

Décisions Marketing

Sommaire / n°109 Janvier-Mars 2023

Editorial

- Voyage incongru au *Consumer Electronic Show* (CES) de Las Vegas
N'Goala G. et Collin-Lachaud I. 5

Marketing et innovation

- Le « marquage brevet » comme stratégie de signalisation :
influence sur l'innovation perçue des produits et sur leur adoption
Azzam J. E., Henard D. H. et Salgado S. 13

- Mon avatar, la mode et moi
Renault S. 35

Marketing et alimentation, nutrition

- La mise en scène de l'expertise des Youtubeuses en matière nutritionnelle :
le cas des vidéos « une journée dans mon assiette »
David M. et Ezan P. 57

- Affirmer la naturalité et la proximité du produit alimentaire pour renforcer
l'effet de la mention terroir
Ertus P. 79

- Représentations de la convivialité :
de l'imaginaire social du repas au bien-être alimentaire
Bonescu M., Ginon E., Tavilla V., Biguzzi C. et Sutan A. 103

Décisions Marketing

Contents / #109 January-March 2023

Editorial

- Incongruous trip to the Consumer Electronic Show (CES) in Las Vegas
N'Goala G. and Collin-Lachaud I. 133

Marketing and innovation

- “Patent marking” as a signaling strategy:
Impacts on perceived product innovativeness and innovation adoption
Azzam J. E., Henard D. H. and Salgado S. 141
- My avatar, fashion and me
Renault S. 161

Marketing and food, nutrition

- The staging of female influencers’ expertise in nutrition:
The case of the “What I eat in a day” videos
David M. and Ezan P. 181
- Asserting the naturalness and proximity of food products to reinforce
the effect of the terroir label
Ertus P. 199
- Representations of conviviality:
From the social imaginary of meals to food well-being
Bonescu M., Ginon E., Tavilla V., Biguzzi C. and Sutan A. 221