



A Magyar Reklámszövetség (MRSZ) sajtóközleménye

Az idén 45 éves Magyar Reklámszövetség közgyűlése 2 új elnökségi tagot választott

MRSZ 2020 program: megújul a reklámtorta, elérhető lesz a közterületi „white list”, fókuszban a reklámpiar fenntarthatósága és az önszabályozás

Budapest, 2020. január 21. - A Magyar Reklámszövetség közgyűlése január 15-én 2 új tisztségviselőt választott¹ a 24 tagú [elnökségben](#) megüresedett helyekre: a megbízó szektorba Lovas Tamást (Tízpróba Magyarország Kft. / Decathlon Hungary), a média szektorba Buzder Lantos Gábort (Central Média csoport Zrt.) szavazta be a tagság. 2020-ban az MRSZ az eddigi reklámtorta helyett két tortát mutat be: a média- és kommunikációs tortákat. A Reklámszövetség az idén kiemelt figyelmet fordít a reklámpiar fenntarthatóságára és az önszabályozásra. Az OOH (közterület tagozat) hamarosan elérhetővé teszi a white listet.

Az egyesület éves közgyűlésén Gulyás János az előző évet összegző és az idei év terveiről szóló [elnöki beszámolóját](#) az MRSZ elmúlt évekbeli érdekképviseleti tevékenységének értékelésével kezdte. Kiemelte: „A iparágat 2014-től sújtó szabályozási cunami közepette kicsit fellélegezhettünk, hiszen 2019. július elsejével felfüggesztették a reklámadót. Az MRSZ a szokásosnál is erősebben hallatta hangját az elmúlt években és számos érvet sorakoztatott fel a reklámadó ellen, mind annak negatív hatásait vagy éppen a reklámpiar gazdasági erejét megmutatva nemcsak itthon, de az Európai Bizottságnál is. Nem akarom túlértékelni a szerepünket, de azt gondolom, hogy a kormány döntésében az érveink is szerepet játszottak. A Reklámszövetség súlyát mutatja az is, hogy a Kormány az ősszel felkérte az MRSZ-t, vegyen részt abban a Kreatívipari Kerekasztalban, amelynek eredményeként az idén elkészülhet Magyarország kreatívipari stratégiája. Ebben sok feladat, rengeteg munka vár még ránk 2020-ban.”

¹ A megválasztott új elnökségi tagok a megválasztás napjától a jelenlegi ciklus végéig, a 2021 decemberében tartandó átfogó Tisztújító Közgyűlésig vagy legkésőbb 2021. december 31-ig gyakorolják tisztségüket.

20 éves jubileumán megújul a reklámtorta

2020-tól az MRSZ a továbbiakban két tortát mutat be az eddigi [reklámtorta](#) helyett: egy az eddiginél szűkebb médiaköltés tortát és egy bővebb ún. kommunikációs költés tortát.

- (1) A médiatorta célja, hogy pontosabban felmérje a hirdetők befektetéseit a médiában történő közzétételi költségek terén. A médiatorta homogén adatokat, s kizárólag a médiánál megjelenő költségeket tartalmazza teljesen egységes szempontrendszer szerint.
- (2) A kommunikációs tortával egy olyan teljeskörű piaci adatot kíván létrehozni a Reklámszövetség, amely tükrözi a hirdetők teljes külső marketingkommunikációs befektetéseinek méretét, változását.

A 2019-es számokat az MRSZ a társzövetségekkel és az új partnerekkel karöltve márciusban mutatja be.

Kiemelt figyelmet kap a reklámpiar fenntarthatósága és az önszabályozás

Gulyás János a beszámolójában kitért az MRSZ ősszel indított [Zöld Bolygó programjára](#) is, melynek részeként már februárban várható a Zöld Bolygó Nagydíj pályázat kiírása.

Az elnök kiemelte, hogy az MRSZ honlapján hamarosan elérhető lesz az OOH ún. közterületi „white list”-je, amelyből a hirdetők tájékozódni tudnak azokról az outdoor reklámfelületekről, amelyek mindenben megfelelnek a jogszabályi előírásoknak.

A 2020-as tervekben szerepel még az önszabályozással, iparági normák kialakításával kapcsolatos közös gondolkodás elindítása olyan aktuális témákról, mint például az ingyenes reklámküldemények jelenlegi disztribúciós rendszerének és egyéb folyamatainak átalakítása; továbbá a reklámpari szektorok hosszú távú fenntarthatóságáról párbeszéd elindítása; valamint az adattudatosság (adatbiztonság, adat önrendelkezés) témájában konzultációk indítása, hogy miként lehet segíteni a fogyasztókat a digitális térbe kikerülő adataik tudatos kezelésében.

További információ:

Fülöp Szilvia

főtitkár

Mobil: +36 70 333 2 555

fulop.szilvia@mrsz.hu

info@mrsz.hu

A Magyar Reklámszövetség teljes, 24 tagú elnöksége a január 15-én megszavazott új elnökségi tagokkal kiegészülve:

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

- Gulyás János elnök (Wavemaker Hungary Kft.)

Megbízói szektor:

- Baráth Péter (Vodafone Magyarország Zrt.)
- Beke Zsuzsa (Richter Gedeon Nyrt.)
- Lovas Tamás (Tízpróba Magyarország Kft. / Decathlon Hungary)
- Mérő Ádám (Coca-Cola Magyarország Kft.)
- Nagy Bálint - egyéni tag
- Szabó Béla (Magyar Telekom Nyrt.)

Média szektor:

- Bíró Pál (Google Information Technology Services Limited Hungary)
- Buzder Lantos Gábor (Central Médiasoport Zrt.)
- Guttengéber Csaba (Atmedia Kft.)
- Hivatal Péter - egyéni tag
- Kardos Gábor (Magyar Jeti Zrt.)
- Vidus Gabriella (M-RTL Televízió Zrt.)

Szolgáltató szektor:

- Blaskó Nikolett (ACG Reklámügynökség Kft.)
- Faludi Péter (Havas Média Hungary Kft.)
- Liptay Gabriella - (KPMG Hungária Kft.)
- Novák Péter (Dentsu Aegis Network Hungary)
- Pőcze Balázs (Mito Communications Zrt.)
- Urbán Zsolt (1080P Solution Agency Kft.)

Elnökség tagozati képviselői:

- Fecske Zoltán, OOH Tagozat (Publimont Kft.)
- Hantosi Bálint, OOH Tagozat (Outdoor Media Audit Kft.)
- Dr. Nemes Ákos, Jogi Tagozat (Dr. Nemes Ákos Ügyvédi Iroda)
- Sopov István, IAB (Sales Contact Kft.)
- Szelei Szilárd, OOH Tagozat (JCDecaux Hungary)