

ENQUÊTE

S EAUX

LES MARQUES UTILISENT
LES INSTRUMENTS DES
NEUROSCIENCES POUR
DÉCRYPTER LES ÉMOTIONS
ET LE COMPORTEMENT
DES CONSOMMATEURS.

Par **PATRICK CAPPELLI**
Photos **AKATRE**

MODÈLE : SIMON LOWRY

ges électriques, une technique à deux com-
-antes - chimie et génétique - qui pré-

qu'on injecte peut atteindre de nombreux
tissus. Avec ce laser, l'illumination

L'optogénétique permet de visualiser l'ac-
ALBERT PAN AND AL

erts, a insis-
pour tous les
de mettre en
re de 2004 sur
Le stress au tra-
me un obsta-
ité»

uses
me-
stario

ne
im
co

zones