



## Série "Quand le marketing pirate notre cerveau" (1/5): besoin ou envie, intro ou neuromarketing

Emission: Journal 8h / On en parle



Des avancées scientifiques récentes ont permis de peaufiner les stratégies marketing pour les rendre encore plus redoutables.

Les précisions de Julien Intartaglia, professeur et docteur, doyen de l'Institut de la communication et du marketing expérientiel à la Haute école de gestion Arc à Neuchâtel.