

POLITYKA HANDLOWA AMS S.A.

1. Postanowienia ogólne

1. Niniejsza polityka handlowa (Polityka Handlowa) reguluje warunki cenowe zakupu Kampanii Reklamowych na Stacjonarnych Nośnikach Reklamowych AMS S.A. (AMS).
2. Polityka Handlowa nie dotyczy ogłoszeń społecznych, kampanii wyborczych/ogłoszeń partii politycznych, transakcji z Jednostkami sektora finansów publicznych - zawieranych bezpośrednio pomiędzy tymi jednostkami a AMS, umów o wzajemnej wymianie świadczeń i kompensacie, a także umów zawieranych z wszelkimi instytucjami państwowymi lub samorządowymi, w tym Instytucjami kultury, a także z podmiotami należącymi do Grupy Kapitałowej Agora.
3. Polityka Handlowa jest skierowana do osób niebędących konsumentami w rozumieniu przepisów art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny. Osoby, które są konsumentami w rozumieniu Kodeksu cywilnego proszone są o kontakt z przedstawicielami AMS w celu zawarcia umowy świadczenia usług reklamowych na warunkach indywidualnie określonych.

2. Definicje

1. Pojęcia pisane wielką literą, w zakresie nieokreślonym przez Politykę Handlową, mają znaczenie nadane im w Zasadach Ogólnych Ekspozycji Reklam na Nośnikach reklamowych AMS S.A.
2. Wyrazy i wyrażenia pisane wielką literą w Polityce Handlowej mają następujące znaczenie:

Cena katalogowa – cena Ekspozycji Reklam na Nośniku reklamowym wynikająca z aktualnie obowiązującego w AMS Cennika.

Cennik – Cennik Ekspozycji Reklam na Stacjonarnych Nośnikach Reklamowych AMS S.A.

CPP (Cost Per Point) – cena za 1 Rating (1 GRP).

Deklaracja – deklaracja wydatków netto na Kampanie Reklamowe Klienta/ Reklamodawcy, na rzecz którego działa dany Klient.

Dopłata – dopłata za dodatkową świadczoną przez AMS usługę zgodnie z zasadami Polityki Handlowej.

Ekspozycja – Miesięczna lub półmiesięczna prezentacja reklam na Nośnikach reklamowych realizowana w skali jednego miesiąca kalendarzowego, z możliwością zmiany okresu Ekspozycji na 30/14 dni w przypadku zmiany kalendarza klejeń w AMS.

GRP (Gross Rating Points) – suma Ratingów w Kampanii Reklamowej.

IBO – Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o. o.

Inne usługi – usługi świadczone przez AMS na warunkach indywidualnie uzgodnionych z Klientem, dotyczące projektów specjalnych, City Transportu, Digital OOH, druku Reklam, Przeklejek.

Instytucje kultury – podmioty w rozumieniu Ustawy z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej.

Jednostki sektora finansów publicznych – podmioty w rozumieniu Ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, w szczególności: Centralne Organy Administracji Rządowej, Jednostki Samorządu Terytorialnego, pozostałe kategorie jednostek sektora finansów publicznych z wyłączeniem przedsiębiorstw, banków i spółek prawa handlowego.

Kampania Reklamowa – usługa Ekspozycji Reklam i/lub Inne usługi wykonywane przez AMS na podstawie Zamówienia.

Klient – podmiot zawierający z AMS Zamówienie, którego przedmiotem jest wykonanie Kampanii Reklamowej.

Multiformat – Kampania Reklamowa realizowana na różnych typach Nośników reklamowych i różnych formatach w trakcie jednej Ekspozycji.

Nośniki reklamowe – stacjonarne nośniki reklamowe typu Citylight, Billboard, Backlight, Cityscroll oraz Frontlight niezależnie od wymiarów powierzchni ekspozycyjnej na tychże Nośnikach, na których AMS eksponuje Reklamy.

Ogólne Zasady – Ogólne Zasady Ekspozycji Reklam na Nośnikach Reklamowych AMS S.A.

Outdoor Track – badanie widoczności Nośników reklamowych wykonane przez IBO w oparciu o metodologię Route.

Pakiet – opcja zakupu Kampanii Reklamowej, w której Klient otrzymuje zbiór Nośników reklamowych określonych formatów opisany wartością wskaźników mediowych. Pakiet nie podlega Selekcji.

Przedziały – 10 kategorii Nośników reklamowych o określonej widowni wyrażonej parametrem liczby kontaktów - VAC (P1-P10).

Rabat – każde obniżenie ceny za Ekspozycję Reklamy zgodnie z zasadami Polityki Handlowej.

Rating – liczba kontaktów z nośnikami reklamowymi stanowiąca 1% populacji badania Outdoor Track, tj. wszystkich w wieku 15-65 lat.

Reklamodawca – podmiot, którego towary lub usługi są przedmiotem Reklamy.

Umowa ramowa roczna – umowa zawarta pomiędzy Klientem a AMS, dotycząca wykonania Kampanii reklamowych, w danym roku kalendarzowym, zawierająca istotne warunki handlowe.

Wydatki na Kampanie reklamowe netto – kwoty zafakturowane przez AMS z uwzględnieniem należnych rabatów i dopłat za usługi Kampanii Reklamowej, w tym wydatki z tytułu wynagrodzenia za Inne usługi, bez podatku VAT, z wyjątkiem kary umownej za odstąpienie od Zamówienia przewidzianej w Ogólnych Zasadach.

Wydatki roczne netto – wydatki na Kampanie reklamowe netto, w tym kwoty zafakturowane tytułem wynagrodzenia za Inne usługi, bez podatku VAT. Wydatki

roczne netto dotyczą Kampanii reklamowych zrealizowanych w danym roku kalendarzowym.

Wyłączność – Ekspozycja Reklam jednego Reklamodawcy na wszystkich Nośnikach reklamowych typu Citylight zamontowanych na pojedynczej wiacie przystankowej lub na pojedynczym słupie reklamowym.

Wyłączność branżowa – Ekspozycja Reklam Reklamodawcy na Nośnikach reklamowych typu Citylight zamontowanych na pojedynczej wiacie przystankowej lub na pojedynczym słupie reklamowym, z wyłączeniem eksponowania na danej wiacie lub słupie Reklam dotyczących usług lub towarów tego samego rodzaju.

VAC (Visibility Adjusted Contacts) – wielkość widowni Nośnika reklamowego wyrażona liczbą kontaktów, określoną w badaniu Outdoor Track, zrealizowanym przez IBO.

Selekcja – indywidualny dobór Nośników reklamowych dokonywany przez Klienta z przedstawionej przez AMS puli dostępnych Nośników reklamowych.

Zamówienie – umowa, której przedmiotem jest Ekspozycja Reklamy i/lub Inna usługa, (lub inne pisemne porozumienie, włączając porozumienie za pomocą poczty elektronicznej) zawarta pomiędzy Klientem a AMS, określająca co najmniej przedmiot Reklamy, okres Kampanii Reklamowej, liczbę i typ Nośników reklamowych oraz kwotę wynagrodzenia netto.

3. Opcje zakupu Kampanii Reklamowych

1. Dostępne opcje zakupu Kampanii Reklamowych określa Polityka Handlowa oraz Cennik każdorazowo publikowane na stronach internetowych AMS.
2. AMS zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w przyjętych opcjach zakupu oraz do czasowego ograniczenia dostępności wskazanych opcji zakupu.
3. Stawki wynagrodzenia opublikowane w Cenniku dotyczą miesięcznej (miesiąc kalendarzowy)/30 dniowej Ekspozycji Reklam. W przypadku, gdy okres Ekspozycji Reklam wynosi pół miesiąca kalendarzowego/14 dni, stawka wynagrodzenia obliczana jest z zastosowaniem mnożnika 0,70.
4. Wartość Zamówienia obliczana jest na podstawie Cennika obowiązującego w dniu, w którym dokonywana jest wycena danej Kampanii Reklamowej.
5. Zakup Kampanii Reklamowej w AMS możliwy jest według jednej z poniższych opcji:
 - a) Zakup Kampanii Reklamowej według opcji z ograniczoną Selekcją oznacza, że Klient otrzymuje przedstawioną przez AMS ofertę z pulą dostępnych Nośników reklamowych z prawem Klienta do dokonania Selekcji w zakresie określonym polityką rabatową, o której mowa poniżej w pkt 6.1.c.
 - b) Zakup Kampanii Reklamowej według opcji Cennikowej oznacza, że Klient ma prawo do dokonania Selekcji Nośników reklamowych w stosunku do wszystkich zaoferowanych przez AMS Nośników reklamowych w granicach ich dostępności.

- c) Zakup Kampanii Reklamowej według opcji Pakietowej oznacza, że Klient otrzymuje zbiór Nośników reklamowych określonych formatów opisany wartością wskaźników mediowych. Opcja Pakietowa nie podlega Selekcji
- 6. Wysokość należnego AMS wynagrodzenia z tytułu wykonania Innych usług jest każdorazowo ustalana w wyniku indywidualnie podjętych negocjacji z Klientem.

4. Zasady naliczania Dopłat i Rabatów

- 1. Wartość wynagrodzenia należnego AMS z tytułu wykonania Kampanii Reklamowej podlega Dopłatom oraz Rabatom na warunkach określonych w Polityce Handlowej.
- 2. W przypadku zakupu Kampanii Reklamowej cena opublikowana w Cenniku powiększana jest w pierwszej kolejności o należne Dopłaty. Każda kolejna Dopłata naliczana jest od kwoty powstałej po naliczeniu poprzedniej Dopłaty. Tak obliczona wartość zostaje następnie obniżona o przysługujące Klientowi rabaty. Każdy kolejny Rabat obliczany jest od kwoty pozostałej po odjęciu rabatu poprzedzającego.

5. Dopłaty

- 1. Do cen za Ekspozycję Reklam dolicza się następujące Dopłaty:
 - a) **Dopłata za Wyłącznieść** - wynosi 100 % wartości cennikowej Ekspozycji na wszystkich Nośnikach reklamowych w danej wiacie lub na słupie reklamowym, objętych Wyłącznieścią.
 - b) **Dopłata za Wyłącznieść branżową** - wynosi 50% wartości cennikowej Ekspozycji na wszystkich Nośnikach reklamowych w danej wiacie lub na słupie reklamowym, objętych Wyłącznieścią branżową.
 - c) **Dopłata za umieszczenie Reklamy napoju alkoholowego** - wynosi 11,11% wartości cennikowej Ekspozycji Reklam dotyczących napoju alkoholowego.

6. Rabaty

- 1. AMS może udzielić Klientowi następujących rabatów:
 - a) Rabat za wydatki Reklamodawcy,

RABAT ZA WYDATKI REKLAMODAWCY	
zadeklarowane wydatki w zł:	poziom rabatu
≤ 49 999	1,0%
50 000 - 99 999	1,5%
100 000 - 199 999	2,0%
200 000 - 299 999	2,5%
300 000 - 499 999	3,0%
500 000 - 749 999	3,75%
750 000 - 999 999	4,5%
1 000 000 - 1 499 999	5,5%
1 500 000 - 1 999 999	6,5%
2 000 000 - 2 999 999	7,5%
≥ 3 000 000	do negocjacji

b) Rabat agencyjny,

RABAT AGENCYJNY	
zadeklarowany budżet netto	wysokość prowizji
≤999 999	3,0%
1 000 000 - 4 999 999	5,0%
5 000 000 - 14 999 999	10,0%
≥ 15 000 000	15,0%

c) Rabat za ograniczoną Selekcję,

RABAT ZA OGRANICZONĄ SELEKCJĘ	
selekcja	poziom rabatu
do 10% liczby nośników	5,0%
do 5% liczby nośników	10,0%

d) Rabat warunkowy.

2. **Rabat za wydatki Reklamodawcy** przydzielany jest Klientowi, o ile dany Klient w terminie do dnia 29 lutego 2020 roku złoży Deklarację wydatków netto danego Klienta lub Reklamodawców, na rzecz których działa i wykona daną Deklarację zgodnie z jej postanowieniami. Rabat za wydatki Reklamodawcy jest przydzielany także w oparciu o faktyczne roczne wydatki Klienta/Reklamodawcy.

3. W przypadku, gdy złożona przez Klienta Deklaracja dotyczy więcej niż jednego Reklamodawcy, do określenia Rabatu za wydatki roczne dla konkretnego Reklamodawcy będą brane pod uwagę wyłącznie zadeklarowane wydatki netto tego Reklamodawcy.
4. Wysokość Rabatu za wydatki Reklamodawcy dla Klientów, którzy nie złożyli Deklaracji, jest wyliczana progresywnie, zgodnie z tabelą rabatową określoną w Polityce Handlowej. Metoda progresywnego naliczania Rabatu za wydatki Reklamodawcy oznacza, że wysokość Rabatu za kolejne Kampanie reklamowe wyliczana jest na podstawie sumy Wydatków netto planowanej Kampanii Reklamodawcy oraz już zrealizowanych od 1 stycznia 2020 roku.
5. Wykonanie Deklaracji oznacza realizację zadeklarowanych Wydatków rocznych netto. Brak wykonania Deklaracji wiąże się z obowiązkiem zwrotu lub korekty Rabatu za wydatki Reklamodawcy. Zwrot lub korekta Rabatu za wydatki Reklamodawcy nastąpi w formie korekty faktur do każdego Zamówienia objętego Rabatem za wydatki Reklamodawcy, odpowiednio do pkt. 7.8 Polityki Handlowej.
6. **Rabat agencyjny** przydzielany jest wyłącznie Klientowi, który jest domem mediowym lub agencją reklamową.
7. Rabat agencyjny jest przydzielany, o ile dany Klient w terminie do dnia 29 lutego 2020 roku złoży Deklarację i wykona daną Deklarację zgodnie z jej postanowieniami. Rabat agencyjny jest także przydzielany w oparciu o faktyczne wydatki Klienta.
8. Wysokość Rabatu agencyjnego jest wyliczana progresywnie, zgodnie z tabelą rabatową określoną w Polityce Handlowej. Metoda progresywnego naliczania Rabatu agencyjnego oznacza, że wysokość Rabatu agencyjnego za kolejne Kampanie reklamowe wyliczana jest na podstawie sumy Wydatków netto planowanej Kampanii Klienta oraz już zrealizowanych od 1 stycznia 2020 roku.
9. Wykonanie Deklaracji oznacza realizację zadeklarowanych Wydatków rocznych netto. Brak wykonania Deklaracji wiąże się z obowiązkiem zwrotu lub korekty Rabatu agencyjnego. Zwrot lub korekta Rabatu agencyjnego nastąpi w formie korekty faktur do każdego Zamówienia objętego Rabatem agencyjnym, odpowiednio do pkt. 7.8 Polityki Handlowej.
10. **Rabat za ograniczoną Selekcję** jest przydzielany Klientowi, który dokonał zakupu Kampanii Reklamowej i dokonał Selekcji nie większej niż 10% przedstawionej oferty, zgodnie z tabelą rabatową określoną w Polityce Handlowej.
11. **Rabat warunkowy** jest przyznawany w oparciu o podjęte z Klientem indywidualne negocjacje, a jego wysokość jest uzależniona m.in. od typu Nośników, na jakich dana Kampania Reklamowa ma być realizowana, rodzaju Innych usług świadczonych w związku z daną Kampanią Reklamową oraz od okresu, w którym dana Kampania Reklamowa ma się odbyć i rodzaju prowadzonej przez Reklamodawcę działalności.

12. Dla potrzeb naliczenia należnych Klientowi/Reklamodawcy rabatów, AMS uwzględni Wydatki na Kampanie reklamowe netto, w tym Inne usługi dokonane w AMS przez danego Klienta/Reklamodawcę w okresie od 1 stycznia 2020 roku do dnia 31 grudnia 2020 roku.

7. Postanowienia końcowe

1. Wszystkie uzgodnienia handlowe podejmowane w trakcie negocjacji podobnie jak treść Zamówień, umów ramowych i porozumień zawieranych w formie poczty elektronicznej oraz wszelkie informacje lub dane uzyskane przez strony w związku z ich zawarciem stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i nie mogą być ujawniane jakimkolwiek osobom trzecim bez uprzedniej pisemnej zgody strony, której dotyczą, chyba że są one powszechnie znane, lub też obowiązek ich ujawnienia wynika z przepisów obowiązującego prawa lub prawomocnego orzeczenia sądu lub organu administracji lub następuje w związku z audytem transparentności realizowania przez AMS Polityki Handlowej.
2. AMS ma prawo do dokonania kwartalnej weryfikacji realizacji przez Klientów/Reklamodawców zadeklarowanych Wydatków rocznych netto.
3. W przypadku stwierdzenia w toku kwartalnej weryfikacji okoliczności, stanowiących zagrożenie dla wykonania postanowień Umowy ramowej rocznej (w przypadku jej zawarcia), oraz złożonych przez Klienta Deklaracji, AMS ma prawo do zmiany przyznanych wcześniej warunków handlowych na kolejne kwartały roku 2020, przyjmując za podstawę Wydatków rocznych netto wartość w przedziale pomiędzy wydatkami oszacowanymi proporcjonalnie do relacji faktycznie poniesionych do zadeklarowanych Wydatków rocznych netto na koniec danego kwartału liczonego narastająco od początku roku, a wartością wynikającą z rzeczywiście poniesionych wydatków.
4. Po zakończeniu 2020 roku AMS dokona weryfikacji faktycznie dokonanych przez Klientów/Reklamodawców Wydatków rocznych netto w danym roku oraz wystawi odpowiednie faktury korygujące.
5. AMS na podstawie faktycznych Wydatków rocznych netto określi warunki handlowe przysługujące Klientowi/Reklamodawcy zgodnie z Polityką Handlową oraz na tej podstawie wyliczy kwotę, o którą wartość Zamówień zostanie skorygowana.
6. W przypadku dokonania przez Klienta/Reklamodawcę faktycznych Wydatków rocznych netto poniżej kwoty zadeklarowanej, AMS będzie uprawniony do żądania od Klienta zwrotu lub korekty otrzymanych Rabatów zgodnie z pkt. 6. 5 i 6.9 Polityki Handlowej. Klient zobowiązany jest do zapłaty wynagrodzenia uzupełniającego, w terminie 30 dni od dnia otrzymania od AMS stosownej faktury korygującej.

7. W przypadku zwiększenia zadeklarowanych Wydatków rocznych netto lub dokonania Wydatków rocznych netto powyżej kwoty zadeklarowanej, AMS oraz Klient na wniosek Klienta mogą dokonać ponownego uzgodnienia warunków handlowych na nowych zasadach, przy czym wynegocjowane warunki handlowe nie mogą być dla Klienta/Reklamodawcy bardziej korzystne niż wynikałoby to z obowiązującej Polityki Handlowej.
8. W przypadku, gdy zgodnie z ustaleniami poczynionymi na podstawie punktów 7.7 powyżej Klientowi będzie należny rabat/zwrot rozliczenie zostanie dokonane na podstawie wystawionej przez AMS faktury korygującej.
9. Jeżeli w ciągu roku kalendarzowego zmianie ulegnie Klient, który we własnym imieniu i na rzecz Reklamodawcy dokonuje zakupu Kampanii reklamowych, wysokość Wydatków na Kampanie reklamowe netto danego Reklamodawcy dokonanych za pośrednictwem poprzedniego Klienta w roku 2020 będzie sumowana z Wydatkami dokonanyymi za pośrednictwem nowego Klienta z zastrzeżeniem, że powyższe uzgodnienie nie spowoduje odstępstw od zasad zawartych w Polityce Handlowej.

8. Obowiązki i zmiana Polityki Handlowej

1. Niniejsza Polityka Handlowa i Cennik wchodzi w życie z dniem 1 lutego 2020 roku i obowiązują do dnia 31 grudnia 2020 roku.
2. W przypadku sprzeczności postanowień Polityki Handlowej z postanowieniami Ogólnych Zasad Ekspozycji Reklam na Nośnikach AMS S.A. stosuje się postanowienia Polityki Handlowej.
3. Zmiany Polityki Handlowej i/lub Cennika będą następować w przypadku:
 - a) zmian w przepisach prawa, które w istotnym zakresie wpływają na możliwość Ekspozycji Reklam bądź w inny istotny sposób zmieniają zasady funkcjonowania rynku mediów, powodując konieczność zmiany dotychczas obowiązujących zasad Polityki Handlowej,
 - b) decyzji AMS,
 - c) zmian w przepisach prawa miejscowego, które w istotnym zakresie wpływają na warunki lub możliwość prowadzenia Ekspozycji Reklam, zaistniałe na skutek przyjętych uchwał krajobrazowych.
4. Informacja o zmianie Polityki Handlowej i/lub Cennika zostanie umieszczona na stronie internetowej AMS, a Klienci związani z AMS umowami zostaną ponadto powiadomieni o fakcie i zakresie zmiany poprzez wysłanie informacji na udostępniony przez Klienta adres poczty elektronicznej. Jeżeli w ciągu dwóch tygodni licząc od dnia otrzymania informacji, Klient nie wyrazi pisemnego sprzeciwu, uważa się, że wyraził zgodę na zmianę Polityki Handlowej i/lub Cennika, jednakże z

zastrzeżeniem, że zmiana Polityki Handlowej i/lub Cennika skutkująca zmianą istotnych elementów umowy wymaga zawarcia aneksu. Jeżeli zaś Klient w wyżej wskazanym terminie sprzeciwi się zmianie Polityki Handlowej i/lub Cennika, w zależności od podjętej przez AMS decyzji umowa będzie realizowana na dotychczasowych warunkach lub ulegnie rozwiązaniu w części dotyczącej niezrealizowanych Kampanii reklamowych, których zmiana Polityki Handlowej i/lub Cennika dotyczy, bez prawa Klienta do zgłaszania względem AMS roszczeń z tytułu rozwiązania umowy.

Data publikacji 2.01.2020 r.
Data aktualizacji 17.07.2020 r.