



## Polityka Handlowa Ruch S.A. 2021

Data publikacji 31.12.2020

### 1. Postanowienia ogólne.

Niniejsza polityka handlowa (Polityka Handlowa) reguluje warunki cenowe zakupu Kampanii Reklamowych na Nośnikach Reklamowych „RUCH” S.A.

Polityka Handlowa jest skierowana do osób niebędących konsumentami w rozumieniu przepisów art. 22<sup>1</sup> ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny (Dz.U. Nr 16, poz. 93). Osoby, które są konsumentami w rozumieniu Kodeksu cywilnego proszone są o kontakt z przedstawicielami „RUCH” S.A w celu zawarcia umowy świadczenia usług reklamowych na warunkach indywidualnie określonych.

Polityka Handlowa nie dotyczy ogłoszeń społecznych, kampanii wyborczych/ogłoszeń partii politycznych, transakcji z jednostkami sektora finansów publicznych (w rozumieniu ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, Dz. U. Nr 157, poz. 1240) zawieranych bezpośrednio pomiędzy tymi jednostkami a „RUCH” S.A. , umów o wzajemnej wymianie świadczeń i kompensacie, a także umów zawieranych z wszelkimi instytucjami państwowymi lub samorządowymi, w tym instytucjami kultury (w rozumieniu ustawy z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, Dz.U. Nr 114, poz. 493).

### 2. Definicje.

**Cena Katalogowa** – cena Ekspozycji Reklam wynikająca z aktualnie obowiązującego Cennika w „RUCH” S.A.

**Cennik** – Cennik Ekspozycji Reklam na Stacjonarnych Nośnikach Reklamowych „RUCH” S.A. stanowiący Załącznik nr 1 do Polityki Handlowej.

**Deklaracja** – deklaracja wydatków netto w bieżącym roku kalendarzowym na Kampanie Reklamowe Klienta lub Reklamodawcy na rzecz którego działa dany Klient.

**Ekspozycja Reklam** – prezentacja reklam (określona czasowo) na Nośnikach Reklamowych. **Indeksy Cenowe** – indeksy doliczane do cen w zależności od długości trwania lub mutacji Ekspozycji Reklam.

**Kampania Reklamowa** – usługa Ekspozycji Reklam lub inne usługi wykonywane przez „RUCH” S.A na podstawie Umowy - lub zawartego Zamówienia.

**Zamówienie** - porozumienie zawierane pomiędzy Reklamodawcą a RUCH S.A. w formie pisemnej lub za pomocą poczty elektronicznej określające co najmniej Ekspozycję Reklam, okres Kampanii Reklamowej, liczbę i typ Nośników Reklamowych oraz kwotę wynagrodzenia netto.

**Klient** – podmiot zawierający z „RUCH” S.A. Umowę lub Zamówienie, którego przedmiotem jest wykonanie Kampanii Reklamowej.

**Multiformat** – specjalnie oznaczone różne typy Nośników Reklamowych w różnych formatach na których można eksponować reklamę

**Nośniki Reklamowe** – stacjonarne nośniki reklamowe, na których „RUCH” S.A. eksponuje reklamy. Rodzaje dostępnych Nośników Reklamowych określa Katalog Nośników Reklamowych, który stanowi Załącznik nr 2 do Polityki Handlowej.

**Rabat** – każde obniżenie ceny za Ekspozycję Reklamy zgodnie z zasadami Polityki Handlowej.

**Reklamodawca** – podmiot, którego towary lub usługi są przedmiotem Reklamy.

**Umowa** – umowa zawarta pomiędzy Klientem a „RUCH” S.A. na czas określony lub nieokreślony, dotycząca wykonania Kampanii Reklamowych, zawierająca istotne warunki handlowe.

### **3. Warunki zakupu nośników reklamowych**

Możliwe opcje zakupu dostępnych Ekspozycji Reklam określa niniejsza Polityka Handlowa oraz Cennik. Ceny Ekspozycji Reklam zamieszczone są w Cenniku. Inne usługi świadczone przez „RUCH” S.A. nieuwzględnione w Cenniku wyceniane są na bazie indywidualnych ustaleń z Klientem.

Uwaga: Cennik dla prenumeraty online reguluje cennik na stronie internetowej: <http://ruch.com.pl/uslugi/reklama/>

### **4. Rabaty:**

Wszystkie Rabaty wskazane w niniejszym punkcie liczone są od Ceny Katalogowej.

Wysokość każdego Rabatu oraz ewentualne szczegółowe zasady jego obliczania muszą zostać wskazane w Umowie lub Zamówieniu.

Możliwe są następujące Rabaty:

#### **a) Rabat handlowy**

Rabat handlowy naliczany w zależności od Deklaracji wydatków reklamowych netto Klienta. W przypadku gdy faktyczny poziom wydatków w bieżącym roku kalendarzowym okaże się niższy niż złożona Deklaracja, „RUCH” S.A. dokona korekty rabatu handlowego do poziomu wyrównującego należny rabat handlowy. Wyrównanie rabatu handlowego będzie następować po zakończeniu roku kalendarzowego.

W trakcie roku kalendarzowego możliwe jest złożenie korekty Deklaracji Klienta. Nowy poziom rabatów handlowych, wynikających ze zmienionej Deklaracji, obowiązuje dla Kampanii Reklamowych zleconych po złożeniu korekty Deklaracji.

W przypadku braku złożenia Deklaracji, Klient ma możliwość uzyskania Rabatu adekwatnego do poziomu sumarycznych wydatków, które już zrealizował w danym roku. W przypadku osiągnięcia kolejnego progu rabatowego, nie następuje korekta Rabatu dla Kampanii Reklamowych już zrealizowanych.

Poziomy przysługujących rabatów handlowych warunkuje poniższa tabela:

| Poziom wydatków reklamowych rocznych netto |           | Maksymalny Rabat |
|--|-----------|------------------|
| od   | do        | %                |
|  | 50 000    | 3%               |
| 50 000                                     | 100 000   | 4%               |
| 100 000                                    | 200 000   | 5%               |
| 200 000                                    | 300 000   | 6%               |
| 300 000                                    | 500 000   | 7%               |
| 500 000                                    | 750 000   | 9%               |
| 750 000                                    | 1 000 000 | 10%              |
| 1 000 000                                  | 1 500 000 | 11%              |
| 1 500 000                                  | 2 000 000 | 14%              |
| 2 000 000                                  | 3 000 000 | 16%              |
| 3 000 000                                  |           | 19%              |

b) Rabat partnerski

Rabat partnerski przysługujący Klientom, którzy oferują swoje usługi lub sprzedają produkty w sieci „RUCH” S.A. Na wysokość rabatu partnerskiego wpływa czas trwania współpracy oraz wielkość obrotu. Maksymalna wysokość tego rabatu wynosi 10%.

c) Rabat za multiformat

Rabat za multiformat przyznawany w przypadku wykorzystania w Kampanii Reklamowej Nośników Reklamowych oznaczonych w katalogu jako nośniki zaliczane do grupy multiformat jest naliczany w przypadku gdy udział wartościowy w Kampanii Reklamowej nośników z grupy multiformat wynosi minimum 20%. Maksymalna wysokość tego rabatu wynosi 10%.

d) Rabat za pakiet

Rabat za pakiet przyznawany w przypadku wykorzystania w Kampanii Reklamowej więcej niż czterech rodzajów formatów dostępnych w portfolio „RUCH” S.A. Maksymalna wysokość tego rabatu wynosi 5%.

e) Rabat warunkowy

Rabat warunkowy przyznawany jest w przypadku wykorzystania w Kampanii Reklamowej konkretnych Nośników Reklamowych lub w przypadku długiego okresu ekspozycji. Maksymalna wysokość tego rabatu wynosi 10%.

| Rodzaj nośnika | Warunek przyznania rabatu                              |
|----------------|--|
| Korona kiosku  | rabat za wykorzystanie całego potencjału PSD           |
| Korona kiosku  | rabat za zajęcie nośnika na okres dłuższy niż pół roku |

## 5. Dopłaty:

Wszystkie dopłaty wskazane w niniejszym punkcie liczone są od Ceny Katalogowej.

Do Cen Katalogowych za ekspozycje reklam dolicza się następujące dopłaty:

a) Dopłata za wybór PSD

W przypadku wyboru do Kampanii Reklamowej mniejszej ilości PSD niż wskazuje potencjał PSD wskazany w Załączniku nr 1 naliczana jest dopłata w wysokości 15% do wartości Ceny Katalogowej Ekspozycji Reklamy.

b) Dopłata za drugi produkt na kreacji

W przypadku pojawienia się na kreacji drugiego produktu tego samego Reklamodawcy zostanie naliczona dopłata w wysokości 5% do Ceny Katalogowej Ekspozycji Reklamy. W sytuacji gdy na kreacji pojawi się więcej niż dwa produkty tego samego Reklamodawcy dopłata się multiplikuje i jest naliczana sumarycznie.

c) Dopłata za drugiego Reklamodawcę

W przypadku pojawienia się na kreacji drugiego Reklamodawcy zostanie naliczona dopłata w wysokości 20% do Ceny Katalogowej Ekspozycji Reklamy. W sytuacji gdy na kreacji pojawi się więcej niż dwóch Reklamodawców dopłata się multiplikuje i jest naliczana sumarycznie.

d) Dopłata za umieszczenie reklamy napoju alkoholowego – wynosi 11,11% Ceny Katalogowej Ekspozycji Reklamy dotyczących napoju alkoholowego.

## 6. Indeksy cenowe

W zależności od czasu trwania Ekspozycji Reklamy stosuje się indeksy cenowe według poniższej tabeli:

| Okres kampanii | 2 miesiące | miesiąc | 2 tygodnie | 1 tydzień | 6 dni | 5 dni | 4 dni | 3 dni | 2 dni | 1 dzień |
|----------------|------------|---------|------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| Indeks cenowy  | 2,00       | 1,00    | 0,70       | 0,40      | 0,40  | 0,35  | 0,30  | 0,20  | 0,15  | 0,10    |

W przypadku świadczenia usług Ekspozycji Reklamy na części Nośnika Reklamowego (mutacja) stosuje się indeksy cenowe według poniższej tabeli:

| indeks mutacji/rodzaj nośnika | nośnik 4 poziomy | nośnik 3 poziomy | nośnik 2 poziomy |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| indeks 4 poziomy              | 1                | nie dotyczy      | nie dotyczy      |
| indeks 3 poziomy              | 0,7              | 1                | nie dotyczy      |
| indeks 2 poziomy              | 0,6              | 0,7              | 1                |
| indeks 1 poziom               | 0,4              | 0,5              | 0,7              |

## **7. Zasady planowania, rezerwacji i zakupu kampanii**

Planowanie, rezerwacja i zakup usług Ekspozycji Reklamy powinno nastąpić nie później niż 2 miesiące przed planowanym startem Kampanii Reklamowej.

Rezerwacja usług Ekspozycji Reklamy jest ważna przez 2 tygodnie. Jeżeli w przeciągu tego czasu Umowa lub Zlecenie nie zostanie podpisana, nośnik jest traktowany jako dostępny do świadczenia usług Ekspozycji Reklam w portfolio „RUCH” S.A.

Zamówienie powinno zostać zaakceptowane lub Umowa podpisana co najmniej 30 dni przed startem Kampanii Reklamowej.

## **8. Postanowienia końcowe.**

Wszystkie uzgodnienia handlowe podejmowane w trakcie negocjacji, podobnie jak treść Zamówień, Umów 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

„RUCH” S.A. ma prawo do dokonania kwartalnej weryfikacji realizacji przez Klientów/Reklamodawców zadeklarowanych Wydatków rocznych netto.

Niniejsza Polityka Handlowa obowiązuje od dnia 1 stycznia 2020 roku.

Zmiany Polityki Handlowej mogą odbywać się w wyniku:

- a) zmian przepisów prawa, które istotnie wpłyną na zasady funkcjonowania rynku mediów w tym na możliwości prowadzenia kampanii na nośnikach reklamowych
- b) decyzji „RUCH” S.A.

Zmiany Polityki Handlowej będą udostępniane poprzez ich publikację na stronach internetowych „RUCH” S.A. lub przekazywane podmiotom zainteresowanym w formie dokumentowej (np. drogą poczty elektronicznej)