

Décisions Marketing

Sommaire / n° 106 Avril-Juin 2022

Editorial

Faut-il et peut-on contrôler la communication ?

N'Goala G. et Collin-Lachaud I. 5

Communication et alimentation

Informers les parents avec l'apposition du Nutri-Score sur les produits alimentaires destinés aux enfants : les effets de la marque

Nabec L., Guichard N., Hémar-Nicolas V. et Durieux F. 11

Communication et politique

Le contenu de la parodie affecte-t-il l'attitude envers l'homme politique parodié ?
Une analyse de médiation modérée

El Hana N. et Sabri O. 31

Communication et marketing digital

Les applications d'enseigne :
une comparaison de la valeur communiquée et de la valeur perçue

Madrid C. et Vlad M. 53

Quand l'hospitalité du site internet d'une PME l'aide à attirer des candidats

Bataoui S., Gérard J. et Martin-Lacroux C. 73

Distribution

Comprendre les spécificités de la distribution en vrac pour adapter le *retailing mix* :
apport des théories des pratiques

Daniel M., Monnot E., Reniou F. et Sirieix L. 91

L'influence de la numérisation du canal de distribution dans le processus
de contournement des grossistes : le cas d'une triade de distribution

Joyeux J.-M., Notebaert J.-F. et Belvaux B. 117