RMF CLASSIC cennik emisji reklam

Pasma	Poniedziałek	Wtorek	Środa	Czwartek	Piątek	Sobota	Niedziela
05:00 - 05:29	900	900	900	900	900	450	250
05:30 - 05:59	900	900	900	900	900	450	250
06:00 - 06:29	2 300	2 150	2 100	2 400	2 550	1 300	700
06:30 - 06:59	2 300	2 150	2 100	2 400	2 550	1 300	700
07:00 - 07:29	5 250	5 100	5 050	5 600	5 750	2 400	700
07:30 - 07:59	5 250	5 100	5 050	5 600	5 750	2 400	700
08:00 - 08:29	5 250	5 100	5 050	5 600	5 750	2 400	700
08:30 - 08:59	5 250	5 100	5 050	5 600	5 750	2 400	700
09:00 - 09:29	5 250	5 100	5 050	5 600	5 750	3 950	2 050
09:30 - 09:59	5 250	5 100	5 050	5 600	5 750	3 950	2 050
10:00 - 10:29	4 350	4 100	4 050	4 550	4 700	3 950	2 050
10:30 - 10:59	4 350	4 100	4 050	4 550	4 700	3 950	2 050
11:00 - 11:29	4 350	4 100	4 050	4 550	4 700	3 950	1 900
11:30 - 11:59	4 350	4 100	4 050	4 550	4 700	3 950	1 900
12:00 - 12:29	4 350	4 100	4 050	4 550	4 700	3 950	1 900
12:30 - 12:59	4 350	4 100	4 050	4 550	4 700	3 950	1 900
13:00 - 13:29	3 800	3 700	3 600	4 100	4 250	3 950	1 900
13:30 - 13:59	3 800	3 700	3 600	4 100	4 250	3 950	1 900
14:00 - 14:29	3 800	3 700	3 600	4 100	4 250	3 950	1 900
14:30 - 14:59	3 800	3 700	3 600	4 100	4 250	3 950	1 900
15:00 - 15:29	4 750	4 650	4 600	5 150	5 300	2 400	1 900
15:30 - 15:59	4 750	4 650	4 600	5 150	5 300	2 400	1 900
16:00 - 16:29	4 750	4 650	4 600	5 150	5 300	2 400	1 900
16:30 - 16:59	4 750	4 650	4 600	5 150	5 300	2 400	1 900
17:00 - 17:29	4 750	4 650	4 600	5 150	5 300	2 400	1 900
17:30 - 17:59	4 750	4 650	4 600	5 150	5 300	2 400	1 900
18:00 - 18:29	3 250	3 150	3 100	3 500	3 550	2 400	1 900
18:30 - 18:59	3 250	3 150	3 100	3 500	3 550	2 400	1 900
19:00 - 19:29	2 400	2 300	2 250	2 600	2 650	2 400	700
19:30 - 19:59	2 400	2 300	2 250	2 600	2 650	2 400	700
20:00 - 20:29	950	950	950	950	950	700	700
20:30 - 20:59	950	950	950	950	950	700	700
21:00 - 21:29	950	950	950	950	950	700	700
21:30 - 21:59	950	950	950	950	950	700	700
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 2.11.2026 do 3.01.2027

Podane ceny dotyczą kopii 30". 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

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 emisje 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.

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 w następującej wysokości: 4% w okresie od 2.11.2026 do 23.12.2026 włącznie.

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.