

Décisions Marketing

Sommaire / n°96 Octobre-Décembre 2019

Numéro spécial « Marketing et santé »

Editorial

Comment et dans quelles limites « marketer » la santé ?

Crié D. et Gallopel-Morvan K. 5

Ethique et don

Ethique et expérience du Soi Futur Virtuel en changement de comportement de santé
Application à l'activité physique

Beriche A., Martin A. et Villain D. 15

Don du sang : comprendre la logique des donateurs et la valeur du don
pour encourager le recrutement et la fidélisation des donateurs

Boch E. et Giannelloni J.-L. 35

Nutrition

Distinguer les risques sanitaire et nutritionnel perçus pour améliorer les comportements
alimentaires

Laporte M.-E. 53

Les effets du *Nutri-Score* en France sur le consentement-à-payer des consommateurs
à faible revenu

Nabec L., Marette S. et Durieux F. 69

Santé publique

Lutte contre le tabac auprès des jeunes non-fumeurs :
intérêt de l'association d'émotions négatives dans les messages de prévention

Colin C. et Droulers O. 89

Des mots aux maux de la vaccination en France : cartographie d'avis en ligne

Maubisson L., des Garets V. et Nistar M. 105

Industrie pharmaceutique

Les effets des caractéristiques des cadeaux promotionnels, offerts par les entreprises
du médicament, sur les prescriptions des médecins :

Le rôle médiateur de la réactance situationnelle

Wilhelm M.-C., Gavard-Perret M.-L. et Gemayel Y. 125