**A szakma felelőssége, hogy jó ütemben válaszoljon a környezet kihívásaira**

*Dr. Fazekas Ildikó kapta a Magyar Marketing Szövetség Életműdíját*

**Az elmúlt esztendők során összesen öten kapták meg a rangos elismerést, amelyet minden évben a** [**Marketing Summit**](https://marketingsummit.hu/)**-on, a szakma csúcstalálkozóján adnak át ünnepélyes keretek között. Ebben az évben, a sorban hatodikként *Dr. Fazekas Ildikó*, az Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT) igazgatója vehette át a szakmai díjat. A szakember úgy vallja, hogy a marketing széleskörű lehetőségei hatalmas felelőséggel is párosulnak, amely különösen a jelenlegi bizonytalan, kapaszkodó nélküli közegben ruházza fel kiemelt szereppel a szakmát.**

A Magyar Marketing Szövetség (MMSZ) [orientációs értékteremtése keretében](https://marketing.hu/dijak) minden évben elismeri és bemutatja a legsikeresebb marketingvezetőket, az év legkiválóbb marketing és digitális megoldásait, illetve kampányait, valamint a legjobb városmarketing projekteket. Az MMSZ Tonk Emil Életműdíj ugyanakkor a szakmai szervezet egyik legfontosabb díja, hiszen azzal egy kiteljesedett, a marketingszakma egésze érdekében végzett, eredményes szakmai életutat ismerünk el - mondja *Hinora Ferenc*, az MMSZ elnöke.Az idei díjazott számára a szervezet elnöke és *Dr. Papp-Váry Árpád* alelnök nyújtotta át az elismerést múlt hét csütörtökön, a Várkert Bazár színpadján.

Alig akad olyan szakember hazánkban, aki ne ismerné *Dr. Fazekas Ildikó* nevét, hiszen a szakember elévülhetetlen érdemeket szerzett a marketing és reklámszakma hazai felsőoktatásában (Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar, Budapesti Corvinus Egyetemen, Budapesti Metropolitan Egyetem, ~~győri Széchenyi Egyetem~~), a szakma elismertségének és presztízsének növelésében, illetve az etikus reklámozási gyakorlat meghonosításában. A díjazott a marketingszakmából érkezett, ugyanis eredetileg piacszervező szakközgazdászként (akkor még így hívták a marketinget) végzett, majd mielőtt egyetemi oktató lett, olyan cégek marketingeseként dolgozott, mint a Fővárosi Bútor Hangszer Sportszer Kiskereskedelmi Vállalat, vagy a Caola-Schwarzkopf. Ezt követően Ildikó - a felsőoktatás világából némileg kilépve - a reklám önszabályozása felé fordult és több mint negyedszázada, egészen pontosan 26 éve az Önszabályozó Reklám Testület vezetője. Nevéhez fűződik többek között a Reklámetikai Kódex ~~létrehozása és annak~~ folyamatos frissítése is. Munkáját nemcsak Magyarországon, de külföldön is elismerik. Az Európai Önszabályozó Szervezet (EASA) korábbi elnökeként, jelenleg a szervezet elnökségi tagjaként is aktívan dolgozik. Sőt, kezdeményezésére az öreg kontinensen túlmutató, globális nyomtatékot is kapott a reklámok önszabályozásának megkerülhetetlen kérdése.

*Dr. Fazekas Ildikó* azt vallja, hogy a marketing művelőinek szeretniük kell a szakmát, és bármilyen pozícióban, szerepkörben is dolgoznak, túl kell lépniük a napi rutinokon, folyamatosan elemezve, vizsgálva az adott piac szempontjából releváns környezeti, társadalmi és fogyasztói közeget, dinamikát. A szakember szerint a fő szabály mindig az lehet, hogy ne csapjuk be a fogyasztót, mert az már rövidtávon is árt a márkának és ráadásul a reklámba, illetve a szakmánkba vetett hitet is rombolja. A szakma csodája pedig éppen az, hogy egy fizikai termékből értékkel felruházott, időtálló és életképes márkákat építhetünk. A marketing azért szép és különleges szakma, mert változatos, kreatív és stabil szakmai alapokon nyugvó, mégis rugalmas megoldások folyamatos alkalmazását igényli – vallja a szakember. A marketingesek számára mára már káprázatosan széleskörű eszközrendszer áll rendelkezésre annak érdekében, hogy hatást érjenek el, mindez ugyanakkor hatalmas felelősséggel is társul – figyelmeztet *Dr. Fazekas Ildikó*.

Napjainkban a fogyasztóknak is lépten-nyomon új technológiákat, új szempontokat, új kifejezéseket kell megismerniük, a megalapozott fogyasztói döntés kialakításában a marketingnek pedig meghatározó szerepe van, amellyel akkor tud a szakma felelősségteljesen élni, ha közös ügyek mentén összekapcsolódva irányt mutat, támpontot ad a fogyasztók széles rétegei számára. Ilyen orientációs pont az ÖRT, az MMSZ és a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ) által nyár elején életre [Green Pledge](https://marketing.hu/index.php/cikkek/zold/green-pledge-projekt-vallalast-tett-a-reklamipar) vállalás is, amely azt ösztönzi, hogy a hirdetők és az ügynökségek a reklámkészítés folyamata során kiemelt figyelmet fordítsanak a környezetvédelemre, a környezet és a magatartási formák megfelelő ábrázolására, és a green-washing (megtévesztő zöld állítások) elkerülésére.

Ebben az előremutató szakmai kezdeményezés életrehívásában szintén elévülhetetlen érdemei vannak az idei évben Életműdíjjal kitüntetett Dr. Fazekas Ildikónak, akinek ezúton is sok szeretettel gratulálunk életutat átívelő szakmai sikereihez, és további sok lendületet, jó egészséget kívánunk szakmai munkájához!

Budapest, 2022. szeptember 21.

Magyar Marketing Szövetség