

Polityka Handlowa AMS S.A. nr 6

Spis Treści

- I Postanowienia Ogólne
- II Definicje
- III Opcje zakupu Kampanii Reklamowych
- IV Zasady naliczania Dopłat i Rabatów
- V Postanowienia końcowe
- VI Obowiązki i zmiana Polityki Handlowej

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:
 - Agencja** – agencja mediowa lub agencja reklamowa występująca w imieniu Reklamodawcy i posiadająca do tego uprawnienia.
 - 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/Emisję Reklam na Nośnikach reklamowych.

CPM DOOH (Cost Per Mille) – cena za 1000 Emisji Reklamy na cyfrowych Nośnikach reklamowych.

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

Deklaracja – deklaracja wydatków rocznych netto na Kampanie Reklamowe Klienta w danym roku kalendarzowym.

Dopłata – dopłata za Usługę dodatkową świadczoną przez AMS 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.

Emisja – prezentacja reklam na cyfrowych Nośnikach reklamowych.

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

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

Indeks aglomeracyjny – mnożnik ceny za Ekspozycję na Nośnikach reklamowych położonych w aglomeracjach określonych w cenniku „Klasyczne OOH”

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 Usługi dodatkowe wykonywane przez AMS na podstawie Zamówienia..

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

Multiformat – Ekspozycja lub Emisja realizowana na różnych typach Nośników reklamowych i różnych formatach w trakcie jednej Kampanii Reklamowej.

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 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.

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

Trigger – usługa świadczona przez AMS polegająca na przygotowaniu kreacji HTML z wykorzystaniem zmiany Reklamy 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.

Usługi dodatkowe – usługi świadczone przez AMS na warunkach indywidualnie uzgodnionych z Klientem, dotyczące projektów specjalnych, City Transportu, druku Reklam, Przeklejek, a także

usługi wykonania dodatkowego serwisu zdjęciowego, marketingowych zdjęć prezentacyjnych lub filmu promocyjnego, przeformatowania layoutu, targetowania demograficznego lub behawioralnego, niestandardowych terminów montażu/demontażu Reklam, badania widoczności Kampanii Reklamowej oraz inne uzgodnione przez Strony usługi.

Wydatki na Kampanie reklamowe netto – kwoty wydatków poniesionych przez Klienta, z uwzględnieniem należnych rabatów i dopłat, za usługi Kampanii Reklamowej, oraz kwoty wydatków Klienta z tytułu wynagrodzenia za Usługi dodatkowe, bez podatku VAT, z wyjątkiem kary umownej za odstąpienie od Zamówienia przewidzianej w Ogólnych Zasadach lub Ogólnych Zasadach Digital.

Wydatki roczne netto – suma wydatków z uwzględnieniem należnych rabatów i dopłat za usługi Kampanii reklamowych, oraz kwoty wydatków Klienta z tytułu wynagrodzenia za Usługi dodatkowe, bez podatku VAT poniesionych przez Klienta w danym roku kalendarzowym.

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

Wyłącznie branżowa – Ekspozycja/Emisja Reklam Reklamodawcy na Nośnikach reklamowych typu Citylight zamontowanych na pojedynczej wiacie przystankowej lub na pojedynczym słupie reklamowym, z wyłączeniem ekspozycji 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.

Zamówienie – umowa, której przedmiotem jest Ekspozycja lub Emisja Reklam 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 Reklam, 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, z zastrzeżeniem, że w razie zmiany Cennika w okresie pomiędzy dniem wyceny a dniem zawarcia Zamówienia, obowiązujący jest Cennik z dnia zawarcia Zamówienia.
4. Zakup Kampanii Reklamowej w AMS możliwy jest według jednej z poniższych opcji:
 - a) Model zakupowy pakietowy w opcji: a) Produkt; b) Pakiet,
 - b) Model zakupowy w opcji Cennikowej oznacza, że Klient otrzymuje zbiór Nośników reklamowych przygotowany indywidualnie w oparciu o parametry przekazane przez klienta takie jak:
Typ nośnika, zasięg geograficzny, POI i ma prawo do dokonania ich Selekcji.
5. Wysokość należnego AMS wynagrodzenia z tytułu wykonania Usług dodatkowych 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 niezależnie od opcji zakupu 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 (poza Dopłatą za umieszczenie Reklamy napoju alkoholowego). Każda kolejna Dopłata naliczana jest do 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. Po naliczeniu wszystkich Dopłat i Rabatów zostanie doliczona Dopłata za umieszczenie Reklamy napoju alkoholowego.

3. Podstawę do naliczania Rabatów stanowi Deklaracja albo Wydatki na Kampanie reklamowe netto, które obejmują wszystkie wydatki Klienta w danym roku kalendarzowym na Ekspozycję/Emisję Reklam oraz Usługi dodatkowe świadczone przez AMS, z wyjątkiem Dopłaty za umieszczenie Reklamy napoju alkoholowego.
4. Wydatki Klienta na Usługi dodatkowe nie podlegają Dopłatom i Rabatom, jednakże ich wartość jest doliczana do Wydatków na Kampanie reklamowe netto.
5. Rodzaje Dopłat do cen za Ekspozycję/Emisję Reklam:
 - 5.1 Dopłata za Wyłącznieść- wynosi 100% wartości cennikowej Ekspozycji/Emisji na wszystkich Nośnikach reklamowych w danej wiacie lub na słupie reklamowym, objętych Wyłącznieścią.
 - 5.2. Dopłata za Wyłącznieść branżową- wynosi 50% wartości cennikowej Ekspozycji/Emisji na wszystkich Nośnikach reklamowych w danej wiacie lub na słupie reklamowym, objętych Wyłącznieścią branżową.
 - 5.3. Dopłata za umieszczenie Reklamy napoju alkoholowego- wynosi 11,11% wartości cennikowej Ekspozycji/Emisji Reklam dotyczących napoju alkoholowego.
 - 5.4. Dopłata za Triggera- dodatkowe wynagrodzenie określone w Cenniku Emisji Reklam na Nośnikach Digital
6. Rabaty od cen za Ekspozycję/Emisję Reklam.
 - a) Rabat przydzielany jest albo na podstawie Deklaracji albo w oparciu o Wydatki na Kampanie reklamowe netto w danym roku kalendarzowym. W trakcie roku możliwe jest złożenie korekty Deklaracji. Nowy poziom Rabatów obowiązuje wyłącznie dla Kampanii Reklamowych zleconych po jej złożeniu,
 - b) Rabaty są naliczane są kaskadowo zgodnie z ust. 2 powyżej,
 - c) W stosunku do Klientów, którzy na dany rok kalendarzowy nie złożyli Deklaracji, Rabat jest naliczany metodą progresywną co oznacza, że wysokość Rabatu wzrasta stopniowo wraz ze wzrostem Wydatków na Kampanie reklamowe netto danego Klienta zrealizowanych od dnia 1 stycznia danego roku kalendarzowego dodatkowo powiększonych o wartość bieżących zarezerwowanych dla danego Klienta Kampanii reklamowych,
 Rodzaje Rabatów i ich maksymalne wysokości:
 - 6.1 Rabat agencyjny - przydzielany jest wyłącznie Agencji:

deklaracja lub 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	15,0%

6.2 Rabat za wydatki Reklamodawcy – przydzielany jest na poziomie Reklamodawcy lub Grupy Reklamodawców, pod warunkiem, że są powiązani kapitałowo i zgłoszą ten fakt AMS w trakcie negocjacji:

zadeklarowane wydatki w zł	poziom rabatu
≤ 49 999	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	do negocjacji

6.3 Rabat warunkowy – przyznawany jest w oparciu o podjęte z Klientem indywidualne negocjacje, a jego wysokość jest uzależniona od parametrów, na jakich dana Kampania Reklamowa ma być realizowana, m.in. typów Nośników, rodzajów Innych usług świadczonych w związku z daną Kampanią Reklamową, od okresu, w którym dana Kampania Reklamowa ma się odbyć oraz rodzaju prowadzonej przez Reklamodawcę działalności.

do negocjacji

V Postanowienia końcowe

1. Wszystkie uzgodnienia handlowe podejmowane w trakcie negocjacji, podobnie jak treść Zamówień, Umów ramowych rocznych oraz uzgodnień dokonywanych przez Strony za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz wszelkie informacje lub dane uzyskane przez strony w związku z ich zawarciem i realizacją 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 złożonej przez Klienta Deklaracji.
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 danego roku kalendarzowego.
4. AMS po zakończeniu roku kalendarzowego dokona weryfikacji Wydatków rocznych netto Klienta w danym roku. W przypadku, gdy Wydatki roczne netto Klienta są poniżej kwoty zadeklarowanej, AMS będzie uprawniony do żądania od Klienta zwrotu lub korekty wartości otrzymanych Rabatów. Klient zobowiązany jest wówczas do zapłaty wynagrodzenia uzupełniającego, w terminie 30 dni od dnia otrzymania od AMS stosownej faktury korygującej.
5. Jeżeli w ciągu roku kalendarzowego zmianie ulegnie Agencja, który we własnym imieniu i na rzecz Reklamodawcy dokonuje zakupu Kampanii reklamowych, wysokość Wydatków na Kampanie reklamowe netto danego Reklamodawcy dokonanych za pośrednictwem poprzedniej Agencji w danym roku kalendarzowym na potrzeby wyliczenia Rabatu za wydatki Reklamodawcy będzie sumowana z Wydatkami wykonanymi za pośrednictwem nowej Agencji z zastrzeżeniem, że powyższe uzgodnienie nie spowoduje odstępstw od zasad zawartych w Polityce Handlowej.

VI Obowiązki i zmiana Polityki Handlowej

1. Niniejsza Polityka Handlowa wchodzi w życie z dniem 1 kwietnia 2024 roku i obowiązuje do odwołania. Niniejsza Polityka Handlowa zastępuje dotychczas obowiązującą politykę handlową.
2. W przypadku sprzeczności postanowień Polityki Handlowej z postanowieniami Ogólnych Zasad lub Ogólne Zasady Digital 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, powodują 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 współpraca 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 Zamówienia, lub Umowy ramowej rocznej.