

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

**Tárgy: Médiaügynökségi munka új törvényi szabályozása**

*Budapest, 2015. május 8.*

**A Magyar Reklámszövetség és a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége indokolatlannak, szakmailag megalapozatlannak és az egész magyar gazdaság számára rendkívüli mértékben veszélyesnek tartja a kormány ilyen mértékű beavatkozását a reklámpiac működésébe.**

Az MRSZ és MAKSZ megdöbbenéssel fogadta a Napi Gazdaságban ma napvilágot látott információt: miszerint a kormányzat ismét fontolgatja, a jövőben a médiaügynökségek nem állhatnak szerződéses kapcsolatban a médiacégekkel, és nem alkalmazhatók bónuszok.

A médiaügynökségek - mint ahogy az a Magyar Reklámszövetség és Ernst & Young médiapiaci működését feltérképező tanulmányából is kiderül-, megkérdőjelezhetetlen szakmai szerepet töltenek be a reklámpiaci működésben. Feladatuk a hirdető szakmai támogatása és reklámköltségeik hatékony elköltésének előkészítése és megvalósítása. A médiaügynökségek többek között óriási adminisztrációs terhet vesznek le a médiavállalatok és a hirdető cégek válláról, amellyel, hogy piaci súlyuk érvényesítésével több ezer kisebb (kis- és középvállalkozás) reklámozási lehetőségeit segítik elő.

A tervezett intézkedés bevezetésével a médiavállalkozásoknak utólagos visszatérítést, azaz ügynökségi bónuszt nem szükséges fizetniük, de a valóságban azonnal összességében sok milliárdnyi hirdetési bevételről esnek el. (Romániában a 2013-ban bevezetett hasonló intézkedés a televíziós költségek tekintetében 20%-os visszaesést eredményezett, Franciaországban a szabályozás bevezetése után az ügynökségek bevételi szintje ugyancsak 20%-ot esett és mintegy 5 000 munkavállaló elbocsátását vonta maga után.)

A szövetségek továbbá felhívják a figyelmet arra, hogy az intézkedés életbe lépése a hirdetési egységárak azonnali emelkedéséhez, a piacon működő médiaügynökségek ellehetetlenüléséhez vezethet, míg a hirdető szakmai támogatás nélkül maradnak és mind a média-, mind a hirdetői oldalra nehezen kezelhető adminisztrációs terhek és költségek hárulnak. Összességében a reklámköltségek gazdaságra gyakorolt hatása beláthatatlan módon csökken, amely az egész gazdaság számára óriási veszteséget jelent.

A Magyar Reklámszövetség újra kéri a kormányt a mielőbbi szakmai egyeztetések megkezdésére, hiszen a bónuszra nem lehet önmagában, csak a teljes reklámgazdasági hatásmechanizmus szerves részeként tekinteni.

### **További információ:**

Fülöp Szilvia

*főtitkár*

Mobil: +36 70 333 2 555

fulop.szilvia@mrsz.hu