advocated cause

Beck M. and Benmecheddal A. 267