

Polityka Handlowa AMS S.A.

I Postanowienia ogólne

1. Niniejsza polityka handlowa (Polityka Handlowa) reguluje warunki cenowe zakupu Kampanii Reklamowych na 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, podmiotami należącymi do Grupy Kapitałowej Agora, lub z podmiotami, które niezależnie od podstawy prawnej udostępniają AMS powierzchnie na potrzeby zamontowania Nośników reklamowych.
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.

II 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. lub w Zasadach Ogólnych Emisji Reklam na Nośnikach Digital.
2. Wyrazy i wyrażenia pisane wielką literą w Polityce Handlowej mają następujące znaczenie:
 - Cena katalogowa** – cena Ekspozycji lub Emisji Reklam na Nośniku reklamowym wynikająca odpowiednio z aktualnie obowiązujących w AMS Cenników.
 - Cenniki** – obowiązujące w AMS cenniki za Ekspozycję lub Emisję Reklam na Nośnikach reklamowych.
 - CPP (Cost Per Point)** – cena za 1 Rating (1 GRP).
 - CPM DOOH (Cost Per Mille)** – cena za 1000 Emisji reklamy na cyfrowych Nośnikach reklamowych.
 - 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.
 - Emisja** – prezentacja reklam na cyfrowych Nośnikach reklamowych.
 - 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, , 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 i/lub Emisji 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 – urządzenia reklamowe służące do Ekspozycji lub Emisji Reklam.

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

Ogólne Zasady Digital – Ogólne Zasady Emisji Reklam na Nośnikach Digital.

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

Pakiet – opcja zakupu Kampanii Reklamowej, w której Klient otrzymuje określoną widownię na wybranych przez AMS Nośnikach reklamowych, których sposób doboru jest zorientowany na optymalizację zasięgu i równomierne rozmieszczenie przestrzenne w obszarach aglomeracji objętych badaniem Outdoor Track. Pakiet podlega ograniczonej Selekcji.

Produkt – opcja zakupu Kampanii Reklamowej, w której Klient otrzymuje zbiór usług reklamowych dedykowanych docelowej grupie odbiorców Kampanii. Produkt nie podlega Selekcji.

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

Rabat – każde obniżenie ceny za Ekspozycję lub Emisję Reklamę 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 Reklam.

Trigger – usługa świadczona przez AMS polegająca na przygotowaniu kreacji HTML z wykorzystaniem triggera zmiany Reklam na cyfrowych Nośnikach reklamowych.

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.

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

Wyłącznieść branżowa – Ekspozycja/Emisja 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 lub Emisja Reklamy i/lub Inna usługa, zawarta w formie pisemnej, elektronicznej lub z wykorzystaniem zwykłego (niekwalifikowanego) podpisu elektronicznego pomiędzy Klientem a AMS, określająca w zależności od opcji zakupu Kampanii Reklamowej: przedmiot Reklamy, okres Kampanii Reklamowej, liczbę i typ Nośników reklamowych, wskaźnik widowni, liczbę Emisji oraz kwotę wynagrodzenia netto.

III Opcje zakupu Kampanii Reklamowych

1. Dostępne opcje zakupu Kampanii Reklamowych określa Polityka Handlowa oraz obowiązujące w AMS Cenniki 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 są w Cennikach. Wartość Zamówienia obliczana jest na podstawie odpowiednich Cenników obowiązujących w dniu, w którym dokonywana jest wycena danej Kampanii Reklamowej.
4. Zakup Kampanii Reklamowej w AMS możliwy jest według jednej z poniższych opcji:
 - a) 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.
 - b) Zakup Kampanii Reklamowej według opcji Pakietowej oznacza, że Klient otrzymuje zbiór Nośników reklamowych określonych formatów opisany wartością wskaźników mediowych.
 - c) Zakup Kampanii Reklamowej według opcji Produktowej oznacza, że Klient otrzymuje zbiór usług reklamowych dedykowanych docelowej grupie odbiorców Kampanii.
5. Wysokość należnego AMS wynagrodzenia z tytułu wykonania Innych usług jest każdorazowo ustalana w wyniku indywidualnie podjętych negocjacji z Klientem.

IV 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.

V Dopłaty

1. Do cen za Ekspozycję/Emisję Reklam dolicza się następujące Dopłaty:
 - a) Dopłata za Wyłącznieść – wynosi 100% wartości cennikowej Ekspozycji/Emisji na wszystkich Nośnikach reklamowych w danej wiacie lub na słupie reklamowym, objętych Wyłącznieścią.
 - b) Dopłata za Wyłącznieść branżową – wynosi 50% wartości cennikowej Ekspozycji/Emisji 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/Emisji Reklam dotyczących napoju alkoholowego.
 - d) Dopłata za Triggera – dodatkowe wynagrodzenie w kwocie określonej w Cenniku Emisji Reklam na Nośnikach Digital.

VI Rabaty

1. AMS może udzielić Klientowi następujących rabatów (**wysokość rabatów obowiązująca od 1 kwietnia 2023 r.**)

- a) Rabat za wydatki Reklamodawcy,

za wydatki Reklamodawcy

zadeklarowane wydatki w zł:	maksymalny poziom rabatu
≤ 49 999 zł	1,0%
50 000 – 99 999 zł	1,5%
100 000 – 299 999 zł	2,5%
300 000 – 499 999 zł	3,5%
500 000 – 599 999 zł	4,5%
600 000 – 799 999 zł	5,5%
800 000 – 999 999 zł	6,5%
1 000 000 – 1 999 999 zł	7,5%
2 000 000 – 2 999 999 zł	8,5%
≥ 3 000 000 zł	do negocjacji

- b) Rabat agencyjny,

agencyjny

zadeklarowane wydatki w zł:	maksymalny poziom rabatu
≤ 999 999 zł	3,0%
1 000 000 – 2 999 999 zł	5,0%
3 000 000 – 4 999 999 zł	7,0%
5 000 000 – 8 999 999 zł	10,0%
9 000 000 – 13 999 999 zł	13,0%
≥ 14 000 000 zł	15,0%

- c) Rabat warunkowy.

warunkowy

do negocjacji

2. Rabat za wydatki Reklamodawcy przydzielany jest Klientowi, o ile dany Klient w terminie do ostatniego dnia lutego danego roku kalendarzowego 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 danego roku kalendarzowego.
5. Wykonanie Deklaracji oznacza realizację zadeklarowanych Wydatków rocznych netto. Brak wykonania Deklaracji uprawnia AMS do żądania od Klienta 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 ostatniego dnia lutego danego roku kalendarzowego 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 danego roku kalendarzowego.
9. Wykonanie Deklaracji oznacza realizację zadeklarowanych Wydatków rocznych netto. Brak wykonania Deklaracji uprawnia AMS do żądania od Klienta 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 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.
11. 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 do dnia 31 grudnia danego roku kalendarzowego.

VII 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 danego roku kalendarzowego, 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 danego roku kalendarzowego roku AMS dokona weryfikacji faktycznie dokonanych przez Klientów/Reklamodawców Wydatków rocznych netto w danym roku oraz ma prawo wystawić 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 wówczas 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 danym roku kalendarzowym będzie sumowana z Wydatkami wykonanymi za pośrednictwem nowego Klienta z zastrzeżeniem, że powyższe uzgodnienie nie spowoduje odstępstw od zasad zawartych w Polityce Handlowej.

VIII Obowiązki i zmiana Polityki Handlowej

1. **Niniejsza Polityka Handlowa wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2023 roku i obowiązuje do odwołania, z zastrzeżeniem postanowień pkt 6.11 Polityki Handlowej, oraz z zastrzeżeniem postanowień wynikających ze zdania następnego. W okresie od dnia 1 stycznia do dnia 31 marca 2023 r. w odniesieniu do Rabatów określonych w pkt VI ust. 1 Polityki Handlowej, zastosowanie mają postanowienia pkt VI ust. 1 Polityki Handlowej obowiązującej w 2022 roku ([dostępnej tutaj](#)).**
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.