

# POWER FM

## Cennik

Pasma	pn-wt 30"	śr-pt 30"	sb 30"	nd 30"
6:00 - 6:29	27 260	29 810	8 180	6 780
6:30 - 6:59	27 260	29 810	8 180	6 780
7:00 - 7:29	49 920	55 770	13 200	8 880
7:30 - 7:59	49 920	55 770	13 200	8 880
8:00 - 8:29	50 030	55 880	21 810	10 970
8:30 - 8:59	50 030	55 880	21 810	10 970
9:00 - 9:29	49 820	55 670	28 200	16 060
9:30 - 9:59	49 820	55 670	28 200	16 060
10:00 - 10:29	37 970	42 820	28 180	16 040
10:30 - 10:59	37 970	42 820	28 180	16 040
11:00 - 11:29	37 860	42 710	28 360	16 240
11:30 - 11:59	37 860	42 710	28 360	16 240
12:00 - 12:29	31 670	37 270	24 220	14 800
12:30 - 12:59	31 670	37 270	24 220	14 800
13:00 - 13:29	31 470	37 070	23 960	14 620
13:30 - 13:59	31 470	37 070	23 960	14 620
14:00 - 14:29	31 240	36 840	23 560	14 210
14:30 - 14:59	31 240	36 840	23 560	14 210
15:00 - 15:29	38 100	43 150	14 050	9 780
15:30 - 15:59	38 100	43 150	14 050	9 780
16:00 - 16:29	37 890	42 940	14 000	9 780
16:30 - 16:59	37 890	42 940	14 000	9 780
17:00 - 17:29	37 160	42 210	11 400	9 190
17:30 - 17:59	37 160	42 210	11 400	9 190
18:00 - 18:29	25 770	29 570	8 880	8 060
18:30 - 18:59	25 770	29 570	8 880	8 060
19:00 - 19:29	18 730	21 030	8 210	6 140
19:30 - 19:59	18 730	21 030	8 210	6 140
20:00 - 20:29	10 390	10 590	5 280	4 870
20:30 - 20:59	10 390	10 590	5 280	4 870
21:00 - 21:29	6 420	6 620		
21:30 - 21:59	6 420	6 620		
22:30 - 22:59	4 630	4 730		

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 2.03.2020 do 28.06.2020

Do cen emisji należy doliczyć podatek VAT



Dział Sprzedaży GRUPY RMF

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

Cena dotyczy emisji kampanii jednocześnie w:



21 miast



22 stacje



2 stacje



RADIO 50



RADIO 53.8



RADIO FORNIA 100.5 FM



23 stacje

pakiet premium



## 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. Zwyczajki.

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 zwyczajki, 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 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* (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 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 Grupa RMF przewiduje możliwość negocjacji powyższych stawek.

### 3.2.3. Kolejność naliczania poszczególnych zwyczajek i zniżek.

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