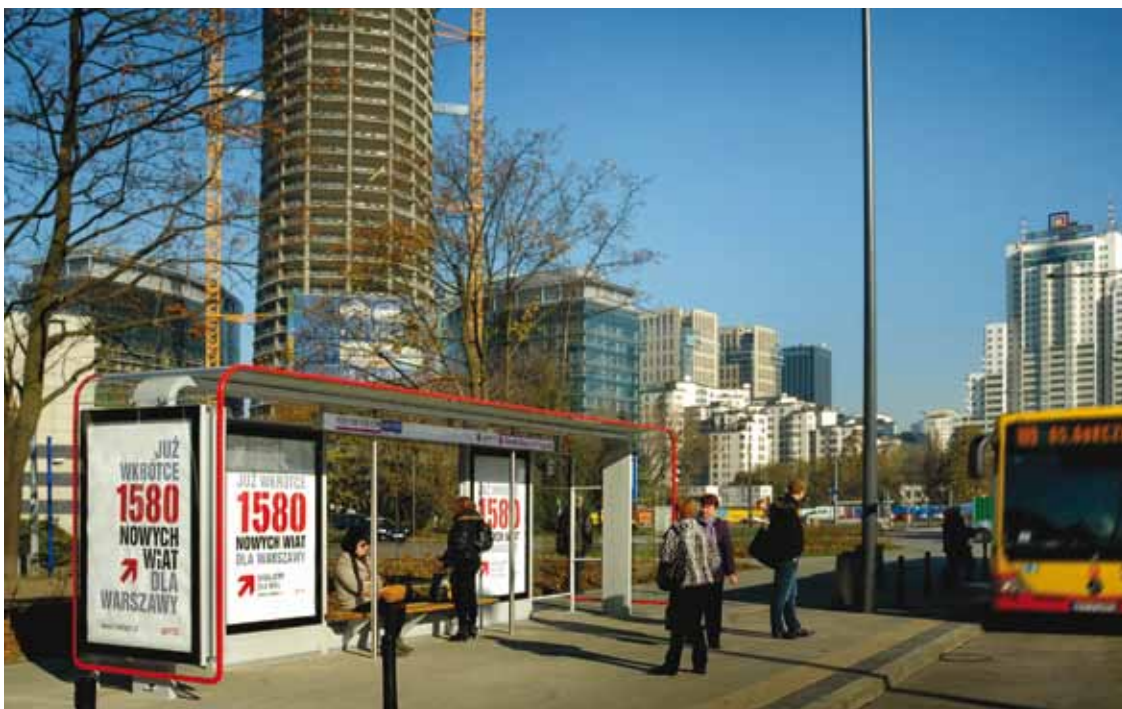


ams

LIDER INNOWACJI OOH

AMS jest największą firmą reklamy Out-of-Home w Polsce. Od 25 lat działa w przestrzeni publicznej – w obszarze klasycznego i cyfrowego OOH (CityINFOtv). Firma dostarcza klientom skuteczne kampanie reklamowe z wykorzystaniem innowacyjnych pomysłów i najszerzego na rynku portfolio nośników. Nerozerwalną częścią misji AMS jest zaangażowanie w sprawy społeczne.



Kontekst rynkowy

AMS działa na rynku reklamy zewnętrznej od 25 lat i miał okazję współtworzyć ten segment od samego początku.

- Pierwsza połowa lat 90. to początek reklamy zewnętrznej w Polsce i duża dynamika rozwoju branży. Szare miasta wypełniły się kolorowymi reklamami. Powiało „zachodem”. W Warszawie w 1991 roku pojawiły się pierwsze wiaty przystankowe, których operatorem został Adpol (obecnie w grupie AMS). W 1994 roku powstało Stowarzyszenie Reklamy Zewnętrznej.
- Lata 1996-1998 to dalszy burzliwy rozwój branży: 30 firm, 47 tys. billboardów 12 m². Nastąpiła pierwsza fala inwestycji w podświetlane gabloty miejskie – citylighty zintegrowane z wiatami przystankowymi. AMS zadebiutował na giełdzie. Powstała Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej, która działa do dziś.
- W 1998 roku AMS wprowadził sieć nowoczesnych, podświetlanych nośników formatu 18 m² – backlightów.
- Lata 2000-2001 to zakaz reklamy papierosów oraz przejściowy zakaz reklamy piwa na outdoorze, skutkujący obniżeniem przychodów branży i wymuszający przyspieszenie konsolidacji. AMS zyskało nowego właściciela – Grupę Agora.
- Lata 2003-2009 to okres przebudowy systemów, którego efektem było zastąpienie w mainstreamie rynku billboardów 12 m² billboardami 18 m². Od 2006 roku rozpoczął się nowy rozdział w meblowaniu miast – rewitalizacja przestrzeni.
- Lata 2010-2015 cechowała stabilizacja własnościowa w branży OOH. Nastąpiła systematyczna redukcja liczby nośników systemowych. Coraz większą rolę zaczął odgrywać digital OOH. Powstał Instytut Badań Outdooru mający wprowadzić stan-

dard badań reklamy zewnętrznej. Finalizacja największego kontraktu na meble miejskie w formule PPP w Polsce – budowy przez AMS 1580 wiat przystankowych dla Warszawy.

Historia Marki

AMS Sp. z o.o. powstał w 1990 roku. Siedem lat później firmę przekształcono w spółkę akcyjną, która w 1998 roku zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych. Od 1999 roku zaczęły się procesy konsolidacyjne, które zakończyły się trzy lata później – w 2002 roku AMS zyskał nowego właściciela, Grupę Agora. W 1999 roku AMS wprowadził pierwszą nowoczesną sieć regularnych nośników podświetlanych – backlightów 18 m² – i od tego czasu przoduje w oferowaniu innowacyjnych rozwiązań na rynku reklamy zewnętrznej. Od 2006 roku, gdy rozpoczęła się ekspansja mebli miejskich, AMS rozpoczął realizację pionierskich na polskim rynku inwestycji w zrewitalizowanych obszarach Szczecina, Warszawy i Wrocławia. W 2008 roku wprowadził pierwszą systemową reklamę wewnątrz pojazdów komunikacji pasażerskiej – kanał informacyjno-reklamowy CityINFOtv, a w 2011 roku – AMS Metrics, pierwsze na rynku narzędzie do liczenia parametrów mediowych reklamy zewnętrznej. W 2013 roku firma podpisała umowę koncesji na budowę i utrzymanie 1580 wiat przystankowych w stolicy.

AMS z sukcesem prowadząc działalność biznesową nie zapomina o aspekcie społecznym, a zasady odpowiedzialnego biznesu są na stałe wpisane w filozofię marki. W 1998 roku powstała Zewnętrzna Galeria AMS, pierwszy w branży systemowy projekt z zakresu CSR, którą w 2004 roku przekształcono w Galerię Plakatu AMS. Rok

później powołano Bramy Kraju oraz program AMS dla Integracji. W 2013 roku AMS utworzył Fundację „Akademia Integracji. Praca. Edukacja. Sport”, której otwarcie rozpoczęło nowy rozdział działalności społecznej prowadzonej przez markę.

Osiągnięcia

Za swoje dokonania w branży, innowacje i ogromne zaangażowanie społeczne AMS otrzymał wiele prestiżowych nagród i wyróżnień, w tym ostatnio m.in.:

- najwyższej oceniane i wyróżniane biuro reklamy outdoorowej według rankingu „Media&Marketing Polska” (za lata 2010-2014).
- tytuł Business Superbrands 2014/15.
- I miejsce w rankingu mediów konkursu Media Trendy 2013 i 2014.
- nagroda dla AMS Metrics Transit w konkursie Innovation Award Media Trendy 2014.
- wyróżnienie dla Urban Activity Segmentation w konkursie Innovation Award Media Trendy 2014.
- tytuł Mecenasa Kultury Krakowa (za lata 2008-2010 i 2013 rok).
- Perła Polskiej Gospodarki (za 2011 i 2012 rok).
- nagroda w kategorii innowacyjna zmiana dla AMS Metrics w konkursie Media Trendy 2012.
- nagroda w kategorii marketing społeczny/CSR dla programu AMS dla Integracji w konkursie Media Trendy 2012.
- nagrody za szczególną wrażliwość społeczną i promowanie aktywności osób niepełnosprawnych – Lodołamacze 2006, 2007, 2013 i 2014.

AMS znany jest z działań społecznych, m.in. na rzecz integracji osób niepełnosprawnych. W 2013 roku spółka powołała do życia Fundację „Akademia Integracji. Praca. Edukacja. Sport”, będącą kontynuacją projektu AMS dla Integracji. Fundacja powstała w celu wspierania aktywizacji osób niepełnosprawnych poprzez sport i pracę. Podejmuje inicjatywy, które promują aktywne postawy, przełamują stereotypy i pokazują niepełnosprawnych jako osoby ambitne, samodzielne, osiągające spektakularne sukcesy.

W ramach działań na rzecz środowiska AMS prowadzi cykliczne programy – Galeria Plakatu AMS i Bramy Kraju:

- Galeria Plakatu AMS – jest projektem non-profit, którego jądrem są otwarte konkursy na plakat o tematyce społecznej i kulturalnej. Jest to prawdopodobnie największy konkurs dla grafików w Polsce.
- Bramy Kraju – to autorski, pierwszy w Polsce, długofalowy program marketingu miejskiego, poświęcony tworzeniu wizerunku i marki polskich miast, w szczególności poprzez kształtowanie przestrzeni publicznych. Projekt realizowany jest poprzez konferencje dla samorządów, konkursy na najlepsze rozwiązania w zakresie szeroko rozumianego marketingu miejskiego oraz publikacje z serii Biblioteka Wizerunku Miasta.

Oferta

AMS dostarcza klientom innowacyjne i angażujące kampanie OOH, które umożliwiają skuteczne dotarcie do aktywnej i mobilnej widowni. Spółka dysponuje największą liczbą powierzchni reklamowych w Polsce i najszerszym portfolio nośników: citylighty,



backlighty 18 m² i 32m², cityscrolle, frontlighty, billboardy 12 m² i 18 m², reklama transytowa, kanał informacji pasażerskiej CityINFOtv, Miejski System Informacji Płatnej (w Warszawie).

Firma świadczy kompleksową obsługę kampanii OOH, w tym m.in.:

- doradztwo strategiczne i tworzenie media planów,
- zaawansowany system mapowy AMS TOProfiler,
- statystyki AMS Metrics,
- kompleksową opiekę nad kampanią AMS Assistance,
- doradztwo i realizację kampanii niestandardowych,
- wsparcie kreatywne w projektowaniu plakatów oraz ocenę layoutu outdoorowego AMS Plakat TEST.

AMS jest liderem w segmencie mebli miejskich – na podstawie kontraktów z największymi gminami w Polsce wyposażył w nie ponad 30 polskich miast. Spółka jest wyłącznym operatorem wiat przystankowych w Warszawie – w ciągu trzech lat firma wybuduje 1580 nowoczesnych i interaktywnych przystanków, wyposażonych w technologię NFC i kody QR oraz w wybranych lokalizacjach Free WiFi.

Promocja Marki

AMS jako firma B2B korzysta przede wszystkim z bezpośrednich kanałów komunikacji, ale wykorzystuje także wydarzenia branżowe – mediowe i gospodarcze. Przedstawiciele AMS są ekspertami licznych konferencji. Występowali m.in. na Kongresie Innowacyjnej Gospodarki, spotkaniach Cannes Lions – Creative PR meeting, Kongresie Badaczy Rynku i Opinii, czy Europejskim Forum Nowych Idei. Kluczowe osoby z firmy zasiadają w jury konkursów – m.in.: w polskim finale Enactus Poland oraz w radach programowych, np. CyberRE. AMS współpracuje ze Stowarzyszeniem Komunikacji Marketingowej SAR. Patronuje m.in. Innovation Award, Effie oraz Gali Agencji Reklamowych i Domów Mediowych.

Od lat firma korzysta również z nowych możliwości, jakie otworzyły media społecznościowe. AMS dyskutuje za pośrednictwem Facebooka, prezentuje swoje niestandardowe realizacje na YouTube, inspirowane przez Pinteresta. Media społecznościowe stały się częścią codziennej komunikacji spółki z rynkiem.

www.ams.com.pl

www.facebook.com/outdoor.jest.cool

www.youtube.com/user/amsoutdoor

www.pinterest.com/amssa/

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- W ciągu 3 lat firma wybuduje 1580 nowoczesnych i interaktywnych przystanków w Warszawie.
- Od 2010 roku, przez 5 lat z rzędu, biuro reklamy AMS jest najwyższej ocenianym i wyróżnianym biurem reklamy outdoorowej według rankingu „Media&Marketing Polska”.
- Marek Kuzaka, Prezes AMS, został odznaczony przez Prezydenta RP Złotym Krzyżem Zasługi za wkład w działalność na rzecz budowania społeczeństwa obywatelskiego, wolontariat i rozwijanie CSR.

