



CLASSIQUES
GARNIER

« Sommaire », *European Review of Service Economics and Management*, n° 14,
2022 – 2, p. 11-14

DOI : [10.48611/isbn.978-2-406-14630-8.p.0011](https://doi.org/10.48611/isbn.978-2-406-14630-8.p.0011)

La diffusion ou la divulgation de ce document et de son contenu via Internet ou tout autre moyen de communication ne sont pas autorisées hormis dans un cadre privé.

© 2023. Classiques Garnier, Paris.
Reproduction et traduction, même partielles, interdites.
Tous droits réservés pour tous les pays.

CONTENTS

ARTICLES

- Jean-Claude DELAUNAY
Sectoral evolutions and economic development
in China since the reform. What place for services? 17
- Yao GAFA
The role of product service offering in the relationship
between market orientation and business performance
in repair services shops 43
- Saeed MOUSA, Rabeh MORRAR
Impacts of Industry 4.0 on servitization of manufacturing 73
- Anis JOUNAID
Exploring a constrained, non-market service relationship.
The case of users of food aid organizations 99

DEBATES AND VIEWPOINTS

- Jacques BOULAY, Odile CHANUT
Revisiting the key factors of a successful
franchisor–franchisee relationship 131

PHD REVIEWS

Hind MARZAK, *Large-scale retailing in Morocco faced
with the illiterate buyers. Issues and implications for the players* 145

Abstracts 151

SOMMAIRE

ARTICLES

- Jean-Claude DELAUNAY
Évolutions sectorielles et développement économique de la
Chine depuis la réforme. Quelle place pour les services ? 17
- Yao GAFA
Le rôle de l'offre de services autour du produit
dans la relation entre l'orientation-marché et la performance
commerciale dans les ateliers de services de réparation 43
- Saeed MOUSA, Rabeh MORRAR
L'impact de l'industrie 4.0 sur la servitisation de l'industrie 73
- Anis JOUNAID
Exploration d'une relation de service contrainte
et non marchande. Le cas des usagers
des organismes d'aide alimentaire 99

DÉBATS ET POINTS DE VUE

- Jacques BOULAY, Odile CHANUT
Revisiter les facteurs clés
d'une relation franchiseur-franchisé réussie 131

COMPTE-RENDUS DE THÈSE

Hind MARZAK, *La grande distribution au Maroc face aux acheteurs illettrés. Enjeux et implications pour les acteurs* 145

Résumés 151