

### Nie ciąć reklamy w czasie kryzysu

W sytuacji takiej jak obecnie, gdy pierwszym odruchem jest cięcie wydatków na marketing, mądrze wydane pieniądze na reklamę mogą przynieść fantastyczne efekty – pisze Jakub Bierzyński, prezes Omnicom Media Group. **B11**

08.05.2009, Rzeczpospolita B