

| Pasma | Poniedziałek - Wtorek 30" | Środa - Piątek 30" | Sobota 30" | Niedziela 30" |
|---------------|---------------------------------|--------------------------|---------------|------------------|
| 5:00 - 5:29 | 400 | 400 | 200 | 150 |
| 5:30 - 5:59 | 400 | 400 | 200 | 150 |
| 6:00 - 6:29 | 1 100 | 1 200 | 500 | 350 |
| 6:30 - 6:59 | 1 100 | 1 200 | 500 | 350 |
| 7:00 - 7:29 | 2 950 | 3 150 | 1 100 | 350 |
| 7:30 - 7:59 | 2 950 | 3 150 | 1 100 | 350 |
| 8:00 - 8:29 | 2 950 | 3 150 | 1 100 | 350 |
| 8:30 - 8:59 | 2 950 | 3 150 | 1 100 | 350 |
| 9:00 - 9:29 | 2 950 | 3 150 | 1 900 | 1 050 |
| 9:30 - 9:59 | 2 950 | 3 150 | 1 900 | 1 050 |
| 10:00 - 10:29 | 2 250 | 2 450 | 1 900 | 1 050 |
| 10:30 - 10:59 | 2 250 | 2 450 | 1 900 | 1 050 |
| 11:00 - 11:29 | 2 250 | 2 450 | 1 900 | 1 000 |
| 11:30 - 11:59 | 2 250 | 2 450 | 1 900 | 1 000 |
| 12:00 - 12:29 | 2 250 | 2 450 | 1 900 | 1 000 |
| 12:30 - 12:59 | 2 250 | 2 450 | 1 900 | 1 000 |
| 13:00 - 13:29 | 1 850 | 2 000 | 1 900 | 1 000 |
| 13:30 - 13:59 | 1 850 | 2 000 | 1 900 | 1 000 |
| 14:00 - 14:29 | 1 850 | 2 000 | 1 900 | 1 000 |
| 14:30 - 14:59 | 1 850 | 2 000 | 1 900 | 1 000 |
| 15:00 - 15:29 | 2 400 | 2 600 | 1 050 | 1 000 |
| 15:30 - 15:59 | 2 400 | 2 600 | 1 050 | 1 000 |
| 16:00 - 16:29 | 2 400 | 2 600 | 1 050 | 1 000 |
| 16:30 - 16:59 | 2 400 | 2 600 | 1 050 | 1 000 |
| 17:00 - 17:29 | 2 400 | 2 600 | 1 050 | 1 000 |
| 17:30 - 17:59 | 2 400 | 2 600 | 1 050 | 1 000 |
| 18:00 - 18:29 | 1 700 | 1 850 | 1 050 | 1 000 |
| 18:30 - 18:59 | 1 700 | 1 850 | 1 050 | 1 000 |
| 19:00 - 19:29 | 1 100 | 1 200 | 1 050 | 300 |
| 19:30 - 19:59 | 1 100 | 1 200 | 1 050 | 300 |
| 20:00 - 20:29 | 500 | 500 | 300 | 300 |
| 20:30 - 20:59 | 500 | 500 | 300 | 300 |
| 21:00 - 21:29 | 500 | 500 | 300 | 300 |
| 21:30 - 21:59 | 500 | 500 | 300 | 300 |
| 22:00 - 22:29 | 300 | 300 | 100 | 100 |
| 22:30 - 22:59 | 300 | 300 | 100 | 100 |
| 23:00 - 23:29 | 300 | 300 | 100 | 100 |
| 23:30 - 23:59 | 300 | 300 | 100 | 100 |
| 00:00 - 04:59 | 80 | 80 | 40 | 40 |

Mnożnik ceny dla różnych długości spotów

| Mnożnik ceny dla różnych długości spotów | 5" | 10" | 15" | 20" |
|--|------|------|------|-----|
| | 0,55 | 0,65 | 0,75 | 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 1.07.2019 do 1.09.2019

Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT

OPERA FM Sp. z o.o.

Dział Sprzedaży GRUPY RMF

Ul. Fabryczna 5A, 00-446 Warszawa, tel. 222 031 031, www.gruparmf.pl



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.

2.2. 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 z odpowiednim wyprzedzeniem ogłaszać nowy cennik 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.

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.

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 zwyczaj 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 nowego klienta na 4 tygodnie aktywności - do 5%, gdzie nowym klientem jest podmiot/marka* do tej pory nie korzystająca z produktów Grupy RMF
- 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 Zwyczki.

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 zwyczki, według następujących zasad:

- a) Zestawienie w jednym spocie dwóch reklam - cena kalkulowana jak za każdy spot reklamowy oddzielnie.
- b) Umieszczenie w jednym spocie 1 lub 2 marek innego Klienta: 3% wartości emisji spotu reklamowego
- c) Umieszczenie w jednym spocie 3 lub więcej marek innego Klienta: 5% wartości emisji spotu reklamowego
- d) Umieszczenie w spocie reklamowym Klienta usługi audio-tele lub SMS: 20% wartości emisji po uprzedniej zgodzie RMF Classic.
- e) 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).
- f) Nazwa lub logo dźwiękowe sponsora innego niż medialny, nie dłuższe niż 3": 5% wartości emisji za każde logo w jednym spocie reklamowym.
- g) W związku z faktem, że ustawa z dnia 26.10.1982r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (w jej

Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF Classic

- 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).
- h) Gwarancja realizacji złożonego zamówienia w niezmienionym kształcie: 15% wartości emisji po zgodzie RMF Classic

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: 25% wartości emisji.
- b) Emisja spotów reklamowych na pierwszej lub ostatniej pozycji w bloku: 10% wartości emisji.

- c) Emisja spotów reklamowych na drugiej lub przedostatniej pozycji w bloku: 5% wartości emisji.
- d) Wskazanie konkretnej pozycji w bloku, czyli tylko pierwszej lub tylko ostatniej, tylko drugiej lub tylko przedostatniej lub każdej innej konkretnej pozycji: 20% wartości emisji.
- e) 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".
- f) W przypadku realizacji specyficznych media planów (np. 4 dźwięki ustawione w odpowiedniej kolejności): do 30% wartości emisji.

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

3.2.3 Kolejność naliczania poszczególnych zwyczajów i zniżek.

1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwyczajki następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki.
2. Poszczególne zwyczajki i zniżki naliczane są w „sposób kaskadowy”.
3. Przyznane rabaty nie kumulują się.

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

Dział Sprzedaży GRUPY RMF

Ul. Fabryczna 5A, 00-446 Warszawa, tel. 222 031 031

Internet: www.gruparmf.pl