

ams

Jako lider rynku reklamy Out-of-Home w Polsce AMS konsekwentnie rozwija swoją ofertę, odpowiadając na zmieniające się potrzeby rynku. Tworząc Smart OOH, firma łączy innowacyjne rozwiązania reklamowe z zasadami zrównoważonego rozwoju, oferując skuteczną i odpowiedzialną promocję marek. Ważnym obszarem działalności AMS są także tematy społeczne, które firma podejmuje od lat — między innymi poprzez konkurs Galerii Plakatu AMS. Nagradzane w nim plakaty zdobią przystanki w całej Polsce, stając się ważnym elementem miejskiego krajobrazu. To największa galeria sztuki w Polsce.



AMS porusza aktualne tematy społeczne w organizowanym od 20 lat konkursie Galerii Plakatu AMS



Siłą reklamową Digital OOH spółki jest angażujący i wartościowy content – prezentowany m.in. na Digital Cityscreen z formatem wideo

Kontekst rynkowy

Rok 2024 przyniósł istotne zmiany i nowe możliwości na rynku reklamy Out-of-Home. Dzięki cyfryzacji, integracji z innymi mediami i rosnącej roli danych, branża OOH dynamicznie się rozwija, stając się coraz bardziej efektywnym i synergicznym medium komunikacji. Nastąpiła fundamentalna zmiana w postrzeganiu: nikt już nie myśli o reklamie Out-of-Home jako medium offline'owym z rysą online, a jako o pełnoprawnej hybrydzie i równorzędności Digital OOH z segmentem klasycznego OOH. OOH to medium nowoczesne, które rozwija się, cyfryzuje i tym samym wykracza poza wzorce przyjęte kilka czy kilkanaście lat temu.

Oferta

W 2024 roku AMS, zgodnie z ogólnosięwiatowymi trendami, dynamicznie rozwijał segment Digital OOH. Spółka wprowadziła do oferty kilka nowości – model zakupu oferty Digital OOH oparty o kontakty z reklamą, zgodnie ze standardem obowiązującym od 5 lat w segmencie klasycznego OOH, nośniki Digital Cityscreen z formatem wideo i efektem 3D, elastyczny czas emisji spotów we wszystkich rodzajach Digital OOH oraz efektywnościowy model rozliczeń dla retargetowanych reklam wideo.

Firma rozwinęła także automatyzację procesów zakupowych, w tym Programmatic DOOH oraz integrację z globalnymi platformami zakupowymi, umożliwiając

klientom reklamę w 35 aglomeracjach i funkcjonalnych obszarach miejskich w Polsce. Model Programmatic DOOH w AMS jest dostępny dla formatów typu Digital Indoor, Digital Cityscreen oraz Digital Citylight. W całym 2024 roku AMS zrealizował 62 kampanie w tym modelu, wykorzystując własne narzędzia lub integrację z platformą programatyczną Broadsign. AMS znacząco rozbudowywał system cyfrowej reklamy w galeriach handlowych, umacniając pozycję niekwestionowanego lidera tego segmentu Digital OOH. Obecnie w ofercie firmy jest 87 galerii handlowych, zlokalizowanych w ponad 35 aglomeracjach i funkcjonalnych obszarach miejskich. Dodatkowo, łącząc indoor i outdoor, AMS rozwinął sieć cyfrowych citylightów. Obecnie ma ich 268.



Sieć Digital Indoor AMS obejmuje 87 galerii handlowych, zlokalizowanych w ponad 35 aglomeracjach i funkcjonalnych obszarach miejskich

Firma dołączyła też do badania Mediapanel, rozszerzając zakres danych o oglądalności reklamy zewnętrznej w Polsce i uwzględniając perspektywę cross-mediową oraz potencjał tego medium na tle innych. AMS osiągnął pozycję zasięgowego lidera Digital OOH (źródło: Mediapanel, pomiar audytorium reklamy zewnętrznej prowadzony przez GEMIUS).

Na koniec 2024 roku przypadł wzmożony okres tworzenia nowej oferty pakietowej, która wiąże się z wprowadzeniem do sprzedaży (od lutego 2025 roku) modułów SMART PACK, które znacząco przyspieszają planowanie i obsługę kampanii zasięgowych, dostarczając gotowe rozwiązania do szybkiego łączenia. SMART PACK pozwala na zakup kampanii reklamowej zapewniającej dotarcie do określonej widowni na odpowiednio dobranych nośnikach – zarówno klasycznych, jak i cyfrowych. Klient może dopasować kampanię, definiując cztery kluczowe zmienne: grupę celową, zasięg geograficzny, intensywność oraz format kreacji. Klienci otrzymali także dostęp online do platformy pakietomat.pl, dzięki której planowanie SMART PACK jest szybkie, łatwe i wygodne.

AMS od lat konsekwentnie realizuje strategię zrównoważonego rozwoju, łącząc innowacyjne rozwiązania ekologiczne z reklamą OOH. Stworzył największy w Europie Środkowo-Wschodniej system EKO wiat, obejmujący 222 przystanki z zielonymi dachami certyfikowanymi znakiem Carbon Footprint Approved.



AMS stworzył największy w Europie Środkowo-Wschodniej system EKO wiat – to 222 przystanki z zielonymi dachami certyfikowanymi znakiem Carbon Footprint Approved

Obecność na takich przystankach daje możliwość reklamy zgodnej z prośrodowiskową ideą marki.

Promocja marki

W promocji marki AMS kluczowe miejsce zajmują autorskie treści oraz inicjatywy społeczne, proekologiczne i kulturalne. Firma aktywnie współpracuje z samorządami i biznesem na rzecz rozwoju miejskiej infrastruktury i wspierania projektów zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju. Siłą reklamową OOH spółki jest angażujący i wartościowy content, który promuje pozytywne postawy. Na cyfrowych nośnikach publikowane są m.in. treści edukacyjne i społeczne, w tym kampanie zachęcające do działań profilaktycznych realizowane we współpracy z Onkofundacją Alivia czy kampanie zachęcające do adopcji zwierząt.

AMS od lat podejmuje tematy społeczne, m.in. poprzez konkurs Galerii Plakatu AMS. W 2024 firma zorganizowała jego jubileuszową, 25. edycję i świętowała swoje 20-lecie. Kulminacyjnym punktem obchodów

był immersyjny wernisaż, podczas którego goście mogli spotkać się z laureatami konkursów, obejrzeć ich prace, a także prześledzić historię Galerii Plakatu AMS w cyfrowej oprawie Art Box Experience w Fabryce Norblina. Plakatem 20-lecia wybrany został projekt Anny Frydrych „Zwierzę też człowiek”, czasowo prezentowany w Muzeum Narodowym w Krakowie. AMS wspiera także instytucje kultury: jest partnerem Muzeum Narodowego w Warszawie, Muzeum Narodowego w Krakowie oraz Zamku Królewskiego na Wawelu. Marka aktywnie działa na rzecz rozwoju całego rynku reklamowego zarówno w ramach IAB Polska, jak i OOHlife Izby Gospodarczej.

Intensywny rok działań marketingowych firma zwieńczyła konferencją #DataDrivenDOOH, podczas której rozmawiano m.in. o przyszłości reklamy, danych i nowoczesnych technologiach zmieniających oblicze Digital Out-of-Home.

Osiągnięcia

Działania firmy AMS spotykają się z uznaniem zarówno rynku, jak i środowisk opiniotwórczych. Redakcja „Media & Marketing Polska” doceniła zaangażowanie spółki w działania prośrodowiskowe oraz dynamiczny rozwój w segmencie DOOH Indoor, przyznając jej tytuł Innowatora. Decyzją redakcji dziennika „Rzeczpospolita” i kapituły AMS został laureatem nagrody Zielony Orzeł „Rzeczpospolitej” w kategorii FIRMA za system przystanków z zielonymi dachami. Firma została po raz dziewiąty w historii i po raz szósty z rzędu, nagrodzona tytułem Superbrands Polska. To ogromne wyróżnienie i dowód na to, że marka jest doceniana przez

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

Plakat Anny Frydrych „Uwaga, zły pan” został wybrany „Najlepszym z najlepszych”, czyli plakatem 20-lecia Galerii Plakatu AMS. Artystka zwyciężyła w 20. edycji konkursu Galerii Plakatu AMS, której hasło brzmiało „Zwierzę też człowiek”. Plakat był wielokrotnie nagradzany w konkursach w Polsce i na świecie, pojawił się również na wystawie „Transformacje. Polska nowoczesność w III RP” w Muzeum Narodowym w Krakowie.

14 850

— tyle projektów zgłoszono
w ciągu 20 lat Galerii Plakatu AMS.
25 edycji, 184 laureatów i tysiące plakatów
na przystankach w całej Polsce.

konsumentów i ekspertów branżowych. W 2024 roku AMS po raz 12. został uhonorowany tytułem „Mecenasa Kultury Krakowa”. Spółkę nagrodzono za promocję kultury i sztuki oraz zaangażowanie się we współpracę z krakowskimi instytucjami kultury – m.in. Muzeum Narodowym, Zamkiem Królewskim na Wawelu czy Muzeum Fotografii. Wsparcie AMS przyczyniło się do ich odwiedzenia przez rekordową liczbę zwiedzających.

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 18m².

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 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 Plano Group (obecnie Video OOH) i buduje pierwszą EKO wiatę na warszawskiej Woli.

2020 AMS tworzy System Informacji Pasażerskiej (SIP) na przystankach w Krakowie. Powstaje największy system EKO wiat w Polsce.

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.

2023 AMS publikuje pierwszą w polskiej branży OOH strategię środowiskową. Marka rozwija ofertę eko: to już 150 EKO wiat z zielonymi dachami. Spółka wprowadza do oferty digital OOH nowe rozwiązania zwiększające jej elastyczność.

2024 Firma dynamicznie rozwija segment Digital OOH, m.in.: udostępnia cyfrową ofertę na globalnej platformie programatycznej Broadsign oraz wprowadza model zakupu oparty o kontakty (CPM). Galeria Plakatu AMS świętuje 20-lecie tworząc immersyjną wystawę podsumowującą jej dotychczasową działalność.

2025 AMS wprowadza do oferty pakiety SMART PACK oraz udostępnia narzędzie pakietomat.pl, dzięki któremu planowanie SMART PACK jest szybkie, łatwe i wygodne. Firma obchodzi jubileusz 35-lecia.