

| Pasma         | Poniedziałek<br>- Wtorek<br>30" | Środa<br>- Piątek<br>30" | Sobota<br>30" | Niedziela<br>30" |
|---------------|---------------------------------|--------------------------|---------------|------------------|
| 5:00 - 5:29   | 320                             | 330                      | 200           | 150              |
| 5:30 - 5:59   | 320                             | 330                      | 200           | 150              |
| 6:00 - 6:29   | 690                             | 710                      | 440           | 330              |
| 6:30 - 6:59   | 690                             | 710                      | 440           | 330              |
| 7:00 - 7:29   | 1 530                           | 1 570                    | 700           | 330              |
| 7:30 - 7:59   | 1 530                           | 1 570                    | 700           | 330              |
| 8:00 - 8:29   | 1 530                           | 1 570                    | 700           | 330              |
| 8:30 - 8:59   | 1 530                           | 1 570                    | 700           | 330              |
| 9:00 - 9:29   | 1 530                           | 1 570                    | 1 050         | 630              |
| 9:30 - 9:59   | 1 530                           | 1 570                    | 1 050         | 630              |
| 10:00 - 10:29 | 1 270                           | 1 310                    | 1 050         | 630              |
| 10:30 - 10:59 | 1 270                           | 1 310                    | 1 050         | 630              |
| 11:00 - 11:29 | 1 270                           | 1 310                    | 1 050         | 560              |
| 11:30 - 11:59 | 1 270                           | 1 310                    | 1 050         | 560              |
| 12:00 - 12:29 | 1 270                           | 1 310                    | 1 050         | 560              |
| 12:30 - 12:59 | 1 270                           | 1 310                    | 1 050         | 560              |
| 13:00 - 13:29 | 1 060                           | 1 090                    | 1 050         | 560              |
| 13:30 - 13:59 | 1 060                           | 1 090                    | 1 050         | 560              |
| 14:00 - 14:29 | 1 060                           | 1 090                    | 1 050         | 560              |
| 14:30 - 14:59 | 1 060                           | 1 090                    | 1 050         | 560              |
| 15:00 - 15:29 | 1 270                           | 1 310                    | 580           | 560              |
| 15:30 - 15:59 | 1 270                           | 1 310                    | 580           | 560              |
| 16:00 - 16:29 | 1 270                           | 1 310                    | 580           | 560              |
| 16:30 - 16:59 | 1 270                           | 1 310                    | 580           | 560              |
| 17:00 - 17:29 | 1 270                           | 1 310                    | 580           | 560              |
| 17:30 - 17:59 | 1 270                           | 1 310                    | 580           | 560              |
| 18:00 - 18:29 | 1 050                           | 1 070                    | 580           | 560              |
| 18:30 - 18:59 | 1 050                           | 1 070                    | 580           | 560              |
| 19:00 - 19:29 | 740                             | 760                      | 580           | 300              |
| 19:30 - 19:59 | 740                             | 760                      | 580           | 300              |
| 20:00 - 20:29 | 400                             | 400                      | 300           | 300              |
| 20:30 - 20:59 | 400                             | 400                      | 300           | 300              |
| 21:00 - 21:29 | 400                             | 400                      | 300           | 300              |
| 21:30 - 21:59 | 400                             | 400                      | 300           | 300              |
| 22:00 - 22:29 | 300                             | 300                      | 200           | 200              |
| 22:30 - 22:59 | 300                             | 300                      | 200           | 200              |
| 23:00 - 23:29 | 300                             | 300                      | 200           | 200              |
| 23:30 - 23:59 | 300                             | 300                      | 200           | 200              |
| 00:00 - 04:59 | 100                             | 100                      | 100           | 100              |

*Mnożnik ceny dla różnych długości spotów*

| Mnożnik ceny dla<br>różnych długości<br>spotów | 5"  | 10" | 15" | 20" |
|------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|
|                                                | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,9 |
|                                                | 25" | 30" | 35" | 40" |
|                                                | 1,0 | 1,0 | 1,4 | 1,5 |
|                                                | 45" | 50" | 55" | 60" |
|                                                | 1,7 | 1,8 | 2,0 | 2,2 |

**Cennik obowiązuje od 27.02.2012 do 1.07.2012**

*Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT*

OPERA FM Sp.z o.o.

**Dział Sprzedaży GRUPY RMF**

Al. Stanów Zjednoczonych 61A, 04-028 Warszawa, tel. (0-22) 516 36 60, fax.(0-22) 516 32 23



## Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF Classic

### 1. WSTĘP.

Cennik jest informacją o cenie emisji spotów reklamowych w programie radiowym RMF Classic, nadawanym przez Opera FM Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie a także o zasadach kalkulacji wartości emitowanych w RMF Classic kampanii reklamowych.

### 2. OGÓLNE INFORMACJE O CENNIKACH.

#### 2.1. Cennik.

Cena emisji spotów reklamowych jest kalkulowana na podstawie cennika obowiązującego w dniu emisji poszczególnych spotów reklamowych objętych daną kampanią reklamową.

##### 2.1.1. Cennik czasów emisji.

Cennik czasów emisji określa ceny emisji spotu reklamowego w zależności od pory emisji wybranego bloku reklamowego w programie RMF Classic.

#### 2.2. Podatek VAT.

Do cen ustalonych w cennikach dolicza się podatek VAT w obowiązującej stawce.

#### 2.3. Zmiana cennika.

1. Cenniki są przyjmowane i obowiązują przez czas oznaczony, wskazany w danym cenniku.

2. RMF Classic zobowiązuje się ogłaszać nowy cennik, na co najmniej 6 tygodni przed jego wprowadzeniem (tj. przed datą w jakiej zaczyna obowiązywać nowy cennik, ustalony dla następnego, oznaczonego okresu czasu).

3. Do realizacji przyjmowane są wyłącznie te zlecenia reklamowe, w których emisja spotów reklamowych przypada na okres, dla którego ustalono, przyjęto i ogłoszono cennik.

3. Wartość emisji (cena zleconej kampanii reklamowej) dla zlecenia reklamowego złożonego przed wejściem w życie nowego cennika, obejmującego emisję reklam w okresie przed wejściem w życie nowego cennika oraz w okresie obowiązywania nowego cennika będzie ustalana w oparciu o dwa cenniki (tj. cennik obowiązujący w dacie złożenia danego zlecenia reklamowego oraz nowy cennik ogłoszony dla kolejnego okresu czasu), w zależności od dnia emisji poszczególnych spotów reklamowych objętych danym zleceniem reklamowym.

### 3. CENNIK CZASÓW EMISJI.

#### 3.1. Formy sprzedaży czasu reklamowego wg czasów emisji.

W tej formie RMF Classic proponuje następujące opcje zakupu czasu antenowego:

##### 3.1.1. Klasyczna

Czas reklamowy w RMF Classic liczony według obowiązującego cennika emisji spotów reklamowych z uwzględnieniem zwwyżek i zniżek oferowanych przez RMF Classic.

##### 3.1.2. Specjalna.

Na podstawie specjalnych ofert adresowanych do Klientów na warunkach w nich określonych.

#### 3.2. Dodatkowe elementy wpływające na cenę:

##### 3.2.1. Zniżki.

RMF Classic przewiduje udzielenie zniżek od cennika czasów emisji w następujących okolicznościach:

- a) Rabat za pierwszą kampanię marki<sup>1</sup> lub firmy - do 5%, dotyczy marek i firm wprowadzanych na rynek przy kampaniach nie dłuższych niż 4 tygodnie.
  - b) Rabat inwestycyjny - do negocjacji.
  - c) Rabat za udział w wydatkach radiowych - do negocjacji.
  - d) Rabat pakietowy - zgodny z obowiązującą ofertą.
- Powyższe rabaty dotyczą wyłącznie płatnych emisji (nie dotyczą wymiany barterowej).

##### 3.2.2. Zwwyżki.

1. RMF Classic zastrzega sobie prawo do wyrażenia zgody na emisję spotu reklamowego zawierającego więcej niż jeden podmiot (firma/produkt/usługa) lub też zawierającego elementy dźwiękowe promujące inne podmioty niż główny (firma/produkt/usługa). W takim przypadku RMF Classic może stosować dodatkowe zwwyżki, według następujących zasad:

- a) Zestawienie w jednym spocie dwóch reklam - cena kalkulowana jak za każdy spot reklamowy oddzielnie.
- b) Umieszczenie w jednym spocie marki\* innego Klienta - 15% wartości emisji za

<sup>1</sup> Marka - oznacza znak towarowy, nazwę produktu lub usługi występujące w dostępnych klasyfikacjach (Kantar Media, OBOP, AGB Polska, SAP - System sprzedaży RMF Classic)

## Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF Classic

- pierwszą dodatkową plus 5% za każdą następną markę w jednym spocie reklamowym.
- c) Umieszczenie w spocie reklamowym Klienta usługi audio-tele lub SMS - 20% wartości emisji po uprzedniej zgodzie RMF Classic.
  - d) Nazwa lub logo dźwiękowe sponsora medialnego (prasa/TV) nie dłuższe niż 3" - 2% wartości emisji za każde logo w jednym spocie reklamowym (RMF Classic nie akceptuje umieszczania w spotach logo, informacji o akcji, usługach czy też promocji innych niż RMF Classic stacji radiowych).
  - e) Nazwa lub logo dźwiękowe sponsora innego niż medialny, nie dłuższe niż 3" - 5% wartości emisji za każde logo w jednym spocie reklamowym.
  - f) W związku z faktem, że ustawa z dnia 26.10.1982r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (w jej brzmieniu ustalonym ustawą z dnia 28.03.2003r. o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi - Dz.U. z 2003r. nr 80 poz. 719) nakłada na podmiot świadczący usługi reklamowe napojów alkoholowych, o których mowa w w/w ustawie, obowiązek wnoszenia opłaty w wysokości 10% wartości usługi - w wypadku zleceń reklamowych, których przedmiotem będzie reklama napojów alkoholowych (w tym piwa) wartość zlecenia (cena) zostanie powiększona o 10% (liczone od ceny netto, tj. przed naliczeniem podatku).

2. W przypadku specjalnych wymagań Klienta RMF Classic może wymagać dodatkowej zapłaty za emisje spotów reklamowych, zgodnie z następującymi zasadami:

- a) Emisja spotów reklamowych w konkretnie wskazanych przez Klienta blokach reklamowych - 15% wartości emisji.
- b) Emisja spotów reklamowych na pierwszej lub ostatniej pozycji w bloku - 20% wartości emisji.
- c) Emisja spotów reklamowych w ekskluzywnym bloku (w bloku nie ma reklamy konkurencyjnego produktu lub usługi) - 50% wartości emisji.
- d) Emisja spotów reklamowych w ekskluzywnym bloku (w bloku nie ma żadnej innej reklamy) - 4-krotna wartość emisji, przy założeniu, że dźwięk nie będzie krótszy niż 30".
- e) W przypadku realizacji specyficznych media planów (np. 4 dźwięki ustawione w odpowiedniej kolejności) - od 10 do 30% wartości emisji.

3. W indywidualnych przypadkach RMF Classic przewiduje możliwość negocjacji powyższych stawek.

### 3.2.3. Kolejność naliczania poszczególnych zwyżek i zniżek.

- 1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwyżki ujęte w pkt. 3.2.2, następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki wynikające z pkt. 3.2.1 lit a - e.
- 2. Poszczególne zwyżki i zniżki naliczane są w „sposób kaskadowy”.
- 3. Przyznane rabaty nie kumulują się.

## ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

### Dział Sprzedaży GRUPY RMF

Al. Stanów Zjednoczonych 61A, 04-028 Warszawa, tel. (0-22) 516 36 60, fax.(0-22) 516 32 23

Internet: [www.gruparmf.pl](http://www.gruparmf.pl)