

# POWER FM

## Cennik

Pasma	pn-wt 30"	śr-pt 30"	sb 30"	nd 30"
6:00 - 6:29	25 620	28 070	7 020	5 840
6:30 - 6:59	25 620	28 070	7 020	5 840
7:00 - 7:29	46 960	52 560	12 200	8 200
7:30 - 7:59	46 960	52 560	12 200	8 200
8:00 - 8:29	47 020	52 620	20 460	10 110
8:30 - 8:59	47 020	52 620	20 460	10 110
9:00 - 9:29	46 810	52 410	26 400	14 850
9:30 - 9:59	46 810	52 410	26 400	14 850
10:00 - 10:29	35 410	40 060	26 280	14 740
10:30 - 10:59	35 410	40 060	26 280	14 740
11:00 - 11:29	35 300	39 950	26 460	14 930
11:30 - 11:59	35 300	39 950	26 460	14 930
12:00 - 12:29	29 670	35 020	22 730	13 800
12:30 - 12:59	29 670	35 020	22 730	13 800
13:00 - 13:29	29 560	34 910	22 530	13 650
13:30 - 13:59	29 560	34 910	22 530	13 650
14:00 - 14:29	29 770	35 120	22 830	13 960
14:30 - 14:59	29 770	35 120	22 830	13 960
15:00 - 15:29	35 850	40 700	13 300	9 250
15:30 - 15:59	35 850	40 700	13 300	9 250
16:00 - 16:29	35 790	40 640	13 260	9 240
16:30 - 16:59	35 790	40 640	13 260	9 240
17:00 - 17:29	34 970	39 820	10 650	8 480
17:30 - 17:59	34 970	39 820	10 650	8 480
18:00 - 18:29	24 320	27 970	8 190	7 420
18:30 - 18:59	24 320	27 970	8 190	7 420
19:00 - 19:29	17 320	19 680	7 480	5 470
19:30 - 19:59	17 320	19 680	7 480	5 470
20:00 - 20:29	9 600	9 800	4 850	4 410
20:30 - 20:59	9 600	9 800	4 850	4 410
21:00 - 21:29	5 900	6 050		
21:30 - 21:59	5 900	6 050		
22:30 - 22:59	4 460	4 560		

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 1.07.2019 do 1.09.2019

Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT



Dział Sprzedaży GRUPY RMF

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

Cena dotyczy emisji kampanii jednocześnie w:



23 stacje  
pakiet premium

21 miast

22 stacje

2 stacje



## Cennik sprzedaży czasu reklamowego w Pakietach Handlowych Grupy RMF

### 1. WSTĘP.

Cennik jest informacją o cenie emisji spotów reklamowych w programach radiowych oferowanych w pakietach handlowych oferowanych przez Grupę RMF a także o zasadach kalkulacji wartości emitowanych 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. Grupa RMF 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.

Grupa RMF proponuje następujące opcje zakupu czasu antenowego:

##### 3.1.1. Klasyczna

Czas reklamowy liczony według obowiązującego cennika emisji spotów reklamowych z uwzględnieniem zwyżek i zniżek oferowanych przez Grupę RMF.

##### 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.

Grupa RMF 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).



## Cennik sprzedaży czasu reklamowego w Pakietach Handlowych Grupy RMF

### 3.2.2. Zwyżki.

1. Grupa RMF 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 Grupa RMF 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 Grupa RMF.
- e) Nazwa lub logo dźwiękowe sponsora medialnego (prasa/TV) nie dłuższe niż 3": 2% wartości emisji za każde logo w jednym spocie reklamowym (Grupa RMF nie akceptuje umieszczania w spotach logo, informacji o akcji, usługach czy też promocji innych niż Grupa RMF 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 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 opłaty w wysokości 10% wartości usługi - w wypadku zleceń reklamowych, których przedmiotem będzie reklama napojów alkoholowych (w tym piwa) wartość zlecenia (cena) zostanie powiększona o 10% (liczone od ceny netto, tj. przed naliczeniem podatku).
- h) Gwarancja realizacji złożonego zamówienia w niezmienionym kształcie: 15% wartości emisji po zgodzie Grupy RMF.

2. W przypadku specjalnych wymagań Klienta Grupa RMF 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 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".
- f) W przypadku realizacji specyficznych media planów (np. 4 dźwięki ustawione w odpowiedniej kolejności): do 30% wartości emisji.

3. W indywidualnych przypadkach Grupa RMF 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)