

Polityka handlowa Ströer Media na 2022 rok

Data publikacji: 14.03.2022 r.

1 WSTĘP:

- 1.1 Polityka handlowa reguluje warunki cenowe zakupu produktów reklamowych Out Of Home z portfolio Ströer Media.
- 1.2 Polityka handlowa nie dotyczy Kampanii długoterminowych, ogłoszeń społecznych, patronackich, kampanii wyborczych/ogłoszeń partii politycznych, transakcji z jednostkami sektora finansów publicznych, zawieranych bezpośrednio przez te jednostki ze Ströer Media.
- 1.3 Polityka handlowa jest skierowana do osób niebędących konsumentami w rozumieniu przepisów art. 221 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny. Osoby zainteresowane produktami reklamowymi Grupy Ströer, które są konsumentami w rozumieniu ww. ustawy proszone są o kontakt ze Ströer Media.

2 DEFINICJE:

Agencja – podmiot, posiadający pełnomocnictwo do reprezentacji Reklamodawcy.

Blok – minimalny okres, na który sprzedawana jest usługa Ekspozycji.

Cennik – stanowiący załącznik do Polityki, zestaw cen dla poszczególnych produktów, usług i form sprzedaży.

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

Dopłata – podwyższenie ceny na dany produkt lub usługę zgodnie z Polityką Handlową.

Ekspozycja – ekspozycja reklam na Nośnikach reklamowych.

Format nośnika – rodzaj nośnika reklamowego, który charakteryzuje rozmiar i sposób oświetlenia.

GRP – suma Ratingów w Kampanii reklamowej.

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

Kampania długoterminowa – usługa Ekspozycji reklamy realizowana przez okres dłuższy niż 5 miesięcy roku kalendarzowego

Kampania reklamowa – usługa Ekspozycja reklam zrealizowana przez Ströer Media na rzecz Klienta.

Klient – podmiot zamawiający w Grupie Ströer Kampanie reklamowe.

Nośniki reklamowe – powierzchnie reklamowe, na których usługę Ekspozycji reklamy sprzedaje Ströer Media, różniące się od siebie m.in. takimi parametrami jak rozmiar, sposób wyświetlenia.

Outdoor Track – projekt badawczy realizowany przez IBO mający na celu dostarczenie wskaźników mediowych dla kampanii Out Of Home.

Pakiet – zbiór Nośników reklamowych, które spełniają określone warunki.

Przeklejka – zmiana kreacji w trakcie miesiąca trwającej Kampanii reklamowej.

Rabat – obniżenie ceny na dany produkt lub usługę zgodnie z Polityką Handlową.

Rating – liczba kontaktów z nośnikami reklamowymi stanowiąca 1% populacji będącej w zasięgu badania Outdoor Track w wieku 15-65 lat.

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

Segmenty – 5 kategorii zdefiniowanych dla każdego Formatu na podstawie przedziałów VAC.

Selekcja – proces wyboru Nośników reklamowych do kampanii dokonywany przez Klienta na podstawie listy Nośników reklamowych zaproponowanych przez Ströer Media.

VAC (Visibility Adjusted Contacts) – wskaźnik pozwalający na wyliczenie liczby kontaktów dla Nośnika reklamowego w oparciu o badanie Outdoor Track.

Zamówienie – umowa, której przedmiotem jest zakup usługi Ekspozycji, bądź innych produktów i usług przez Klienta.

3 ZASADY OGÓLNE

- 3.1 Aktualne dostępne opcje zakupu Kampanii reklamowych każdorazowo publikowane są na stronach internetowy Grupy Ströer.
- 3.2 Ströer Media zastrzega sobie prawo dokonywania zmian w przyjętych opcjach zakupu Kampanii reklamowych.
- 3.3 Ceny ujęte w Cenniku odnoszą się do 1 miesiąca Ekspozycji, o ile w Cenniku nie jest ujęte inaczej. W przypadku gdy okres Ekspozycji wynosi pół miesiąca, cena ustalana jest z zastosowaniem mnożnika 0,75 w przypadku kampanii w zakupie cennikowym. Dla kampanii pół miesięcznych kupowanych w ramach Pakietów „na życzenie”, mnożnik CPP wynosi 1,5.
- 3.4 Pozostałe usługi świadczone przez Ströer Media i nie uwzględnione w Cenniku wyceniane są na bazie indywidualnie podjętych negocjacji z Klientem.
- 3.5 Zasady realizacji Kampanii reklamowych opisane są szczegółowo w Ogólnych Warunkach Umów na realizację kampanii na nośnikach reklamowych Grupy Ströer opublikowanych na stronach internetowych Grupy Ströer w Polsce.
- 3.6 Harmonogram sprzedaży poszczególnych produktów i usług Ströer Media publikowany jest na stronach internetowych Grupy Ströer.

4 DOSTĘPNE FORMY ZAKUPU KAMPANII REKLAMOWYCH

- 4.1 Dostępne są następujące niewyłączne formy zakupu Kampanii reklamowych:
 - a) Zakup gotowych Pakietów Produktowych,
 - b) Zakup pakietowy kontaktów „na życzenie”,
 - c) Zakup cennikowy,
 - d) Zakup z wyceną indywidualną (dla produktów wskazanych w Cenniku).

4.2 Zakup gotowych Pakietów Produktowych

- 4.2.1 Gotowe Pakiety Produktowe to przygotowane przez Ströer Media kampanie OOH spełniające określone założenia komunikacyjne.
- 4.2.2 Każdy z Pakietów jest opisany minimalną liczbą nośników oraz określonymi parametrami mediowymi.
- 4.2.3 Pakiety nie podlegają selekcji oraz modyfikacji ze strony klienta.
- 4.2.4 Ceny Gotowych Pakietów Produktowych wskazuje Załącznik nr 1.

4.3 Zakup pakietowy kontaktów „na życzenie”

- 4.3.1 Pakiet kontaktów „na życzenie” to dokonany przez Ströer wybór nośników reklamowych dostarczających zamawianą przez klienta liczbę kontaktów.
- 4.3.2 Pakiet „na życzenie” konstruowany jest w oparciu o przekazane przez klienta formaty, geograficzną lokalizację kampanii, liczba kontaktów wyrażoną w GRP.
- 4.3.3 Każdy pakiet opisany jest formatem/formatami nośników reklamowych oraz wartością parametru GRP realizowaną przez zbiór nośników reklamowych.
- 4.3.4 Do wyceny pakietu kontaktów „na życzenie” stosuje się uwzględnioną w Załączniku nr 1 cenę CPP (Cost Per Point) przy uwzględnieniu regulacji ujętych w zasadach naliczania rabatów i dopłat w ramach niniejszej Polityki.
- 4.3.5 Pakiety kontaktów „na życzenie” nie podlegają selekcji ze strony klienta.
- 4.3.6 Możliwa jest wymiana maksymalnie 5% Nośników reklamowych w ramach Pakietu. Taka wymiana może nastąpić zarówno na zgłoszenie Klienta jak i w wyniku decyzji Ströer Media.
- 4.3.7 Formaty reklamowe objęte tym sposobem zakupu wskazuje Załącznik nr 1.

4.4 Zakup cennikowy

- 4.4.1 Zakup realizowany w oparciu o parametry przekazane przez klienta takie jak: Format zasięg geograficzny, POI.
- 4.4.2 Ströer Media w oparciu o przekazane parametry proponuje nośniki reklamowe do Selekcji przez klienta.
- 4.4.3 Każdy nośnik przekazany do Selekcji opisany jest Segmentem przedziału kontaktów i wynikającą z nich ceną zgodną z Załącznikiem nr 1.
- 4.4.4 Nośniki nieprzebadane nie są przypisane do żadnego z Segmentów. Cena Nośników nieprzebadanych wskazuje Załącznik nr 1.
- 4.4.5 Formaty reklamowe objęte tym sposobem zakupu wskazuje Załącznik nr 1.

5 HARMONOGRAM SPRZEDAŻY STRÖER MEDIA I ZASADY REZERWACJI

5.1 Sprzedaż poszczególnych Bloków odbywa się w ramach następującego harmonogramu:

	powyżej 3 miesięcy do startu Miesiąca	1 do 3 miesięcy do startu Miesiąca	1 miesiąc do startu Miesiąca
ZAKUP GOTOWYCH PAKIETÓW PRODUKTOWYCH	gwarancja liczby nośników oraz określonych parametrów mediowych; możliwość kontraktowania , brak rezerwacji	gwarancja liczby nośników oraz określonych parametrów mediowych; możliwość kontraktowania , rezerwacje: 5 dni roboczych	
ZAKUP PAKIETU KONTAKTÓW "NA ŻYCZENIE" (bez selekcji)		otwarcie sprzedaży: budowanie pakietów na życzenie rezerwacje: 5 dni roboczych	rezerwacje: 5 dni roboczych lub 2 tygodnie przed kampanią 48h
ZAKUP CENNIKOWY (selekcja)	przyjmowanie zapytań, brak rezerwacji	otwarcie sprzedaży: rezerwacje: 5 dni roboczych	rezerwacje: 5 dni roboczych lub 2 tygodnie przed kampanią 48h

6 ZASADY NALICZANIA DOPŁAT I RABATÓW

6.1 Rabaty i dopłaty ujęte w polityce naliczane są kaskadowo – każdy kolejny Rabat obliczany jest od kwoty pozostałej po odjęciu Rabatu poprzedzającego. W pierwszej kolejności naliczone są dopłaty następnie rabaty zgodnie z kolejnością uwzględnioną w pkt 6.2.

6.2 Możliwe są następujące rabaty

- a) rabat agencyjny,
- b) rabat handlowy,
- c) rabat multiformat,
- d) rabat warunkowy.

6.3 Dopłaty:

6.3.1 W przypadku przekroczenia terminów rezerwacji, o których mowa w punkcie 5.1., Ströer Media może zamienić anulację rezerwacji na jej przedłużenie, w tym przypadku naliczona zostanie dopłata w wysokości 1% wartości rezerwacji za każdy dzień roboczy jej przedłużenia.

6.4 Rabat agencyjny

- 6.4.1 Możliwy do uzyskania w wyniku złożenia rocznej deklaracji wydatków do 31 stycznia 2022 r. Wydatki zrealizowane w styczniu 2022 zaliczają się do deklaracji rocznej.
- 6.4.2 W przypadku gdy roczny poziom wydatków jest niższy niż złożona deklaracja, dokonana zostanie korekta Rabatu do stawki adekwatnej do osiągniętego przez Agencję poziomu wydatków. Rozliczenie z Agencją następować będzie po zakończeniu roku kalendarzowego, do końca I kwartału następnego roku.
- 6.4.3 W trakcie roku możliwe jest złożenie korekty deklaracji Agencji. Nowy poziom rabatów wynikających ze zmienionej deklaracji, obowiązuje dla Kampanii reklamowych zleconych po jej złożeniu.
- 6.4.4 W przypadku gdy deklaracja wydatków nie jest złożona, Agencja ma możliwość uzyskania rabatu adekwatnego do poziomu sumarycznych wydatków już zrealizowanych w danym roku. W przypadku osiągnięcia kolejnego progu rabatowego, nie następuje korekta Rabatu dla kampanii już zrealizowanych.
- 6.4.5 Wydatki roczne uwzględnione do wyznaczenia poziomu rabatu obejmują wszystkie wydatki zrealizowane przez Agencję, w tym ekspozycję oraz usługi świadczone przez Ströer Media, za wyjątkiem: opłaty piwnej, druku, Przeklejek, oraz kosztów technicznych realizowanych projektów specjalnych – usług nie ujętych w ramach Załącznika nr 1.

poziom wydatków rocznych		max RABAT
od	do	%
1 000 000 zł	3 000 000 zł	4%
3 000 000 zł	5 000 000 zł	6%
5 000 000 zł	10 000 000 zł	8%
10 000 000 zł	12 000 000 zł	10%
12 000 000 zł	14 000 000 zł	12%
14 000 000 zł	+	do negocjacji

6.5 Rabat handlowy:

6.5.1 Rabat którego wysokość zależy od realizowanych wydatków w danym kwartale kalendarzowym.

poziom wydatków kwartalnych		max RABAT
od	do	%
100 000 zł	200 000 zł	1,0%
200 000 zł	300 000 zł	2,0%
300 000 zł	500 000 zł	4,0%
500 000 zł	750 000 zł	5,0%
750 000 zł	1 000 000 zł	6,0%
1 000 000 zł	+	do negocjacji

6.5.2 Rabat przydzielany na poziomie Reklamodawcy.

6.5.3 Reklamodawca może złożyć deklarację wydatków w danym kwartale, uzyskując określony poziom rabatu dla wszystkich miesięcy w ramach kwartału.

6.5.4 W przypadku gdy reklamodawca nie złoży deklaracji wydatków w danym kwartale. Rabat handlowy będzie przydzielany w oparciu o kwoty już realizowane w danym kwartale.

6.5.5 W przypadku gdy kwartalny poziom wydatków jest niższy niż złożona deklaracja, dokonana zostanie korekta do poziomu rabatu ujętego w 6.4.4.

6.6 Rabat multiformat – wynosi maksymalnie 4%. Przydzielany jest w przypadku gdy udział formatu niedominującego w Kampanii reklamowej zamówionej w Ströer Media stanowi nie mniej niż 10% wartości kampanii. Na wysokość tego rabatu wpływ mają formaty uwzględnione w ofercie dla klienta.

6.7 Rabat warunkowy:

6.7.1 Rabat możliwy wyjątkowo do przydzielenia w wyniku indywidualnych negocjacji z Klientem, może być przyznany ze względu na takie parametry jak zakres usług i produktów nabywanych w Ströer Media, udział Ströer Media w realizowanych kampaniach OOH klienta.

7 POSTANOWIENIA KOŃCOWE

- 7.1 Wszystkie uzgodnienia handlowe podejmowane w trakcie negocjacji podobnie jak treść umów oraz porozumień zawieranych w formie 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 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.
- 7.2 Ströer Media ma prawo do kwartalnej weryfikacji deklaracji, o której mowa w 6.4.1 i jej skorygowania, jeżeli w ocenie Ströer Media bieżące zrealizowane wydatki wyraźnie wskazują na brak możliwości zrealizowania deklaracji.
- 7.3 W przypadku gdy faktyczne wydatki roczne Agencji nie zostaną zrealizowane na poziomie zgodnym z deklaracją, Ströer Media będzie uprawnione do żądania zwrotu od Klienta przydzielonego rabatu lub korekty wynikającej ze zmienionych warunków handlowych do końca I kwartału następnego roku.
- 7.4 Jeżeli w ciągu roku kalendarzowego zmianie ulegnie Agencja reprezentująca danego Reklamodawcę, jego wydatki realizowane przez nową Agencję, będą traktowane jako nowe od momentu zmiany, chyba że Agencja lub Reklamodawca uzgodni ze Ströer Media, że mają one być traktowane sumarycznie.

8 OBOWIĄZYWANIE POLITYKI HANDLOWEJ

- 8.1 Niniejsza Polityka Handlowa obowiązuje od 21 marca 2022 r.
- 8.2 W przypadku sprzeczności postanowień Polityki Handlowej z postanowieniami Ogólnych Warunków Zawierania Umów stosuje się postanowienia Polityki Handlowej.

8.3 Zmiany Polityki Handlowej mogą się odbywać w wyniku:

8.3.1 Zmian w przepisach prawa istotnie zmieniających zasady funkcjonowania rynku mediów.

8.3.2 Decyzji Ströer Media.

8.3.3 Zmian regulacji prawnych wpływających na możliwość prowadzenia kampanii na nośnikach reklamowych.

8.4 Zmiany Polityki Handlowej publikowane będą na stronach internetowych Grupy Ströer. Zmiany w Polityce Handlowej skutkujące zmianą warunków kampanii już realizowanych powinny być potwierdzone pisemnie przez strony nie później niż na 2 tygodnie od momentu opublikowania Polityki na stronie internetowej.

ZAŁĄCZNIK NR 1 do Polityki Handlowej Ströer Media z dnia 14.03.2022

A) CENNIK USŁUG EKSPOZYCJI I DRUKU NA NOŚNIKACH REKLAMOWYCH OUT OF HOME v.2022

FORMAT	SPRZEDAŻ CENNIKOWA					nieobjęte badaniem Outdoor Track	SPRZEDAŻ PAKIETOWA - cena za 1 rating (CPP)*
	A4	A3	A2	A1	A0		pakiety "na życzenie"
dobowa liczba kontaktów (tys)	< 5	5 - 10	10 - 15	15 - 35	> 35		
Super 18 (6x3 frontlight)	2 050 zł	2 250 zł	2 550 zł	3 000 zł	4 400 zł	2 550 zł	630 zł
dobowa liczba kontaktów (tys)	< 4	4 - 8	8 - 12	12 - 25	> 25		
Super 12 (5x2 frontlight)	1 225 zł	1 455 zł	1 705 zł	2 175 zł	3 125 zł	1 705 zł	540 zł
dobowa liczba kontaktów (tys)	< 3	3 - 6	6 - 9	9 - 20	> 20		
Billboard (5X2)	695 zł	745 zł	805 zł	895 zł	1 515 zł	805 zł	290 zł
dobowa liczba kontaktów (tys)	< 10	10 - 20	20 - 30	30 - 50	> 50		
Super Size (12x3 frontlight), Large Size (12x4 frontlight)	6 100 zł	6 600 zł	7 200 zł	8 100 zł	10 500 zł	7 200 zł	900 zł
liczba kontaktów (tys)	< 8	8-16	16 - 24	24 - 40	> 40		
Backlight Premium (6x3)	7 280 zł	7 880 zł	8 580 zł	9 380 zł	10 380 zł	8 580 zł	1 270 zł
dobowa liczba kontaktów (tys)	< 3	3 - 6	6 - 9	9 - 20	> 20		
Citylight Poster/Scroll; Stupy Citylight (1,8x1,2)	1 060 zł	1 120 zł	1 180 zł	1 230 zł	1 420 zł	1 180 zł	nie dotyczy

rabaty i dopłaty ujęte w pkt 6.polityki handlowej - mają zastosowanie

*koszty druku zostaną wyliczone na podstawie ostatecznego kształtu pakietu


B) CENNIK USŁUG EKSPOZYCJI I DRUKU NA NOŚNIKACH REKLAMOWYCH OUT OF HOME PAKIETY PRODUKTOWE GOTOWE v.2022

Lp.	NAZWA	MINIMALNA Liczba Nośników	Rodzaj nośników	ZASIĘG GEOGRAFICZNY	PLANOWANE WSKAŹNIKI MEDIOWE			MINIMALNA Liczba Kontaktów	CENA SPRZEDAŻY Z DRUKIEM
					Zasięg	Częstotliwość	GRP		
1	Siatka PLAY	336	240 SO, 64 SS, 5 LS, 27 CLP	G10	67,6	20,3	1372	121 818 088	990 000 zł
2	Siatka Polkomtel	286	186 SO, 100 SS	G10	66,5	22,5	1493	132 498 324	1 040 000 zł
3	Trzeci Telekom	258	194 SO, 60 SS, 4 LS	G10	65,6	21,0	1355	120 304 352	840 000 zł
4	TopFACTORS	488	99 BB, 26 SD, 344 SO, 19 SS/LS	G10	71,6	22,0	1568	139 211 212	930 000 zł
5	Economy	626	467 BB, 132 SD, 27 PW/PN	G10	73,9	18,2	1347	119 538 468	530 000 zł
6	BackLight 90	90	90 BS - ROTACJA	G9	52,5	10,3	540	47 952 086	750 000 zł
7	BackLight 120	120	120 BS - ROTACJA	G9	57,8	12,0	693	61 549 392	990 000 zł

rabaty: handlowy i multiformat, ujęte w pkt 6.polityki handlowej, zostały uwzględnione w powyższej wycenie

STRÖER FJ CENNIK BLOW UP

LP.	ID powierzchni	Miasto	Adres lokalizacji	Zdjęcie	Wymiar reklamy	Pow. w m ²	Cena Katalogowa z Drukiem
1	8560891	Warszawa	Al. Jerozolimskie / Chałubińskiego / Tytusia (Al. Jerozolimskie 56c) Swiede Centre, wschodnia elewacja		37,4m x 12,5m	467,50	185 000 zł
2	8560892	Warszawa	Al. Jerozolimskie / Żelazna (Al. Jerozolimskie 56c) Swiede Centre, zachodnia elewacja		37,4m x 12,5m	467,50	185 000 zł
3	8555094	Warszawa	Al. Jerozolimskie / Piłater Emili (Al. Jerozolimskie 59)		33,8x8,3m	280,50	145 000 zł
4	8557682	Warszawa	ul. Grzybowska / ul. Królewska		12,4x8,2m	101,70	120 000 zł
5	8555083	Warszawa	Al. Niepodległości / M. Czerwskiego / Antoniego (Al. Niepodległości 107/109)		10,6x16m	169,60	95 000 zł
6	8560735	Warszawa	Grójecka / Wawelska		15x4m	60,00	120 000 zł
7	8555082	Warszawa	Grochowska / Zakole (Wiatraczna 2)		11x9m	99,00	75 000 zł
8	8560731	Warszawa	Francuska / Rondo Waszyngtona Jerzego		6x9m	54,00	55 000 zł
9	8560732	Warszawa	Al. Jana Pawła II / Dzielna		6x7m	42,00	42 000 zł
10	8523097	Warszawa	Tamka / Solec (Tamka 13A)		5,25x11,75m	61,69	42 000 zł
11	8525834	Warszawa	Radziwińska / Handlowa (Radziwińska 126)		6,5x8m	52,00	33 000 zł
12	8525772	Warszawa	Belwederska / (Belwederska 6) A Dolna D2		5x11m	55,00	28 000 zł
13	8560734	Warszawa	Głobusowa / kier. ul. Długowa		6m x 8m	48,00	33 000 zł
14	8559631	Poznań	Kraszewskiego / Józefa / Rynek Jężycki (Kraszewskiego Józefa 3)		11x6m	66,00	29 000 zł
15	8527508	Gdańsk	PORT LOTNICZY, Słowackiego / Juliusza / (Słowackiego Juliusza 200)		20x7,25m	145,00	27 000 zł
16	8526602	Szczecin	Kołumba Krzysztofa / (Kołumba Krzysztofa 3)		7x9m	63,00	33 000 zł
17	8525720	Szczecin	Kołtąja Hugona / Rondo Sybiraków / (Kołtąja Hugona 28)		9x9m	81,00	35 000 zł

rabaty i dopłaty ujęte w pkt 6. polityki handlowej - nie mają zastosowania, obowiązuje indywidualna wycena

C) CENNIK USŁUG EKSPOZYCJI I DRUKU NA NOŚNIKACH REKLAMOWYCH W WARSZAWSKIM METRZE

	A4	A3	A2	A1	A0
<i>pasażeropotoki</i> <i>dziennie</i>		>10 tys.	>15 tys.	>20 tys.	>30 tys.
<i>stacje I linia</i>	<i>Ursynów, Marymont, Słodowiec, Stare Bielany</i>	<i>Natolin, Imielin, Stokłosy, Raclawicka, Plac Wilsona, Wawrzyszew</i>	<i>Kabaty, Służew, Dw. Gdański</i>	<i>Wierzbno, Pole Mokotowskie, Ratusz Arsenal, Młociny</i>	<i>Centrum, Politechnika, Świętokrzyska, Wilanowska</i>
<i>stacje II linia</i>	<i>CN Kopernik, Stadion, Szwedzka, Targówek, Trocka, Płocka, Młynów, Ks. Janusza</i>	<i>Rondo ONZ, Nowy Świat</i>	<i>Rondo Daszyńskiego</i>	<i>Wileński</i>	<i>Świętokrzyska</i>
Citylight Poster/Scroll (podziemne)(1,2m x 1,8m)	1 060 zł	1 120 zł	1 180 zł	1 230 zł	1 420 zł
Megalight (3,5m x 2,5m)	1 700 zł	1 800 zł	1 900 zł	2 500 zł	3 500 zł
Metroboard (3m x 2m)	1 800 zł	1 900 zł	2 000 zł	2 200 zł	2 750 zł
Backlight (4m x 3m)	4 950 zł	5 400 zł	5 925 zł	6 525 zł	7 275 zł
Backlight (6m x 3m)	7 280 zł	7 880 zł	8 580 zł	9 380 zł	10 380 zł

rabaty i dopłaty ujęte w pkt 6.polityki handlowej - mają zastosowanie
D) CENNIK NA EKSPOZYCJĘ I DRUK REKLAMY NA METROFRAME W WAGONACH METRA (DLA MIESIĘCZNEJ EKSPOZYCJI)

	PAKIETY						
	MIN	DOUBLE	STANDARD	STRONG	MAX	DOUBLE MAX	TRIPLE MAX
Liczba ramek	75	150	225	300	450	900	1350
Opis pakietu	1 metroframe w każdym pociągu	2 metroframe w każdym pociągu	3 metroframe w każdym pociągu	4 metroframe w każdym pociągu	6 metroframe w każdym pociągu	12 metroframe w każdym pociągu	18 metroframe w każdym pociągu
Cena jednej ramki	232 zł	216 zł	200 zł	184 zł	168 zł	143 zł	131 zł
Cena pakietu	17 400 zł	32 400 zł	45 000 zł	55 200 zł	75 600 zł	128 700 zł	176 850 zł
Cena druku z zapasem	656 zł	1 320 zł	1 976 zł	2 640 zł	3 960 zł	7 920 zł	11 880 zł
Wartość pakietu netto	18 056 zł	33 720 zł	46 976 zł	57 840 zł	79 560 zł	136 620 zł	188 730 zł
	ZAKUP JEDNOSTKOWY						
	1-15	16-30	31-45	46-60	61-74		
Liczba ramek	9	26	35	50	66		
Cena jednej ramki	360 zł	350 zł	340 zł	330 zł	320 zł		
Cena pakietu	3 240 zł	9 100 zł	11 900 zł	16 500 zł	21 120 zł		
Cena druku z zapasem	80 zł	232 zł	312 zł	440 zł	584 zł		
Wartość pakietu netto	3 320 zł	9 332 zł	12 212 zł	16 940 zł	21 704 zł		

rabaty i dopłaty ujęte w pkt 6.polityki handlowej - nie mają zastosowania

PRODUKT DOOH W METRZE	ROZMIAR PAKIETU	DŁUGOŚĆ SPOTU (S)	DŁUGOŚĆ KAMPANII (LICZBA DNI)	LICZBA LOKALIZACJI	LICZBA EKRANÓW	GODZIN EMISJI DZIENNE	SPOTÓW W GODZINIE	DZIENNA LICZBA EMISJI PER EKRAN	TOTAL NETTO PRZED RABATEM
StroerTV - spoty	4 spoty / h	15	1	nd	1 926	19	4	76	3 600 zł
StroerTV - spoty	8 spotów / h	15	1	nd	1 926	19	8	152	7 200 zł
StroerTV - spoty	12 spotów /h	15	1	nd	1 926	19	12	228	10 800 zł
StroerTV - spoty	16 spotów / h	15	1	nd	1 926	19	16	304	14 400 zł
StroerTV - sponsoring	8 spotów / h	5	1	nd	1 926	19	8	152	2 400 zł
StroerTV - sponsoring	16 spotów / h	5	1	nd	1 926	19	16	304	4 800 zł
StroerTV - branded content	14 dni	60	14	nd	1 926	19	4	76	80 080 zł
StroerTV - branded content	28 dni	60	28	nd	1 926	19	4	76	160 160 zł
Infoscreen	Light 100	15	1	10	31	9,5	11	100	1 860 zł
Infoscreen	Standard 200	15	1	10	31	19	11	200	3 720 zł
Infoscreen	Strong 400	15	1	10	31	19	22	400	7 440 zł
Digital Metroboard	Light 100	15	1	7	28	9,5	11	100	2 285 zł
Digital Metroboard	Standard 200	15	1	7	28	19	11	200	4 570 zł
Digital Metroboard	Strong 400	15	1	7	28	19	22	400	9 140 zł
AdWalk Kraków		15	1	1	10	17	30	510	536 zł
AdWalk Wrocław		15	1	1	14	19	30	570	536 zł