Objekttyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **50 (1992)**

Heft 4

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Nutzungsbedingungen

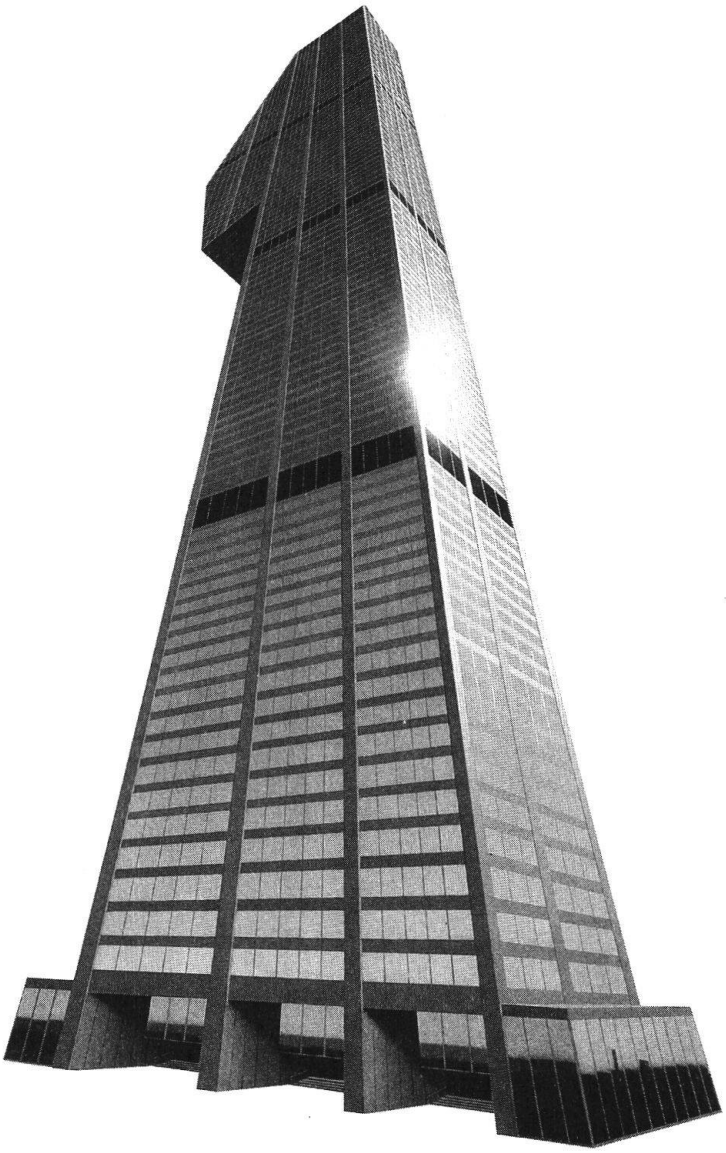
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



NEWCOM

Philip Morris. Construire la réussite.

Depuis maintenant plus d'un siècle, Philip Morris Companies Inc. construit sa réussite et celle de ses produits. Cigarettes Marlboro, Merit, Chesterfield et Philip Morris, cafés Maxwell House, Jacobs et Hag, fromages et sauces à salade Kraft, chocolats Suchard, Tobler et bières Miller... Aujourd'hui premier groupe mondial de produits de consommation emballés, ses marques rencontrent dans le monde entier un succès croissant.

A Lausanne, quelque 700 collaborateurs gèrent les activités de Philip Morris à travers l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient, où des millions de consommateurs exigeants portent chaque jour leur choix sur des marques qui, toutes, font la part belle à la détente et au plaisir.

PHILIP MORRIS

Le goût du succès.