

## Obsah

### ÚVODEM 9

- 1 Otcové – zakladatelé 13
  - 2 Válka při světle svíček 25
  - 3 Zrození moderní reklamy 34
  - 4 Nová síla v pracovních vztazích 48
  - 5 „Stáváme se akciovou společností“ 57
  - 6 Od mýdla k potravinám 66
  - 7 Válka dělá z nás všech vojáky 75
  - 8 Přímo do obchodů 87
  - 9 P&G proti P&G 98
  - 10 „Život vznešené jednoduchosti“ 108
  - 11 Zahájení rozhlasového vysílání 114
  - 12 Stoleté jubileum 122
  - 13 A nyní syntetické čisticí prostředky 129
  - 14 P&G jde do války 136
  - 15 Když bylo po boji 143
  - 16 Nový pojem: řízení podle značek 148
- ČÁST II: 1946–1980
- Poznámka autora 155
- 17 Detergenty dospívají 156
  - 18 Rozmach výrobků pro osobní potřebu 163
  - 19 Volání dalek 168
  - 20 Tažení do Hollywoodu 173
  - 21 „Dej do zástavy farmu a vsaď na jednu kartu“ 179
  - 22 A potom – Crest 184
  - 23 Průmyslová epopěj 193
  - 24 Místo jménem Mehoopany 200
  - 25 Nejpopulárnější značka Ameriky 205
  - 26 Jednou dole, jednou nahoře 211
  - 27 Mimosoudní urovnání 218
  - 28 Ekologická panika 225

29	Otázka zásad	233
30	Spotřebitel jako partner P&G	246
31	V zahraničí	253

NA ZÁVĚR 263

EPILOG 265

Přílohy 281

Jmenný rejstřík 287