

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	1 150	1 250	550	350
6:30 - 6:59	1 150	1 250	550	350
7:00 - 7:29	3 100	3 300	1 150	350
7:30 - 7:59	3 100	3 300	1 150	350
8:00 - 8:29	3 100	3 300	1 150	350
8:30 - 8:59	3 100	3 300	1 150	350
9:00 - 9:29	3 100	3 300	2 000	1 150
9:30 - 9:59	3 100	3 300	2 000	1 150
10:00 - 10:29	2 350	2 550	2 000	1 150
10:30 - 10:59	2 350	2 550	2 000	1 150
11:00 - 11:29	2 350	2 550	2 000	1 050
11:30 - 11:59	2 350	2 550	2 000	1 050
12:00 - 12:29	2 350	2 550	2 000	1 050
12:30 - 12:59	2 350	2 550	2 000	1 050
13:00 - 13:29	1 950	2 100	2 000	1 050
13:30 - 13:59	1 950	2 100	2 000	1 050
14:00 - 14:29	1 950	2 100	2 000	1 050
14:30 - 14:59	1 950	2 100	2 000	1 050
15:00 - 15:29	2 550	2 750	1 100	1 050
15:30 - 15:59	2 550	2 750	1 100	1 050
16:00 - 16:29	2 550	2 750	1 100	1 050
16:30 - 16:59	2 550	2 750	1 100	1 050
17:00 - 17:29	2 550	2 750	1 100	1 050
17:30 - 17:59	2 550	2 750	1 100	1 050
18:00 - 18:29	1 800	1 950	1 100	1 050
18:30 - 18:59	1 800	1 950	1 100	1 050
19:00 - 19:29	1 150	1 250	1 100	300
19:30 - 19:59	1 150	1 250	1 100	300
20:00 - 20:29	550	550	300	300
20:30 - 20:59	550	550	300	300
21:00 - 21:29	550	550	300	300
21:30 - 21:59	550	550	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	100	100	50	50

**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 28.12.2020 do 28.02.2021**

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 zwyżek 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 Zwyżki.

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 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 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 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 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 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* (przy 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 Classic przewiduje możliwość negocjacji powyższych stawek.

### 3.2.3 Kolejność naliczania poszczególnych zwyczaj i zniżek.

1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwyczaj następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki.
2. Poszczególne zwyczaj 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)