

Consommation

FREYTAG M. (Hg.), *Verbraucherintelligenz – Kunden in der Welt von morgen*



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/4405>

DOI : 10.4000/rea.4405

ISBN : 978-2-8218-1286-4

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 13 avril 2012

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

« Consommation », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 104 | avril 2012, mis en ligne le 17 avril 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/4405> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rea.4405>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

© CIRAC

Consommation

FREYTAG M. (Hg.), *Verbraucherintelligenz – Kunden in der Welt von morgen*

RÉFÉRENCE

FREYTAG M. (Hg.), **Verbraucherintelligenz – Kunden in der Welt von morgen**, Frankfurter Allgemeine Buch, Francfort sur le Main, 2012, 288 p.

- 1 Dans cet ouvrage collectif, le président de la société allemande d'assurance et de surveillance du crédit à la consommation SCHUFA Holding AG a laissé la parole à des experts issus de divers milieux (recherche médicale sur le cerveau, psychologie, médias, économie, fédérations, analyse des marchés...), avec pour ambition de faire avancer la réflexion globale sur le comportement des consommateurs. Répondant, entre autres, aux concepts de « *neuromarketing* » ou d'« *économie comportementale* », ce champ d'analyse, en profonde mutation du fait notamment de la diffusion d'Internet, offre un potentiel considérable en termes macroéconomiques : non moins de 58 % du PIB allemand provient en effet de la consommation privée. (sh)