

Pasma	Poniedziałek - wtorek 30"	Środa - piątek 30"	Sobota 30"	Niedziela 30"
5:00 - 5:29	650	650	450	450
5:30 - 5:59	650	650	450	450
6:00 - 6:29	1 700	1 850	850	650
6:30 - 6:59	1 700	1 850	850	650
7:00 - 7:29	4 900	5 100	1 150	750
7:30 - 7:59	4 900	5 100	1 150	750
8:00 - 8:29	4 900	5 100	2 800	1 150
8:30 - 8:59	4 900	5 100	2 800	1 150
9:00 - 9:29	4 800	5 000	2 800	1 550
9:30 - 9:59	4 800	5 000	2 800	1 550
10:00 - 10:29	4 100	4 200	3 200	1 900
10:30 - 10:59	4 100	4 200	3 200	1 900
11:00 - 11:29	3 950	4 100	3 200	1 900
11:30 - 11:59	3 950	4 100	3 200	1 900
12:00 - 12:29	3 800	3 900	3 200	2 100
12:30 - 12:59	3 800	3 900	3 200	2 100
13:00 - 13:29	3 800	3 900	3 200	2 100
13:30 - 13:59	3 800	3 900	3 200	2 100
14:00 - 14:29	3 800	3 900	3 200	1 950
14:30 - 14:59	3 800	3 900	3 200	1 950
15:00 - 15:29	4 400	4 600	2 600	1 300
15:30 - 15:59	4 400	4 600	2 600	1 300
16:00 - 16:29	4 900	5 100	2 250	1 300
16:30 - 16:59	4 900	5 100	2 250	1 300
17:00 - 17:29	4 900	5 100	1 850	1 300
17:30 - 17:59	4 900	5 100	1 850	1 300
18:00 - 18:29	4 000	4 200	1 500	1 050
18:30 - 18:59	4 000	4 200	1 500	1 050
19:00 - 19:29	3 000	3 200	1 500	1 050
19:30 - 19:59	3 000	3 200	1 500	1 050
20:00 - 20:29	1 500	1 650	550	450
20:30 - 20:59	1 500	1 650	550	450
21:00 - 21:29	1 100	1 100	550	450
21:30 - 21:59	1 100	1 100	550	450
22:00 - 22:29	700	700	450	350
22:30 - 22:59	700	700	450	350
23:00 - 23:29	600	600	450	350
23:30 - 23:59	600	600	450	350
00:00 - 00:29	600	600	450	350
00:30 - 00:59	600	600	450	350
01:00 - 04:59	300	300	200	200

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 2.01.2017 do 26.02.2017**

Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT

**Dział Sprzedaży GRUPY RMF**

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

### 1. WSTĘP.

1.1 Cennik jest informacją o cenie emisji spotów reklamowych w programach stacji radiowych, których nadawcy rozpowszechniają program pod marką RMF MAXXX (dalej jako „RMF MAXXX”), a także o zasadach kalkulacji wartości emitowanych w RMF MAXXX kampanii reklamowych.

1.2 Przyjęte niniejszym dokumentem i niżej opisane dla RMF MAXXX zasady i wartości dotyczące cen i sposobów kalkulacji mają bezpośrednie odniesienie i zastosowanie także do emisji spotów reklamowych prowadzonych w stacjach radiowych, których nadawcy rozpowszechniają program pod marką RADIO GRA.

### 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 MAXXX.

#### 2.2. Podatek VAT.

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

#### 2.3. Zmiana cennika.

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

2.3.2. RMF MAXXX zobowiązuje się z odpowiednim wyprzedzeniem ogłaszać nowy cennik przed jego wprowadzeniem (tj. przed datą w jakiej zaczyna obowiązywać nowy cennik, ustalony dla następnego, oznaczonego okresu czasu).

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

2.3.4. 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 MAXXX proponuje następujące opcje zakupu czasu antenowego:

##### 3.1.1. Klasyczna

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

##### 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.

Dla emisji spotów reklamowych w RMF MAXXX przewidziane jest 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. Zwyżki.

1. RMF MAXXX 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 reklamodawca (firma/produkt/usługa). W takim przypadku RMF MAXXX może stosować dodatkowe zwyżki, według następujących zasad:

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

## Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF MAXXX i Radiu GRA

- 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 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 MAXXX.
  - d) Nazwa lub logo dźwiękowe sponsora medialnego (prasa/TV) nie dłuższe niż 3" - 2% wartości emisji za każde logo w jednym spocie reklamowym (RMF MAXXX nie akceptuje umieszczania w spotach logo, informacji o akcji, usługach czy też promocji innych niż RMF MAXXX 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 MAXXX może wymagać dodatkowej zapłaty za emisję 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 MAXXX przewiduje możliwość negocjacji powyższych stawek.

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

1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwyczaj ujęte w pkt. 3.2.2, następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki wynikające z pkt. 3.2.1 lit a - d.
2. Poszczególne zwyczaj 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)