Objekttyp: **Advertising**

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

Band (Jahr): **55 (1997)**

Heft 1: **Innovation et compétitivité : le rôle de l'interface recherche-industrie**

PDF erstellt am: **19.03.2024**

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

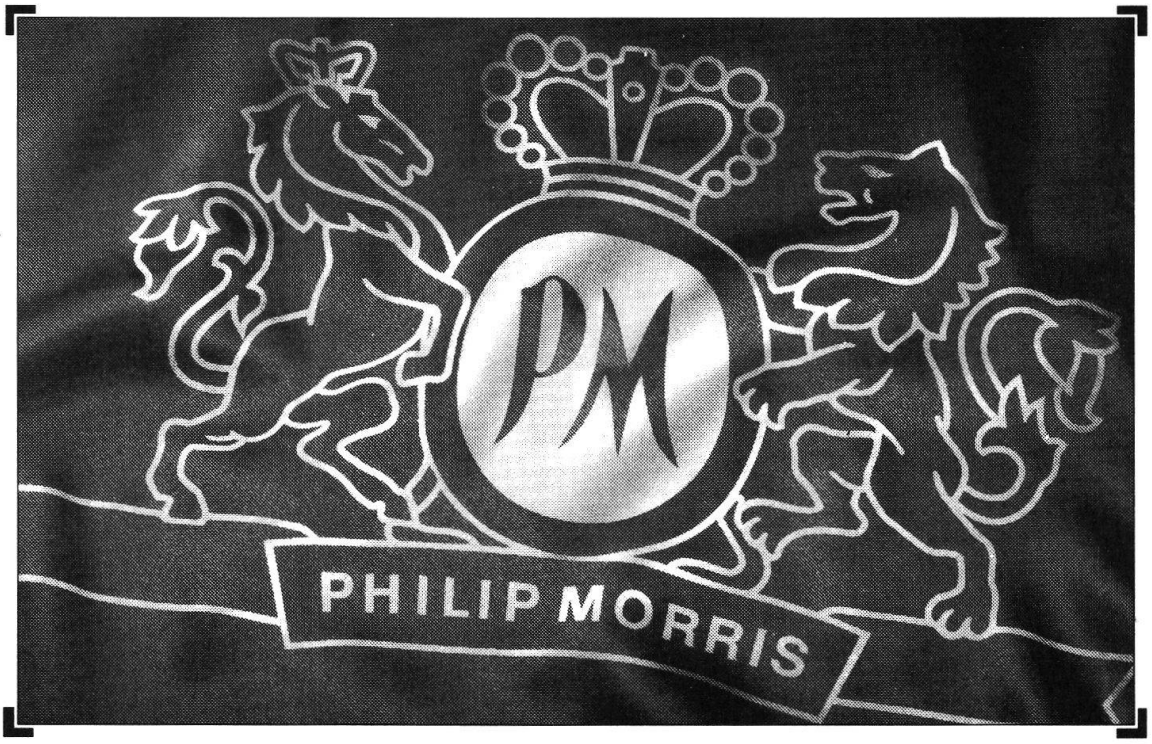
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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

http://www.e-periodica.ch

JÄGGI

New York.
Hong Kong.
Lausanne.



Premier groupe mondial de produits de consommation emballés, Philip Morris construit sa réussite sur des marques de haute qualité, vendues dans plus de 180 pays et territoires. Cigarettes Marlboro, Chesterfield et Philip Morris, cafés Jacobs et Hag, chocolats Suchard et Tobler, bières Miller, autant de produits qui rencontrent un succès croissant auprès des consommateurs exigeants.

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

PHILIP MORRIS

Un signe de bon goût.