**Sajtóközlemény**   
**AI és reklám - DIMSZ-ÖRT workshop**

**Azonnali közlésre!**

**Milyen hatása lesz a mesterséges intelligenciának a reklámozási gyakorlatra?**

**A mesterséges intelligencia és a reklámozás közös kapcsolódási pontjainak bemutatására szervezett workshopot a DIMSZ Adatvezérelt Marketing Szövetség, valamint az Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT). Hogyan képzeljük el a jövő reklámozási gyakorlatát a közzétételi és az alkotási szakaszokban? Melyek azok a területek, ahol már megjelent vagy hamarosan megjelenik az AI? Lehet-e a mesterséges intelligencia etikus, lehet-e etikusságra tanítani? Milyen szerepe kell, hogy legyen a szabályozásnak és az önszabályozásnak ezen a területen?**

Ezekre a kérdésekre adtak választ a meghívott szakemberek, akik komoly gyakorlati múlttal rendelkeznek akár az AI alkalmazási, de akár szabályozási területén is. Az esemény felvezetőjeként Soós Edina az NMHH kutatási munkatársa foglalta össze a közelmúltban a DIMSZ-szel közösen készített adatvédelemmel kapcsolatos fogyasztói kutatás legfontosabb tanulságait. Szertics Gergely a PHI Institue, valamint Szepes Zsolt a Business.Crane képviselője a marketing szakma kihívásait és az AI gyakorlati alkalmazási területeit mutatták be, a szabályozási háttérről és compliance szempontjairól pedig dr. Domonkos Márton a CMS Jogi Iroda képviselője és dr. Firniksz Judit a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Kutató Központjának kutatója beszéltek előadásaikban. Az AI gyakorlati alkalmazásairól mutattak be esettanulmányt előadóink Vadász Illés (Google), Brenkus Krisztián (Szerencsejáték Zrt) és Mondovics Péter (Mastercard) részéről.

Nem az a kérdés ma már, hogy a mesterséges intelligencia használata megjelenik-e a marketing kommunikáció területén, hanem az, hogy milyen gyorsan ahogy Szertics Gergely is rámutatott az előadásában, illetve az is, hogy annak etikus alkalmazására mennyire készült fel a szakma. A legfontosabb kérdés most a megfelelő szabályozás és önszabályozási keretrendszer megalkotása lesz, amely iránymutatást ad majd a reklámkészítésben részt vevő szakemberek számára - nyilatkozta dr. Fazekas Ildikó az ÖRT igazgatója

Az adatvezérelt eszközparkban évek óta jelen vannak a mesterséges intelligencia alapú megoldások. A különböző elemzések, predikciók, szegmensképzések, ajánlómotorok, automatizációs megoldások már a kezdetek óta igyekeztek beépíteni az MI képességeit, ezek mára már szinte elképzelhetetlenek az AI nélkül. A kreatív szakterületekre való megérkezés pedig egy újabb fejezet ebben a történetben. Míg a korábbi szakaszban a képességek kiteljesedése jelent meg lehetőségként, most az emberi feladatok egy részének helyettesítése is feltűnik a horizonton. Lehetőségünk, de egyúttal felelősségünk is, hogy jó irányba tereljük ezt a folyamatot – fogalmazott Huszics György, a DIMSZ elnöke.

Az adatvezérelt területen dolgozó döntéshozóknak elengedhetetlen, hogy lássák és megismerjék a mesterséges intelligencia használatában rejlő lehetőségeket, ugyanakkor tisztában legyenek a vele járó kockázatokkal is. Hiszünk abban, hogy ez a tudáscsere hozzájárulhat a magyar reklám ökoszisztéma átláthatóbb, hatékonyabb és fenntarthatóbb működéséhez - fűzte hozzá Somogyi Endre, a DIMSZ főtitkára.

Az ÖRT számára az AI már most is kiváló eszközt jelent, hiszen ennek segítségével tudjuk a monitoring tevékenységünk során a digitális reklámokat összegyűjteni és elemezni függetlenül attól, hogy azok például időben csak korlátozottan jelennek meg. A hihetetlen mennyiségű reklám összegyűjtésére és előszűrésére az AI hatékony munkaeszköznek bizonyul, de a részletes vizsgálathoz továbbra is szükség van az emberi erőforrásra, a speciális szaktudásra. A marketingesek mesterséges intelligenciával kapcsolatos szaktudása a jövőben kiemelten fontos lesz, ezért is tartottuk fontosnak, hogy a DIMSZ-vel közösen szervezzünk e téma köré esemény. A sikert mi sem bizonyítja jobban, hogy a kiváló előadók azonnal elfogadták a felkérésünket és közel 60 fő elégedetten távozott az eseményről. - hangsúlyozta Gerendi Zsolt az ÖRT főtitkára.

----

A 2 szakmai szervezetről röviden:

**Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT)**

25 évvel ezelőtt, a reklámpiaci szereplők által alapított szervezet stratégiai feladata, hogy a reklámozás területén a reklámozásra vonatkozó szabályozásban az önszabályozás mint a jogi szabályozás kiegészítője, helyettesítője elfogadott legyen. (ld. „Better regulation”) Ennek érdekében a testület feladata a társadalmi érzékenység elemzése, annak figyelembevétele, a hatóságokkal és jogalkotókkal való kapcsolattartás. Az ÖRT konkrét tevékenységei – Magyar Reklámetikai Kódex gondozása a Magyar Reklámszövetséggel közösen, reklámok előzetes véleményezése, edukáció, útmutatók készítése és workshopok szervezése az etikus reklámozási gyakorlat érdekében, panaszkezelés, valamint monitoring vizsgálatok készítése - a szakma szereplőinek napi munkáját is segítik.

**DIMSZ - Adatvezérelt Marketing Szövetség**

A DIMSZ a hazai adatvezérelt marketing piac szereplőinek érdekképviseletét látja el. Fő irányvonala a közös ágazati kommunikáció, valamint az adatvezérelt kommunikáció elismertségének erősítése mind a marketingkommunikációs szakma, mind a fogyasztók felé. Kiemelten foglalkozik az adatvédelmi és a területhez kapcsolódó fogyasztóvédelmi kérdésekkel, az adatvezérelt eszközparkot érintő innovációkkal, technológiai újdonságokkal, valamint szakmai események és workshopok megrendezésével. Közel 70 tagvállalata kilenc szakterületi tagozat munkájában vesz részt.