



## Cennik emisji reklam w radiu RMF FM

Pasma	Poniedziałek - wtorek 30"	Środa - piątek 30"	Sobota 30"	Niedziela 30"
5:00 - 5:29	3 800	4 300	1 000	1 000
5:30 - 5:59	3 800	4 300	1 000	1 000
6:00 - 6:29	19 200	22 900	2 300	1 500
6:30 - 6:59	19 200	22 900	2 300	1 500
7:00 - 7:29	37 300	43 200	5 600	2 600
7:30 - 7:59	37 300	43 200	5 600	2 600
8:00 - 8:29	37 300	43 200	13 000	4 200
8:30 - 8:59	37 300	43 200	13 000	4 200
9:00 - 9:29	37 300	43 200	18 800	8 200
9:30 - 9:59	37 300	43 200	18 800	8 200
10:00 - 10:29	26 400	31 400	18 800	8 200
10:30 - 10:59	26 400	31 400	18 800	8 200
11:00 - 11:29	26 400	31 400	18 800	8 200
11:30 - 11:59	26 400	31 400	18 800	8 200
12:00 - 12:29	20 600	26 400	14 300	6 600
12:30 - 12:59	20 600	26 400	14 300	6 600
13:00 - 13:29	20 600	26 400	14 300	6 600
13:30 - 13:59	20 600	26 400	14 300	6 600
14:00 - 14:29	20 600	26 400	14 300	6 600
14:30 - 14:59	20 600	26 400	14 300	6 600
15:00 - 15:29	26 400	31 400	5 600	2 600
15:30 - 15:59	26 400	31 400	5 600	2 600
16:00 - 16:29	26 400	31 400	5 600	2 600
16:30 - 16:59	26 400	31 400	5 600	2 600
17:00 - 17:29	26 400	31 400	4 200	2 600
17:30 - 17:59	26 400	31 400	4 200	2 600
18:00 - 18:29	16 700	20 600	2 600	2 600
18:30 - 18:59	16 700	20 600	2 600	2 600
19:00 - 19:29	11 200	13 400	2 100	1 500
19:30 - 19:59	11 200	13 400	2 100	1 500
20:00 - 20:29	5 600	5 600	1 500	1 500
20:30 - 20:59	5 600	5 600	1 500	1 500
21:00 - 21:29	2 300	2 300	1 100	700
21:30 - 21:59	2 300	2 300	1 100	700
22:00 - 22:29	1 800	1 800	1 100	700
22:30 - 22:59	1 800	1 800	1 100	700
23:00 - 23:29	1 800	1 800	1 100	700
23:30 - 23:59	1 800	1 800	1 100	700
00:00 - 00:59	1 100	1 100	700	500
01:00 - 01:59	1 100	1 100	700	500
2:00 - 4:59	700	700	500	350

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 29.06.2020 do 30.08.2020

Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT

Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. Sp. k.

Dział Sprzedaży GRUPY RMF

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



## Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF FM

### 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 oraz porze 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 FM 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 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 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. 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 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 FM.
- e) 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).
- 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 brzmieniu ustalonym ustawą z dnia

## Cennik sprzedaży czasu reklamowego w RMF FM

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 dodatkowej opłaty - w wypadku zleceń reklamowych, których przedmiotem będzie reklama napojów alkoholowych (w tym piwa) wartość zlecenia (cena) zostanie powiększona o wartość tej opłaty, tj. o 11,11% (liczone od ceny netto, tj. przed naliczeniem podatku).

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

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: 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 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 FM przewiduje możliwość negocjacji powyższych stawek.

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

- 1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwyżki, następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki
- 2. Poszczególne zwyżki 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](http://www.gruparmf.pl)