

SOMMAIRE

Éditorial	
Jacques Igalens et Chafik Bentaleb	5

Les stratégies de social-communication des entreprises touristiques opérant par Yield Management : Quel impact sur l'intention d'usage des messages réseau-publicitaires par l'internaute marocain ? Application du modèle TAM	
Chaimae Hathout, Chakib Hamadi et Sara Hathout	8

The impact of the Moroccan customer's psychological behavior on the perceived value of luxury brands	
Fatine El Mouqtafi et Redouane Barzi	31

Management inclusif et performance durable de l'entreprise : une revue systématique de la littérature	
Ben Boubakary et Jean-Marie Peretti	55

Qualitative research on the drivers and barriers of CSR in the Moroccan SMEs context	
Chaimaa Zayer et Abdelhay Benabdelhadi	76

Et si le Sud régénérât le Nord ? Place à la frugalité	
Soufyane Frimousse	105

Cash holdings in shariah-compliant firms: Empirical evidence from Moroccan listed companies	
Boubker Mouline et Mariam Filali Allach	119

Contrôle de gestion et pérennité des institutions de microfinance en Afrique subsaharienne	
Isidore Bimeme Bengono	140
