

**RMF**

cennik emisji reklam

| Pasma         | Poniedziałek | Wtorek | Środa  | Czwartek | Piątek | Sobota | Niedziela |
|---------------|--------------|--------|--------|----------|--------|--------|-----------|
| 05:00 - 05:29 | 9 200        | 9 100  | 9 000  | 9 600    | 9 800  | 1900   | 1500      |
| 05:30 - 05:59 | 9 200        | 9 100  | 9 000  | 9 600    | 9 800  | 1900   | 1500      |
| 06:00 - 06:29 | 36 500       | 35 500 | 34 300 | 39 600   | 40 400 | 5 100  | 2 600     |
| 06:30 - 06:59 | 36 500       | 35 500 | 34 300 | 39 600   | 40 400 | 5 100  | 2 600     |
| 07:00 - 07:29 | 62 000       | 60 200 | 57 800 | 66 800   | 68 300 | 12 300 | 5 600     |
| 07:30 - 07:59 | 62 000       | 60 200 | 57 800 | 66 800   | 68 300 | 12 300 | 5 600     |
| 08:00 - 08:29 | 62 000       | 60 200 | 57 800 | 66 800   | 68 300 | 26 500 | 7 700     |
| 08:30 - 08:59 | 62 000       | 60 200 | 57 800 | 66 800   | 68 300 | 26 500 | 7 700     |
| 09:00 - 09:29 | 62 000       | 60 200 | 57 800 | 66 800   | 68 300 | 38 200 | 14 800    |
| 09:30 - 09:59 | 62 000       | 60 200 | 57 800 | 66 800   | 68 300 | 38 200 | 14 800    |
| 10:00 - 10:29 | 48 900       | 46 300 | 44 500 | 52 800   | 53 800 | 38 200 | 14 800    |
| 10:30 - 10:59 | 48 900       | 46 300 | 44 500 | 52 800   | 53 800 | 38 200 | 14 800    |
| 11:00 - 11:29 | 48 900       | 46 300 | 44 500 | 52 800   | 53 800 | 38 200 | 14 800    |
| 11:30 - 11:59 | 48 900       | 46 300 | 44 500 | 52 800   | 53 800 | 38 200 | 14 800    |
| 12:00 - 12:29 | 46 400       | 40 700 | 39 300 | 49 900   | 50 900 | 29 500 | 11 800    |
| 12:30 - 12:59 | 46 400       | 40 700 | 39 300 | 49 900   | 50 900 | 29 500 | 11 800    |
| 13:00 - 13:29 | 46 400       | 40 700 | 39 300 | 49 900   | 50 900 | 29 500 | 11 800    |
| 13:30 - 13:59 | 46 400       | 40 700 | 39 300 | 49 900   | 50 900 | 29 500 | 11 800    |
| 14:00 - 14:29 | 46 400       | 40 700 | 39 300 | 49 900   | 50 900 | 29 500 | 11 800    |
| 14:30 - 14:59 | 46 400       | 40 700 | 39 300 | 49 900   | 50 900 | 29 500 | 11 800    |
| 15:00 - 15:29 | 49 300       | 46 800 | 44 800 | 53 300   | 54 400 | 12 300 | 6 400     |
| 15:30 - 15:59 | 49 300       | 46 800 | 44 800 | 53 300   | 54 400 | 12 300 | 6 400     |
| 16:00 - 16:29 | 49 300       | 46 800 | 44 800 | 53 300   | 54 400 | 12 300 | 6 400     |
| 16:30 - 16:59 | 49 300       | 46 800 | 44 800 | 53 300   | 54 400 | 12 300 | 6 400     |
| 17:00 - 17:29 | 49 300       | 46 800 | 44 800 | 53 300   | 54 400 | 10 600 | 6 400     |
| 17:30 - 17:59 | 49 300       | 46 800 | 44 800 | 53 300   | 54 400 | 10 600 | 6 400     |
| 18:00 - 18:29 | 33 600       | 30 800 | 29 700 | 36 300   | 37 400 | 6 800  | 6 400     |
| 18:30 - 18:59 | 33 600       | 30 800 | 29 700 | 36 300   | 37 400 | 6 800  | 6 400     |
| 19:00 - 19:29 | 22 700       | 21 600 | 20 900 | 25 000   | 25 500 | 5 100  | 3 200     |
| 19:30 - 19:59 | 22 700       | 21 600 | 20 900 | 25 000   | 25 500 | 5 100  | 3 200     |
| 20:00 - 20:29 | 10 800       | 10 700 | 10 600 | 11 000   | 11 200 | 3 300  | 3 200     |
| 20:30 - 20:59 | 10 800       | 10 700 | 10 600 | 11 000   | 11 200 | 3 300  | 3 200     |
| 21:00 - 21:29 | 3 900        | 3 800  | 3 700  | 4 000    | 4 100  | 1 600  | 1 000     |
| 21:30 - 21:59 | 3 900        | 3 800  | 3 700  | 4 000    | 4 100  | 1 600  | 1 000     |
| 22:00 - 22:29 | 2 300        | 2 300  | 2 300  | 2 300    | 2 300  | 1 600  | 1 000     |
| 22:30 - 22:59 | 2 300        | 2 300  | 2 300  | 2 300    | 2 300  | 1 600  | 1 000     |
| 23:00 - 23:29 | 2 300        | 2 300  | 2 300  | 2 300    | 2 300  | 1 600  | 1 000     |
| 23:30 - 23:59 | 2 300        | 2 300  | 2 300  | 2 300    | 2 300  | 1 600  | 1 000     |
| 00:00 - 00:59 | 1 500        | 1 500  | 1 500  | 1 500    | 1 500  | 1 000  | 500       |
| 01:00 - 01:59 | 1 500        | 1 500  | 1 500  | 1 500    | 1 500  | 1 000  | 500       |
| 02:00 - 04:59 | 800          | 800    | 800    | 800      | 800    | 500    | 350       |

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 6.07.2026 do 6.09.2026

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

Grupa  
**RMF**

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

## 1. WSTĘP

- 1.1. Cennik jest informacją o cenie emisji spotów reklamowych dla określonych przedziałów czasowych, w programie radiowym RMF FM, nadawanym przez Spółkę RMF, a także o zasadach kalkulacji wartości emitowanych w RMF FM kampanii reklamowych.
- 1.2. RMF FM – oznacza ogólnopolski program radiowy pod nazwą RMF FM.
- 1.3. Spółka RMF – oznacza nadawcę RMF FM spółkę Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. sp.k. 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 RMF.
- 1.6. Użyte w Cenniku pojęcie „Sprzedawca” oznacza Grupę RMF lub Spółkę RMF 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 emisje spotów reklamowych w RMF FM 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.

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 FM 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 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**