

# Décisions Marketing

**Sommaire / n°97 Janvier-Mars 2020**

## **Editorial**

Valoriser la recherche : une nouvelle mission des enseignants-chercheurs ?

*Collin-Lachaud I. et Michel G.* 5

## **Marketing alimentaire**

Le bio, c'est bien mais très peu pour moi !

Comprendre les stratégies de neutralisation des consommateurs

*Merle A. et Piotrowski M.* 17

## **Management de la marque**

« Fabrication française » : quels effets sur l'intention d'achat et le consentement à payer ?

*Ingarao A., Collange V., Bernard Y. et Zarrouk-Karoui S.* 45

Les paradoxes identitaires des *hipsters* : quelles stratégies pour les marques ?

*Tesio P., Kessous A. et de Barnier V.* 71

## **Marketing culturel**

L'enrichissement de l'expérience de visite muséale par l'utilisation d'outils interactifs de médiation

*Jarrier E. et Bourgeon-Renault D.* 87

## **Distribution**

Attitude à l'égard des prospectus : influence des bénéfices et coûts perçus

*Parguel B. et Mimouni Chaabane A.* 103

Fusions et alliances dans la distribution : de la couverture territoriale à la coopération

*Vyt D., Jara M. et Cliquet G.* 125