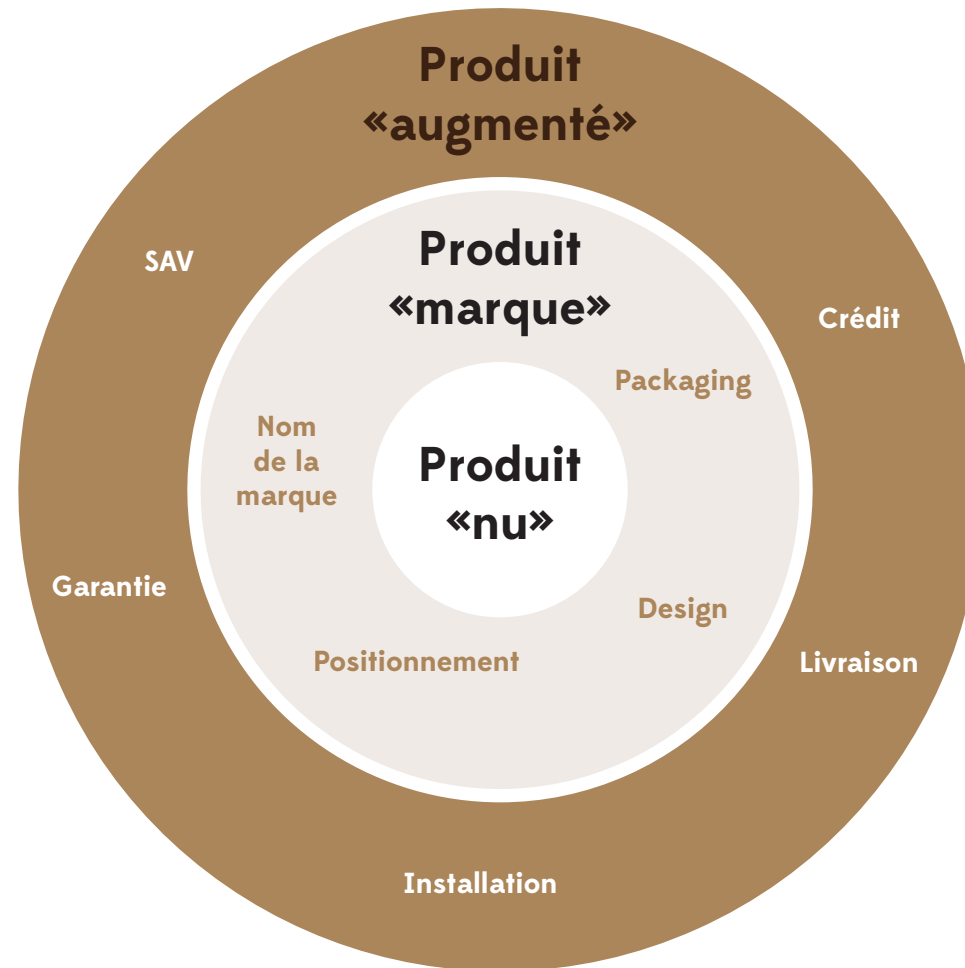


Les 3 niveaux du produit « augmenté »*



* Van Laethem, N. (2005). Toute la fonction marketing. Dunod.