

ams

AMS konsekwentnie realizuje strategię współtworzenia inteligentnych miast, harmonijnie łącząc innowacyjne rozwiązania reklamowe z troską o środowisko. Angażuje lokalne społeczności, samorządy i biznes, kładąc nacisk na znaczenie komunikacji oraz poczucia wpływu na otoczenie i odpowiedzialności za planetę. W końcu taka właśnie jest współczesna reklama out-of-home: angażująca, użyteczna, ekologiczna i zaawansowana technologicznie.

Kontekst rynkowy

AMS buduje swoje portfolio reklamowe zgodnie z aktualnymi trendami i potrzebami klientów oraz ich odbiorców, tworząc Smart OOH, którego wyróżnikami są m.in.: innowacyjność, wykorzystanie nowych technologii, angażująca komunikacja społeczna, praktyczne rozwiązania redukujące ślad węglowy i odpowiedzialność środowiskowa. Dynamicznie rozwija segment digital, który łączy najlepsze cechy reklamy OOH oraz reklamy internetowej, i coraz silniej determinuje kierunki rozwoju OOH. Umiejętnie łącząc innowacje reklamowe z zasadami zrównoważonego rozwoju i umożliwiając klientom promowanie swojej oferty w sposób skuteczny i odpowiedzialny marka udowadnia, że myślenie w kategoriach eko jest jedną z najważniejszych wartości, na których opiera się jej filozofia.

Oferta

W 2022 roku firma skupiła się na rozwoju Digital OOH oraz rozwiązań prośrodowiskowych. Poszerzyła m.in. ofertę Digital Indoor w galeriach i centrach handlowych – sieć nośników obejmuje obecnie 75 placówek w 22 aglomeracjach, zamieszkiwanych przez prawie połowę ludności Polski. Nowością, wyznaczającą kierunek całej branży, było wprowadzenie w sieci możliwości rozliczania kampanii w modelu CPM DOOH (*cost per mille*), znanego dotychczas jedynie z reklam w Internecie. Marka zapoczątkowała także program badań widowni z użyciem innowacyjnych narzędzi, m.in. z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, która mierzy ruch wokół cyfrowych nośników indoorowych. AMS konsekwentnie wzbogaca działania reklamowe o ciekawe i angażujące treści. Na przystankach autobusowych, ekranach w galeriach handlowych, autobusach miejskich czy klubach fitness emitowane są bieżące informacje, treści edukacyjne oraz ciekawostki tworzone przez redakcję. Firma konsekwentnie łączy także świat offline z kampaniami online w synergii z zaawansowanymi technologicznie rozwiązaniami, takimi jak zakup programatyczny w Digital OOH czy retargeting, które zapewniają markom większą elastyczność, efektywność, precyzję działań reklamowych i lepsze dotarcie do klienta. Bardzo ważnym obszarem działalności firmy jest konsekwentny rozwój oferty EKO. W swojej działalności AMS wykorzystuje rozwiązania typu *nature-based solutions*, umożliwiające markom realizację kampanii w duchu społecznej odpowiedzialności reklamy, np. największy w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej system



Sieć EKO wiat AMS liczy już ponad 100 lokalizacji. To największy system EKO wiat w Europie Środkowo-Wschodniej



W sierpniu 2022 roku AMS emitował wyniki meczów mistrzostw świata w siatkówce mężczyzn w czasie rzeczywistym na 2194 nośnikach sieci digital

EKO wiat AMS z dachami rozchodnikowym, liczący już ponad 100 przystanków w 9 miastach Polski. EKO wiaty powstają w partnerstwie zaangażowanych społecznie marek, samorządu i operatora OOH. Zielone przystanki, które poprawiają mikroklimat w mieście,

sprzyjają ptakom i owadom, zapewniają retencję wody i redukują ślad węglowy, powstają również w ramach budżetów obywatelskich. Za każdą reklamę kupioną przez klienta na EKO wiacie AMS zleca posadzenie drzewa, a do jej oświetlenia używa energooszczędnych



Sieć Digital Indoor AMS obejmuje 75 galerii handlowych w 22 aglomeracjach, zamieszkiwanych przez prawie 50 procent ludności Polski

LED-ów, zasilanych ekwiwalentnie energią z certyfikatem pochodzenia z OZE. W 2022 roku firma kupiła od Tauron 933,22 MWh z odnawialnych źródeł, co pozwoliło uniknąć emisji ponad 650 ton CO₂. Sieć EKO wiat uzupełnia reklama w największej w Polsce sieci EKO słupów zasilanych energią słoneczną, EKO Busback – miejska reklama w ruchu na zero- i niskoemisyjnych pojazdach komunikacji publicznej oraz EKO Backlight – zestaw proekologicznych rozwiązań, zapewniających m.in. zmniejszenie smogu świetlnego oraz certyfikowany ekologicznie druk materiałów reklamowych.

Promocja marki

W promocji marki AMS skupia się na autorskich treściach, działaniach prośrodowiskowych i kulturalnych. Daje lokalnym społecznościom możliwość aktywnego uczestnictwa w tworzeniu przyszłości miast. Działając w współpracy z samorządami i biznesem wspiera rozwój infrastruktury miejskiej, angażując się w projekty o zrównoważonym charakterze. Siłą reklamową OOH marki jest również ciekawy, angażujący i wartościowy content. Firma wykorzystuje go do promocji pozytywnych zachowań – na digitalowych nośnikach publikowane są m.in. treści zachęcające do



AMS od ponad 20 lat organizuje konkurs Galeria Plakatu AMS. Zwycięskie prace prezentowane są na miejskich nośnikach

profilaktyki, tworzone we współpracy z Onkofundacją Alivia, czy promujące adopcję zwierząt; dzięki tym działaniom dom znalazło już 190 czworonogów. Najaktualniejsze tematy społeczne marka porusza także w organizowanym od blisko 20 lat konkursie Galerii Plakatu AMS. Prace ostatniej, 23. edycji, realizowanej pod hasłem „Najważniejszy projekt to Ty”, można było zobaczyć na nośnikach w całej Polsce oraz na wystawach specjalnych m.in. na ogrodzeniu Łazienek Królewskich w Warszawie. Firma jest także partnerem Muzeum Narodowego w Krakowie, Muzeum Narodowego w Warszawie oraz muzeum Zamku Królewskiego na Wawelu. AMS aktywnie działa także na rzecz całego rynku, zarówno na forum IAB, jak i uczestnicząc w wspólnych akcjach organizowanych przez Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej i platformę OOHlife.org. Rok intensywnej aktywności marketingowej zwieńczyła cyklem konferencji #DataDrivenDOOH, kreśląc wizję rozwoju tego segmentu rynku na najbliższe lata.

Osiągnięcia

Działalność AMS jest doceniana zarówno przez mieszkańców miast, jak i ekspertów. Kapituła Polskiego Kongresu Klimatycznego przyznała firmie nagrodę Lidera Transformacji Energetycznej,

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

100 EKO wiat AMS z dachami rozchodnikowymi to 1034 hektolitry wody deszczowej zatrzymanej w mieście, 1102 m² bezpiecznej powierzchni dla ptaków i nawet 108 tysięcy godzin stołówki dla pszczoł i motyli. Więcej takich informacji można znaleźć na czegoniewidac.pl.

12 246

– tylu drzew potrzeba, aby oczyścić powietrze z 73 ton CO₂. Dokładnie tyle udało się zaoszczędzić dzięki 100 EKO wiatom AMS.

wręconą w czerwcu 2022 roku podczas Światowego Forum Miejskiego – World Urban Forum w Katowicach. AMS otrzymał także nagrodę Carbon Footprint Challenge Awards 2022 w kategorii Innowacja Technologiczna za słupy solarne oraz tytuł Business Superbrands m.in. za ekologiczne rozwiązania spójne z przestrzenią miejską. Przełomowe rozwiązanie w Digital OOH – zakup kampanii w modelu programmatic – nagrodzono statuetką Innovation 2022. Po raz dziesiąty firma otrzymała także zaszczytny tytuł Mecenas Kultury Krakowa. Ważną nagrodą na koncie marki jest również Nagroda Europejskiego Lidera PPP, którą otrzymała za projekt „Przystanek Komunikacji Miejskiej (PKM) – 1580 nowych wiat dla Warszawy”, zrealizowany w partnerstwie publiczno-prywatnym. Podsumowaniem ostatniego roku działań jest zwycięstwo w corocznym raporcie Biur Reklamy Media Marketing Polska, w którym AMS otrzymał tytuł Biura Reklamy OOH 2022 roku.

www.ams.com.pl

HISTORIA MARKI

- 1990** Powstaje AMS Sp. z o.o.
- 1998** Spółka debiutuje na Giełdzie Papierów Wartościowych. Powstaje Zewnętrzna Galeria AMS – pierwszy w branży systemowy projekt z zakresu CSR.
- 1999** Marka wprowadza pierwszą nowoczesną sieć regularnych nośników podświetlanych – backlightów 18 m².
- 2002** Udziały AMS przejmują Grupa Agora.
- 2004** Powstaje Galeria Plakatu AMS.
- 2005** Marka uruchamia projekt „Bramy Kraju” oraz program „AMS dla Integracji”.
- 2006** Początek ekspansji mebli miejskich. W kolejnych latach firma realizuje pionierskie na polskim rynku inwestycje w zrewitalizowanych obszarach Szczecina, Warszawy i Wrocławia.
- 2008** AMS wprowadza pierwszą systemową reklamę wewnątrz pojazdów komunikacji pasażerskiej: kanału informacyjno-reklamowego CityInfoTV.
- 2011** Pojawia się AMS Metrics – pierwsze na rynku narzędzie do liczenia parametrów mediowych reklamy zewnętrznej.
- 2013** AMS podpisuje umowę koncesji na budowę i utrzymanie 1580 wiat przystankowych w stolicy i powołuje Fundację „Akademia Integracji. Praca, Edukacja, Sport”.
- 2017** Firma wprowadza system nośników Dynamic Backlight – pierwszy krok w kierunku systemowej digitalizacji OOH.
- 2018** Marka wprowadza nową politykę handlową i cennik w oparciu o dane z badania Outdoor Track. Na przystankach pojawiają się pierwsze systemy cyfrowych citylightów z funkcjonalnościami dla pasażerów, a na ulicach słupy solarne w pełni zasilane energią słoneczną.
- 2019** AMS przejmuje udziały w spółce Piano Group (obecnie Video OOH). Marka rozwija ofertę eko: AMS otrzymuje srebrną nagrodę w konkursie Innovation za projekt „Zielone Przystanki” w Krakowie, buduje pierwszą EKO wiatę na warszawskiej Woli.
- 2020** AMS tworzy System Informacji Pasażerskiej (SIP) na przystankach w Krakowie oraz Poznaniu i otrzymuje za niego brąz w konkursie Innovation oraz tytuł finalisty konkursu Dobry Wzór. Powstaje największy system EKO wiat w Polsce – oferta eko jest sukcesywnie powiększana.
- 2021** AMS wprowadza programatyczny zakup powierzchni reklamowej w Digital OOH.
- 2022** Spółka tworzy największy w Polsce system reklamy Digital Indoor w galeriach i centrach handlowych oraz wprowadza – podobnie jak w Internecie – model rozliczenia CPM DOOH dla sieci Digital OOH.