Cennik emisji reklam w radiu RMF FM

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

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 4.03.2013 do 30.06.2013

Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT

Radio Muzyka Fakty 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

Grupa RMF

1. WSTĘP.

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

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 FM 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 emisji 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 FM proponuje następujące opcje zakupu czasu antenowego:

3.1.1.Klasyczna

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

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 FM przewiduje udzielenie zniżek od cennika czasów emisji w następujących okolicznościach: .

a) Rabat za pierwszą kampanię marki[1] 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 FM 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 FM 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 pierwszą dodatkową plus 5% za każdą

[1] *Marka – oznacza znak towarowy, nazwę produktu lub usługi występujące w dostępnych klasyfikacjach (Kantar Media, OBOP, AGB Polska, SAP - System sprzedaży RMF FM)*

następną markę w jednym spocie reklamowym.

c) Umieszczenie w spocie reklamowym Klienta usługi audio-tele lub SMS – 20% wartości emisji po uprzedniej zgodzie RMF FM.
d) Nazwa lub logo dźwiękowe sponsora medialnego (prasa/TV) nie dłuższe niż 3" – 2% wartości emisji za każde logo w jednym spocie reklamowym (RMF FM nie akceptuje umieszczania w spotach logo, informacji o akcji, usługach czy też promocji innych niż RMF FM 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 ustawa 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 FM 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 FM 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