

Magyar Reklámszövetség OOH (Közterület) Tagozatának sajtóközleménye  
2017. szeptember 8.

## Az MRSZ OOH Tagozatának szakmai ajánlása a közterületi kampányok indításának folyamatáról 2017. szeptember 1-től

*Budapest, 2017. szeptember 8. - A Magyar Reklámszövetség OOH (Közterület) Tagozata elkészítette szakmai ajánlását a közterületi kampányok indításának szeptember 1-től életbe lépő egységesített folyamatára. A valamennyi közterületi szereplő által támogatott folyamat optimalizálást az ebbe szükségessé, hogy erős piaci igény merült fel a reklám kihelyezés menetének egységesítése az EU-s gyakorlathoz való igazodás, minőség- és törvényi előíroknak való megfelelés ellenőrzése, településkép tekintetében a minőség javítása, a folyamat optimalizálása, valamint környezetvédelmi szempontok előtérbe helyezése miatt.*

A Magyar Reklámszövetség OOH Tagozata kiemelt figyelmet szentel annak, hogy az Out of Home piac valamennyi szereplője folyamatos minőségi szolgáltatást nyújtson valamennyi piaci szereplő számára. Az OOH Tagozat fontosnak tartja a hirdetési folyamat pontos és hatékony működését - az első lépésétől az utolsóig - ezzel is hozzájárulva a kampányok sikeréhez. Az OOH Tagozat az elmúlt félévben a folyamat szereplőivel egyeztetve - köztük a legnagyobb magyarországi nyomdakkal is - alakította ki az optimalizált közterületi hirdetési folyamatot.

### **Tartósabb, szebb közterületi reklámok**

*A folyamat egységesítés során az OOH Tagozat kiemelt szempontként tartotta szem előtt, hogy a minőség ellenőrzésre szánt idő biztonsággal rendelkezésre álljon, amely mind a szebb településkép, mind a hirdető márkájának kiváló színvonalú megjelenését tudja garantálni.*

### **Biztos megfelelés a törvényi-, jogszabályi- és reklámetikai előírásoknak**

*Az MRSZ OOH Tagozatának tagjai a hirdetők által elfogadott kreatívokat tartalmi szempontból ellenőrzik az MRSZ Jogi Tagozatával és az ÖRT-vel együttműködve, hogy azok megfelelnek-e [a hatályos törvényi- és jogszabályi előírásoknak](#), valamint [a Magyar Reklámetikai Kódexben foglaltaknak](#). Mindezt a közterületi piaci szereplők üzletszabályzatukban (ASZF) is rögzítették. A törvényi- és jogszabályi-, valamint a reklámetikai megfelelés ellenőrzésének alapfeltétele, hogy a továbbiakban a közterületi reklámok kreatívjai időben leadásra kerüljenek, hiszen *elsősorban a hirdető érdeke, hogy a törvényi megfelelés ellenőrzése megtörténjen.**

### **Uniós gyakorlat követése**

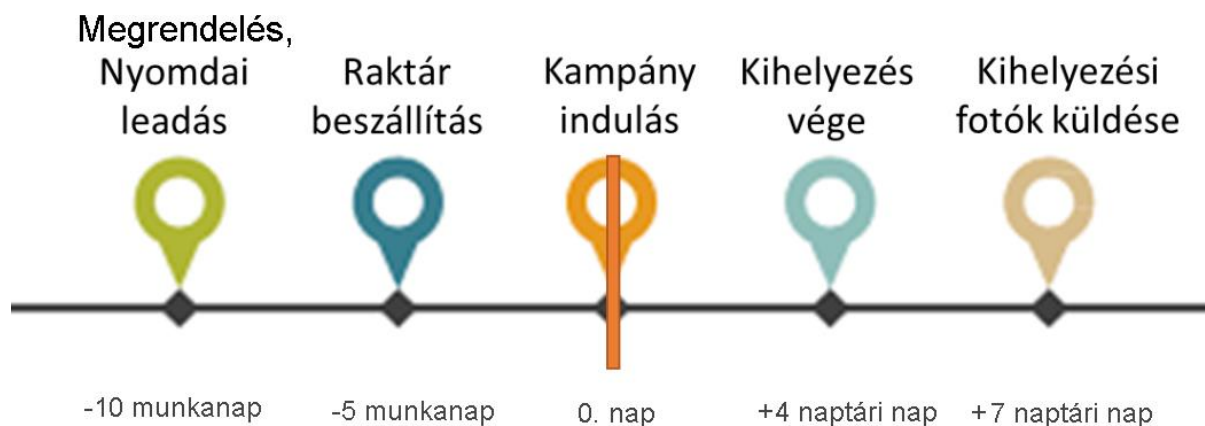
Az OOH Tagozat figyelembe vette a már bevált európai uniós gyakorlatot, és a hazai folyamatokat ehhez igazította. A kreatívok nyomdai leadását az európai uniós legtöbb országában a következő ciklus kezdete előtt 10 nappal zárják.

## A környezet megóvása – alacsonyabb CO<sub>2</sub> kibocsátás

Magyarországon közel 46.000 nyilvántartott közterületi hirdetőeszköz található az országot teljesen behálózva a fővárostól kezdve a megyeszékhelyeken, valamennyi városon, a legtöbb főútvonalon a legkisebb településekig bezárólag. Míg ezzel szemben jelenleg valamennyi közterületi hirdetés Budapesten kerül leosztásra, tehát ezek optimális eljuttatása a helyszínre komoly logisztikát, előzetes útvonaltervezést igényel. A módosított folyamat tehát környezetvédelmi szempontokat is figyelembe vesz, mivel az utóbbi években jelentős csúszások, késések voltak tapasztalhatók, így a számos plusz utat generálva a gépkocsival közlekedő plakátragasztók számára. A pontos leadási határidők tartásával jelentősen csökkenthető a CO<sub>2</sub> kibocsátás mértéke is. A késedelmi pótdíj alkalmazásával a piaci szereplők elsősorban azt kívánják elérni, hogy a plakátok időben érkezzenek be a raktárjaikba.

### Plakátok kihelyezésének folyamata 2017. szeptember 1-től:

2017. szeptember 1-től legkésőbb a kampány indulását megelőző 10. munkanapon a nyomdakész grafikai anyagot el kell juttatni a nyomda által megjelölt címre, kész plakát esetén legkésőbb a kampány indulását megelőző ötödik munkanapon a plakátokat hiánytalanul és kifogástalan minőségben kell leszállítani a cégek raktáraiba. Ennek elmulasztása esetén késedelmi és ragasztási pótdíjat számíthatnak fel. A késve érkezett plakátok kihelyezése a beérkezést követő 5. munkanapig történik meg. Már folyamatban van az érintett piaci szereplők direkt tájékoztatása (ügynökségek, hirdetőik) is.



A szakmai ajánlás a honlapról letölthető:

[http://mrsz.hu/cmsfiles/de/ca/OOH\\_szakmai\\_ajalnlas\\_hataridok\\_honlap\\_17.09.01..pdf](http://mrsz.hu/cmsfiles/de/ca/OOH_szakmai_ajalnlas_hataridok_honlap_17.09.01..pdf)

Az OOH piac szereplőinek a jövőben is egyik legfontosabb törekvése, hogy partnereit a határidőket betartva a lehető legjobb minőségben a törvényi előírásoknak mindenben megfelelően szolgálja ki. Ennek következő lépéseként *az MRSZ OOH Tagozata jelenleg a nyomdai sztenderdek kialakításán dolgozik, amelynek publikálása és bevezetése ősszel várható.*

**További információ:**

Fülöp Szilvia  
Főtitkár  
Magyar Reklámszövetség  
06 70 333 2 555  
[fulop.szilvia@mrsz.hu](mailto:fulop.szilvia@mrsz.hu)  
[www.mrsz.hu](http://www.mrsz.hu)

**Az MRSZ OOH Tagozatáról:**

<http://mrsz.hu/tagozatok/ooh>

Az MRSZ OOH Tagozata 19 piaci szereplőből álló szakmai csoportosulás, mely 2016. november 25-én tartott újjá alakuló taggyűlésén választott vezető tisztségviselőket. A tagok egyhangúlag megszavazták Hantosi Bálintot (Outdoor Media Audit Kft.) elnöknek, míg az elnökség tagjai sorába került Fecske Zoltán (Publimont Kft.), Szabó Henriett (Odex Outdoor Expert Kft.), Szelei Szilárd (JCDecaux Hungary Zrt.), Tarnócaj Zsolt (Kroc Kft.).

Az MRSZ OOH Tagozatának tagjai:

1. Alfa Palkát Kft.
2. DEFI Hungary Kft.
3. Euro-AWK Kft.
4. Hungaroplakát Kft.
5. Index Kommunikációs Kft.
6. JCDecaux Hungary Zrt.
7. Kroc Kft.
8. Mahir Citiposter Kft.
9. Neonlight Média Kft.
10. Urbanus Média Kft.
11. Pannon Plakát Kft.
12. Pont Reklám Kft.
13. Publimont Kft.
14. Servitum Kft.
15. IK Közterületi Kereskedelmi Kft.
16. TM Company Kft.
17. Odex Outdoor Expert Kft.
18. Outdoor Media Audit Kft.
19. OptiPoster Kft.