

**RMF
CLASSIC**

cennik emisji reklam

Pasma	Poniedziałek	Wtorek	Środa	Czwartek	Piątek	Sobota	Niedziela
05:00 - 05:29	800	800	800	800	800	400	200
05:30 - 05:59	800	800	800	800	800	400	200
06:00 - 06:29	2 000	1 900	1 850	2 100	2 200	1 100	550
06:30 - 06:59	2 000	1 900	1 850	2 100	2 200	1 100	550
07:00 - 07:29	4 700	4 600	4 550	5 000	5 100	2 000	550
07:30 - 07:59	4 700	4 600	4 550	5 000	5 100	2 000	550
08:00 - 08:29	4 700	4 600	4 550	5 000	5 100	2 000	550
08:30 - 08:59	4 700	4 600	4 550	5 000	5 100	2 000	550
09:00 - 09:29	4 700	4 600	4 550	5 000	5 100	3 300	1 750
09:30 - 09:59	4 700	4 600	4 550	5 000	5 100	3 300	1 750
10:00 - 10:29	3 900	3 750	3 700	4 100	4 200	3 300	1 750
10:30 - 10:59	3 900	3 750	3 700	4 100	4 200	3 300	1 750
11:00 - 11:29	3 900	3 750	3 700	4 100	4 200	3 300	1 600
11:30 - 11:59	3 900	3 750	3 700	4 100	4 200	3 300	1 600
12:00 - 12:29	3 900	3 750	3 700	4 100	4 200	3 300	1 600
12:30 - 12:59	3 900	3 750	3 700	4 100	4 200	3 300	1 600
13:00 - 13:29	3 300	3 200	3 100	3 550	3 650	3 300	1 600
13:30 - 13:59	3 300	3 200	3 100	3 550	3 650	3 300	1 600
14:00 - 14:29	3 300	3 200	3 100	3 550	3 650	3 300	1 600
14:30 - 14:59	3 300	3 200	3 100	3 550	3 650	3 300	1 600
15:00 - 15:29	3 950	3 900	3 850	4 250	4 350	2 000	1 600
15:30 - 15:59	3 950	3 900	3 850	4 250	4 350	2 000	1 600
16:00 - 16:29	3 950	3 900	3 850	4 250	4 350	2 000	1 600
16:30 - 16:59	3 950	3 900	3 850	4 250	4 350	2 000	1 600
17:00 - 17:29	3 950	3 900	3 850	4 250	4 350	2 000	1 600
17:30 - 17:59	3 950	3 900	3 850	4 250	4 350	2 000	1 600
18:00 - 18:29	2 850	2 750	2 700	3 050	3 100	2 000	1 600
18:30 - 18:59	2 850	2 750	2 700	3 050	3 100	2 000	1 600
19:00 - 19:29	2 100	2 000	1 950	2 250	2 300	2 000	550
19:30 - 19:59	2 100	2 000	1 950	2 250	2 300	2 000	550
20:00 - 20:29	800	800	800	800	800	550	550
20:30 - 20:59	800	800	800	800	800	550	550
21:00 - 21:29	800	800	800	800	800	550	550
21:30 - 21:59	800	800	800	800	800	550	550
22:00 - 22:29	300	300	300	300	300	100	100
22:30 - 22:59	300	300	300	300	300	100	100
23:00 - 23:29	300	300	300	300	300	100	100
23:30 - 23:59	300	300	300	300	300	100	100
00:00 - 00:59	100	100	100	100	100	50	50
01:00 - 01:59	100	100	100	100	100	50	50
02:00 - 04:59	100	100	100	100	100	50	50

Mnożnik ceny dla różnych
długości spotów

5*	10*	15*	20*	25*	30*
0,8	0,8	0,85	0,95	1,0	1,0
35*	40*	45*	50*	55*	60*
1,4	1,5	1,7	1,8	2,0	2,2

Cennik obowiązuje od 7.07.2025 do 31.08.2025

Podane ceny dotyczą kopii 30". Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT

**Grupa
RMF**

OPERA FM Sp. z o.o.

Dział Sprzedaży GRUPY RMF

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

1. WSTĘP

- 1.1. Cennik jest informacją o cenie emisji spotów reklamowych dla określonych przedziałów czasowych, w programie radiowym RMF Classic, nadawanym przez Spółkę Opera, a także o zasadach kalkulacji wartości emitowanych w RMF Classic kampanii reklamowych.
- 1.2. RMF Classic – oznacza ponadregionalny program radiowy pod nazwą RMF Classic.
- 1.3. Spółka Opera – oznacza nadawcę RMF Classic spółkę Opera FM Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie.
- 1.4. Grupa RMF – oznacza spółkę Grupa RMF sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Warszawie.
- 1.5. Cennik jest stosowany zarówno przez Grupę RMF jak i bezpośrednio przez Spółkę Opera.
- 1.6. Użyte w Cenniku pojęcie „Sprzedawca” oznacza Grupę RMF lub Spółkę Opera w zależności od tego, który podmiot stosuje Cennik (z którym podmiotem zawierane jest zlecenie reklamowe).

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 (danym zleceniem reklamowym).

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. Sprzedawca 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 całej emisji (wartość 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 emisji spotów reklamowych.

Sprzedawca proponuje następujące opcje zakupu emisji spotów reklamowych:

3.1.1. Klasyczna.

Wynagrodzenie za emisję spotów reklamowych w RMF Classic liczone według obowiązującego cennika emisji poszczególnych spotów reklamowych z uwzględnieniem zwyżek i zniżek oferowanych przez Sprzedawcę.

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.

Sprzedawca przewiduje udzielenie zniżek do wartości wynikowej złożonego zlecenia reklamowego w następujących okolicznościach:

- a) Rabat za nowego klienta na 4 tygodnie aktywności – do 5% wartości danego zlecenia reklamowego, gdzie nowym klientem jest podmiot/marka* do tej pory nie korzystająca z produktów Sprzedawcy.
- b) Rabat inwestycyjny – do negocjacji.
- c) Rabat za udział w wydatkach radiowych – do negocjacji.
- d) Rabat pakietowy – zgodny z obowiązującą ofertą.
- e) Rabat za podpisanie zlecenia drogą elektroniczną w systemie SimpleSign Sprzedawcy – 0,5% naliczane kaskadowo do wartości zlecenia reklamowego podpisanego drogą elektroniczną, należy wyłącznie wówczas, gdy dane zlecenie reklamowe podpisane zostało w systemie SimpleSign Sprzedawcy przez obie strony (tj. Reklamodawcę i Sprzedawcę). Rabat nie przysługuje za inne podpisy elektroniczne.

Powyższe rabaty dotyczą wyłącznie płatnych emisji (nie dotyczą wymiany barterowej, w tym realizowanej poprzez kompensatę umowną wzajemnych należności).

** Marka – oznacza znak towarowy, nazwę produktu, usługi lub wydarzenia (eventu, akcji promocyjnej, koncertu, itp.)*

3.2.2. Zwyżki.

1. Sprzedawca zastrzega sobie prawo do wyrażenia zgody na emisję spotu reklamowego zawierającego więcej niż jeden podmiot (firma/produkt/usługa/marka) lub też zawierającego elementy dźwiękowe promujące inne podmioty niż główny Reklamodawca (firma/produkt/usługa/marka). W takim przypadku Sprzedawca 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% ceny emisji spotu reklamowego.
- c) Umieszczenie w jednym spocie 3 lub więcej marek innego Klienta: 5% ceny emisji spotu reklamowego.
- d) Umieszczenie w spocie reklamowym Klienta usługi audio-tele lub SMS: 20% ceny emisji spotu reklamowego – emisja takiego spotu reklamowego możliwa jest wyłącznie po uprzedniej zgodzie Sprzedawcy.
- e) Nazwa lub logo dźwiękowe podmiotu medialnego (tj. przedsiębiorcy działającego w branży wszystkich rodzajów mediów, w tym w szczególności, lecz nie wyłącznie: prasa, radio, telewizja, social media, strony Internetowe, VOD) nie dłuższe niż 3": 2% ceny emisji spotu reklamowego za każde logo w jednym spocie reklamowym (Sprzedawca 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% ceny 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) 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 danego zlecenia reklamowego – wyłącznie po uzyskaniu uprzedniej zgody Sprzedawcy.

2. W przypadku specjalnych wymagań Klienta Sprzedawca 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 zlecenia reklamowego emisji.
- b) Emisja spotów reklamowych na pierwszej lub ostatniej pozycji w bloku (według uznania Sprzedawcy):
 - dla 100% spotów objętych zleceniem reklamowym: 10% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 75% spotów objętych zleceniem reklamowym: 7,5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 50% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 25% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 2,5% wartości zlecenia reklamowego.
- c) Emisja spotów reklamowych na drugiej lub przedostatniej pozycji w bloku (według uznania Sprzedawcy):
 - dla 100% spotów objętych zleceniem reklamowym: 5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 75% spotów objętych zleceniem reklamowym: 3,75% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 50% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 2,5% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 25% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 1,25% wartości zlecenia reklamowego.
- d) Wskazanie konkretnej pozycji w bloku, czyli tylko pierwszej lub tylko ostatniej, tylko drugiej lub tylko przedostatniej lub każdej innej konkretnej pozycji:
 - dla 100% spotów objętych zleceniem reklamowym: 20% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 75% spotów objętych zleceniem reklamowym: 15% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 50% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 10% wartości zlecenia reklamowego,
 - dla 25% ilości spotów objętych zleceniem reklamowym: 5% wartości zlecenia reklamowego.
- e) Emisja tzw. duo-spotów: 15% wartości zlecenia reklamowego, 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 zlecenia reklamowego, przy założeniu, że dźwięk nie może być krótszy niż 30".
- g) W przypadku realizacji specyficznych media planów (np. 4 dźwięki ustawione w odpowiedniej kolejności): do 30% wartości zlecenia reklamowego.
- h) Dopłata High Season, o której mowa w pkt 3 poniżej nie obowiązuje.
- i) Emisja spotu reklamowego na ostatniej pozycji w bloku poprzedzona jinglem stacji zapowiadającym ostatni spot reklamy: 25% wartości zlecenia reklamowego. Sprzedaż dostępna tylko dla 100% spotów objętych zleceniem reklamowym (tzn. Klient nie może zakupić usługi tylko dla części emisji w ramach danego zlecenia reklamowego).

3. Sprzedawca będzie stosował Dopłaty High Season do standardowej ceny emisji spotów reklamowych w okresach wzmożonego popytu na reklamę radiową. Przewiduje się od 4 do 6 takich okresów, poprzedzających najbardziej popularne święta lub/i wydarzenia w roku kalendarzowym, tj. np. Święta Bożego Narodzenia czy Black Friday. Dopłaty High Season są wskazywane wraz z ogłaszaniem Cennika na kolejny okres.

3.2.3. Kolejność naliczania poszczególnych zwwyżek i zniżek.

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