

Informacja dot. aktualizacji obowiązujących w AMS S.A.: Polityki Handlowej, Zasad Ogólnych Ekspozycji Reklam na Nośnikach reklamowych AMS S.A. oraz Zasad Ogólnych Emisji Reklam na Nośnikach Digital

Szanowni Państwo,

Informujemy, że z dniem 3 lutego 2025 roku zmieniamy obowiązujące w AMS S.A.:

- Politykę Handlową,
- Zasady Ogólne Ekspozycji Reklam na Nośnikach Reklamowych AMS S.A. (dalej jako „Zasady Ogólne Ekspozycji”),
- Zasady Ogólne Emisji Reklam na Nośnikach Digital (dalej jako: „Zasady Ogólne Emisji”);

Aktualizacja ww. dokumentów związana jest przede wszystkim z wprowadzeniem przez AMS S.A. (AMS) nowego modelu zakupu kampanii reklamowych- tj. zakupu Pakietu (rozumianego jako opcja zakupu kampanii reklamowej, w której Klient otrzymuje widownię na określonej liczbie nośników reklamowych klasycznego OOH i/lub Digital OOH, bez możliwości dokonania selekcji).

Jednocześnie wprowadzamy również nowy dokument- Słownik definicji OOH i DOOH. Zawiera on ujednolicone definicje pojęć, które dotychczas zawarte były w Polityce Handlowej, Zasadach Ogólnych Ekspozycji i Zasadach Ogólnych Emisji. Słownik definicji OOH i DOOH dostępny jest na stronie internetowej pod adresem ams.com.pl

Poniżej przedstawiamy zestawienie najważniejszych zmian.

1. Zmiana Polityki Handlowej.

1. Wprowadzona zostaje nowa wersja Polityki Handlowej (nr 8), która zastępuje dotychczas obowiązującą w AMS Politykę Handlową nr 7. Nowa Polityka Handlowa obowiązuje od dnia 3 lutego 2025 r. z zastrzeżeniem, że w odniesieniu do Kampanii reklamowych obejmujących Ekspozycję i/lub Emisję Reklam z terminem realizacji do dnia 31 marca 2025 roku, zastosowanie mają postanowienia dotychczas obowiązującej Polityki Handlowej nr 7. Najważniejsze zmiany wprowadzone w nowej Polityce Handlowej nr 8, względem dotychczas obowiązującej Polityki Handlowej nr 7:
 - usunięty został dotychczasowy punkt II („Definicje”)– definicje w nim zawarte zostały przeniesione do osobnego dokumentu- Słownika definicji OOH i DOOH; w związku z usunięciem dotychczasowego punktu II, zmiana ulega numeracja kolejnych punktów Polityki Handlowej;

- w punkcie II „Opcje zakupu Kampanii reklamowych” (tj. dotychczasowym punkcie III) w ust. 3 dodane zostały zapisy dot. sposobu określania cen Pakietów, natomiast w ust. 4 zaktualizowane zostały zapisy dot. oferowanych przez AMS opcji zakupu Kampanii reklamowych- aktualnie dostępne opcje zakupu to:
 - Zakup Cennikowy, oraz
 - Zakup Pakietu;
- w punkcie III „Zasady naliczania dopłat i rabatów” (tj. dotychczasowym punkcie IV) zaktualizowane zostały postanowienia dot. udzielanych przez AMS rabatów; od dnia wejścia w życie aktualizacji, w AMS będą obowiązywały następujące rodzaje rabatów:
 - rabat agencyjny (udzielany na warunkach takich jak w poprzednio obowiązującej wersji Polityki Handlowej), oraz
 - rabat handlowy (udzielany w oparciu o indywidualne negocjacje).

2. Zmiany w Zasadach Ogólnych Ekspozycji:

- definicje znajdujące się dotychczas w § 1 („Definicje”) zostały przeniesione do osobnego dokumentu - Słownika definicji OOH i DOOH;
- w § 6 ust. 1 lit. c) została zaktualizowana liczba Reklam typu Citylight/ Premium Citylight, do dostarczenia których zobowiązany jest Klient (aktualnie: 210% liczby zamówionych Lokalizacji Nośników reklamowych, poprzednio: 205%);
- w § 7 („Przeszkody w wykonaniu ekspozycji”) dodany został nowy ustęp 3, zawierający postanowienia dot. sposobu postępowania w przypadku braku możliwości rozpoczęcia lub kontynuowania Ekspozycji Reklam zleconej AMS w ramach Zakupu Pakietu;
- w § 8 („Usuwanie usterek i reklamacje”) dodany został nowy ust. 12, określający sposób postępowania w przypadku złożenia reklamacji dotyczącej Ekspozycji Reklam zleconej AMS w ramach Zakupu Pakietu.

3. Zmiany w Zasadach Ogólnych Emisji:

- definicje znajdujące się dotychczas w § 1 („Definicje”) zostały przeniesione do osobnego dokumentu - Słownika definicji OOH i DOOH;
- w § 6 („Realizacja Kampanii reklamowej) dodane zostały nowe ustępy nr 7 - 10, zawierające postanowienia dot. sposobu postępowania w przypadku braku możliwości rozpoczęcia lub kontynuowania Emisji Reklam zleconej AMS w ramach Zakupu Pakietu;
- w § 8 („Reklamacje”) dodany został nowy ust. 8, określający sposób postępowania w przypadku złożenia reklamacji dotyczącej Emisji Reklam zleconej AMS w ramach Zakupu Pakietu;
- w § 10 („Odstąpienie od Zamówienia”) w ust. 4 dodane zostały zapisy regulujące sposób postępowania w przypadku odstąpienia od Zamówienia dotyczącego Kampanii reklamowych zleconych AMS w ramach Zakupu Pakietu.

Jeżeli w ciągu dwóch tygodni, licząc od dnia otrzymania niniejszej informacji, nie wyrażą Państwo sprzeciwu uznaje się, że wyrazili Państwo zgodę na zmianę Polityki Handlowej oraz Zasad Ogólnych Ekspozycji i Zasad Ogólnych Emisji. Będzie to oznaczało, że nasza współpraca po dniu 3 lutego 2025 r. będzie realizowana zgodnie z postanowieniami zaktualizowanej treści Polityki Handlowej oraz Zasad Ogólnych.

Zaktualizowane dokumenty są załączone na stronie internetowej ams.com.pl