

GSM SAS » Paris-La Défense (92) Commercial Marketing

## Moulinex : étude produits et positionnement des marchés français et étrangers ; tendances socio-culturelles à 5 ans. • 1991-1993

[Open in Bach](#)

### Présentation du contenu

Stratégie et positionnement des marques, 1992.

Les territoires de marques Moulinex, Krups, Girmi, Swan en Europe.

Les communications publicitaires télévision de la marque Moulinex, 1991.

Stratégie de territoire des marques, 1991.

Les appareils à main.

Mission marketing.

Les nouveaux comportements alimentaires en France, 1992.

Aspirateurs automatiques, synthèse de l'étude marketing, 1992.

Reflexions sur les tendances socio-culturelles à l'horizon cinq ans (1993).

Etudes sur la ligne santé et beauté, 1992.

### Date de l'unité documentaire

1991-1993

### Description physique

#### Nombre d'éléments

1 boite

#### Support

papier

#### Dimensions

A4

## Noir et blanc ou couleur

noir et blanc

## Organisme responsable de l'accès intellectuel

11 I A 1 (4)

## Langue des unités documentaires

français / anglais

## Origine

Moulinex

## Communicabilité

Collaborateurs Groupe Seb

## Informations sur la description

Référence de la notice source dans la base ACCESS : 71

## Descripteurs

**Mot matière libre :** GSM SAS

**Mot matière libre :** étude de marché

**Lieu :** Courbevoie (Hauts-de-Seine, Ile-de-France, France)

**Cotes extrêmes** 1 GSM SAS 100