

Pasma	Poniedziałek - Piątek 30"	Sobota 30"	Niedziela 30"
5:00 - 6:00	150	100	100
6:00 - 7:00	250	100	100
7:00 - 8:00	700	300	200
8:00 - 9:00	700	300	200
9:00 - 10:00	700	400	200
10:00 - 11:00	500	400	300
11:00 - 12:00	500	400	300
12:00 - 13:00	500	400	300
13:00 - 14:00	500	350	300
14:00 - 15:00	500	350	200
15:00 - 16:00	600	300	200
16:00 - 17:00	600	300	200
17:00 - 18:00	600	300	200
18:00 - 19:00	300	200	150
19:00 - 20:00	300	200	150
20:00 - 21:00	240	150	150
21:00 - 22:00	240	150	150
22:00 - 23:00	180	150	100
23:00 - 24:00	180	150	100
00:00 - 05:00	80	80	80

Mnożnik ceny dla różnych długości 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 zwyżek 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 marki¹ 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. Zwyżki.

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 zwyżki, 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

¹ 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