

R.A.M.  
VOLUME 22 – N° 4/2007

RECHERCHE

**Articles**

**Conséquences à court et plus long terme du comportement de butinage : une application au sein de l'espace loisirs d'un hypermarché**  
*Cindy Lombart et Blandine Labbé-Pinlon*

**La nudité en publicité : quelle influence sur l'attention portée à l'annonce et la fonction mémorielle de la marque ?**  
*Éric Lombardot*

**Note**

**Effet de l'hyperchoix sur le consommateur et effet modérateur de la marque : une application au cas de l'horlogerie-bijouterie**  
*Fabrice Larceneux, Sophie Rieunier et André Fady*

**Synthèse**

**La résistance du consommateur : proposition d'un cadre d'analyse**  
*Dominique Roux*

SÉLECTION INTERNATIONALE

**Qu'est-ce qu'un fer à repasser le cuir ou un téléphone oiseau ?  
L'usage de combinaisons conceptuelles pour générer et comprendre  
les concepts de nouveaux produits**  
*Tripat Gill et Laurette Dubé*

FICHES DE THÈSES

BIBLIOGRAPHIE

ABSTRACTS