

Szukaj: - kategoria

login *****

Zapamiętaj [Zapomniałem hasła](#)



MEETING PREMIERA 2006

11 Międzynarodowe Targi

Artykułów Biurowych, Szkolnych i Papierniczych

News [entów!!](#)

ARCHIWUM

Sprzedaż i marketing

Agencje

Media

Badania i analizy

Strona główna

Ruszyły kampanie



"Smak i aromat uwiezione na dłużej"

Klient: Kamis
Agencja: QSTMarketing



Zatrzymać smak świat

Klient: Kamis
Agencja: QSTMarketing



Kampania telewizyjna samochodu Kia Rio

Klient: Kia Motors Polska
Agencja: Paralotna



Bierz z życia ile się da, z każdej strony

Klient: Marquard Media Polska
Agencja: Paralotna

[Archiwum kampanii](#) [»B](#)

[Wyszukaj kampanie](#)

Getionary
RENOMOWANY SŁOWNIK ZA DARMO

TŁUMACZ

PL EN

EN PL

Wiadomości

30.03.2006

[Heureka członkiem WOMMA](#)

Agencja reklamowa Heureka jako pierwsza w Polsce została członkiem międzynarodowego stowarzyszenia marketingu szeptanego WOMMA (Word of Mouth Marketing Association). [więcej](#)

[Czwarta edycja Obsesji Papieru](#)

[PRO Media House i Multimedia bija](#)

[Nowa twarz w Polymus](#)

[Zmiany w aromatach do ciast Dr. Oetkera](#)

[Nowa smakowa wódka Absoluta](#)

[Wirtualna Polska zacieśnia współpracę z Telewizją Polsat](#)

[Więcej wiadomości](#) [»B](#)

Badania i analizy

[Warsztaty: Mystery shopping - narzędzie dla odważnych \(78/03/2006\)](#) [»B](#)

[Ekspedycja Badawcza 2006 \(78/03/2006\)](#) [»B](#)

[Super... i Cool... brands \(77/02/2006\)](#) [»B](#)

[Jak cenimy prasę \(77/02/2006\)](#) [»B](#)

[Promocja sprzedaży, czyli brzydkie kaczuski](#)

Case studies / strategie

["Rzuciłam, bo przykleiłam". Reality Quitting po polsku \(78/03/2006\)](#)

SPRZEDAŻ I MARKETING

[Strategie: Bollywood \(78/03/2006\)](#)

["Apteka pod Białym Gołębkiem" czyli nowoczesny farmaceuta według Polfy Kutno \(77/02/2006\)](#)

Magazyn nr. 78



[Spis treści](#)
[Poprzednie numery](#)

AKADEMIA Briefu

[Trenerzy](#)

[Tematy szkoleń](#)

[Kontakt](#)

[Referencje](#)



Szukaj: - kategoria

login *****

Zapamiętaj [Zapomniałem hasła](#)



Nicola Conte Jazz Combo
gwiazda smooth jazz i lounge music

ARCHIWUM

Sprzedaż i marketing

Agencje

Media

Badania i analizy

BriefNews

Zasubskrybuj codzienny, kompletny newsletter marketingu i sprzedaży

[Zamów przykładowy newsletter](#)

[Zamów bezpłatny newsletter skrócony](#)

Zamów BriefNews*

* serwis płatny

Sonda

Czy zamknięcie „Nowego Dnia” wpłynie na plany wydawnicze wydawców, którzy planują wprowadzenie na rynek kolejnych dzienników?

- Tak
 Nie
 Nie mam zdania

[Zobacz wyniki](#)

Zgłosuj

[Wszystkie sondy](#)

Magazyn Brief nr. 78

[Spis treści](#)

[Poprzednie numery](#)



Zaprenumeruj

Wiadomości

Czwarta edycja Obsesji Papieru

30.03.2006

Firma Cezex organizuje w tym roku czwartą już edycję konkursu od nazwą „Obsesja Papieru”. „Czas pokazać jak bardzo inspirujący może być materiał jakim jest papier i poddać się ocenie profesjonalnego jury. Ten konkurs, to szansa dla maniaków ogarniętych „obsesją papieru” - dla agencji reklamowych, drukarni i dla niezależnych twórców” – czytamy w informacji prasowej Cezeksu.

Konkurs wystartował w 2003 r. W każdej kolejnej edycji pojawiają się nowe pomysły oraz nowi uczestnicy i kolejne zainteresowane media.

Nie wiadomo na razie kto zasiądzie w ławach jury. Cezex zapowiada, że znajdą się wśród nich osobistości świata sztuki i reklamy, tak jak to miało miejsce w poprzednich edycjach konkursu.

Patronat nad „Obsesją Papieru” objął miesięcznik „Brief”, „Świat Poligrafii”, oraz portale Mediarun.pl i Drukarnie.com.pl.

Organizator wprowadził w tym roku nieznaczną zmianę w ramach 12 kategorii. W Mistrzowskiej Kreacji – pojawia się podkategoria, w której oceniane będą książki i albumy. Nowa kategoria – to nowe możliwości.

Prace z dopiskiem „Obsesja papieru” należy nadsyłać do 30 kwietnia 2006 roku do siedziby firmy Cezex .

Regulamin, formularz zgłoszeniowy oraz wszelkie szczegóły dotyczące „Obsesji Papieru” można znaleźć na stronie www.cezex.pl/obsesjapapieru/ (TeKa)

[Powrót](#)

[Poprzednia](#)

[Następna](#)

[Do góry](#)

 [Wydrukuj](#)