

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

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 2.03.2020 do 28.06.2020

Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT

Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF MAXXX i Radiu GRA

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.

2.2. 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.

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.

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

- 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
- Rabat inwestycyjny - do negocjacji.
- Rabat za udział w wydatkach radiowych - do negocjacji.
- 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:

- Zestawienie w jednym spocie dwóch reklam - cena kalkulowana jak za każdy spot reklamowy oddzielnie.
- Umieszczenie w jednym spocie 1 lub 2 marek innego Klienta: 3% wartości emisji spotu reklamowego
- Umieszczenie w jednym spocie 3 lub więcej marek innego Klienta: 5% wartości emisji spotu reklamowego
- Umieszczenie w spocie reklamowym Klienta usługi audio-tele lub SMS: 20% wartości emisji po uprzedniej zgodzie RMF MAXXX.

Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF MAXXX i Radiu GRA

- 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).
 - g) Gwarancja realizacji złożonego zamówienia w niezmienionym kształcie: 15% wartości emisji po zgodzie RMF MAXXX
- 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 tzw. duo-spotów: 15% wartości emisji, przy czym określenie duo-spoty oznacza wskazanie przez Reklamodawcę pozycji więcej niż 1 spotu w bloku reklamowym, z wyłączeniem pozycji *premium* (przez pozycje *premium* należy rozumieć pierwszą, drugą, przedostatnią oraz ostatnią pozycję w bloku reklamowym), w tym także określenie liczby innych reklam pomiędzy spotami Reklamodawcy lub określenie chronologii ich emisji.
 - f) 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".
 - g) W przypadku realizacji specyficznych media planów (np. 4 dźwięki ustawione w odpowiedniej kolejności): do 30% wartości emisji.

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

3.2.3. Kolejność naliczania poszczególnych zwwyżek i zniżek.

2. W przypadku specjalnych wymagań Klienta RMF MAXXX 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.
- 1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwwyżki, następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki.
- 2. Poszczególne zwwyżki 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