



Magyar Reklámszövetség (MRSZ) sajtóközleménye

Tárgy: Éves Közgyűlés

Budapest, 2017. január 18.

MRSZ 2020 program: váltás a kommunikációs iparágban

Budapest, 2017. január 18. - A Magyar Reklámszövetség tegnap este tartott éves Közgyűlésén beszámolt az elmúlt időszakról és felvázolta az MRSZ hosszú távú stratégiáját. A szervezet meghirdette az „MRSZ 2020” stratégiai programját, amelynek legfőbb célja az iparág összefogásának és elismertségének támogatása. A Reklámszövetség Közgyűlése a megüresedett Elnökségi tagok helyére két új tisztviselőt választott: a média szektorban Guttengéber Csaba (Atmedia Kft.) és az OOH Tagozat képviselőjében Hantosi Bálint, az OOH Tagozat elnöke (Outdoor Média Audit Kft.) került a 24 tagú Elnökségbe.

Urbán Zsolt, az MRSZ elnöke beszámolójában arra hívta fel a figyelmet, hogy a 2012-2016 közötti időszak rámutatott a Szövetség és az iparág gyengeségeire, de irányt is mutatott az iparágban betöltendő szerepére. Ezért sokkal tudatosabb stratégia mentén, akár középtávon tervezve és az iparág lehető legtöbb szereplőjét bevonva kell dolgozni a szakma pozicionálásán.

*Az MRSZ elnöke bejelentette: „alapvető attitűd váltásra van szüksége az iparágban, hiszen mind a szabályozók, mind az iparág média fókusszal közelíti meg a szakmát. **Az MRSZ ennek érdekében 2017-ben előkészít egy hosszútávú stratégiát és akciótervet, az MRSZ 2020 programot, amely segíti a kommunikációs iparágat saját pozicionálásában és a paradigmaváltásban.**” Az MRSZ 2020 stratégia kidolgozására munkacsoport jön létre, ahol mind a Reklámszövetség, mint a szélesebb szakma számára látható és hosszú távon eredményeket hozó reformok kerülnek kidolgozásra. Az MRSZ a reformok előkészítésébe a jelentős társszövetségeket is be kívánja vonni annak érdekében, hogy a program elnyerje a teljes szakma támogatását.*

A Közgyűlési beszámoló során Urbán Zsolt összefoglalta továbbá az MRSZ 2016. évi munkáját és annak eredményeit, valamint a szövetség tervezett pénzügyi eredményeit. Hivatal Péter Ügyvezetőségi Tag a Reklámtorta és a reklámgazdasági hatástanulmány bemutatása során hangsúlyozta, hogy a Magyar Reklámszövetség egyik célja, hogy megalapozott kutatási adatokkal dolgozzon tovább az iparág elismertségének növelésén, az iparági érdekek védelmén. A tagozatok munkájáról Kardos Gábor, az IAB Hungary alelnöke, az MRSZ Elnökségének tagja; Dr. Pánszky Gyula, a Jogi Tagozat elnöke és Hantosi Bálint, az

újjászerveződött OOH Tagozat elnöke számolt be. Fülöp Szilvia főtitkár az MRSZ szabályozási munkájáról tartott előadásában hangsúlyozta, hogy sok erőforrást emésztett fel 2014. és 2016. között a számos váratlan szabályozási változáshoz való alkalmazkodás, így a reklámadó és annak többszöri módosítása, a reklámtörvény módosítása az ún. bónusztörvény és a legutóbb a közterületi szegmens indokolatlan szabályozása is. Kiemelte, hogy az MRSZ szakmai felkészültsége és aktivitása elősegítették, hogy a Reklámszövetség hiteles képviselőként tudott fellépni a kormányzatnál a Reklámadó különböző módosítási szakaszaiban. A jelenleg hatályos (a 20%-os büntetőadó helyett az 5,3 %-os egységes) reklámadó módosítást és az Európai Bizottság döntését egyértelműen befolyásolták az észrevételeink.

AZ MRSZ tisztségviselői:

<http://mrsz.hu/a-szovetsegrol/tisztsegviselok>

További információ:

Fülöp Szilvia

főtitkár

Mobil: +36 70 333 2 555

fulop.szilvia@mrsz.hu

info@mrsz.hu