

# POWER FM

## Cennik

Pasma	Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	Sb	Nd
6:00 - 6:29	39 540	38 540	37 640	42 040	42 940	11 640	8 580
6:30 - 6:59	39 540	38 540	37 640	42 040	42 940	11 640	8 580
7:00 - 7:29	71 190	69 490	67 490	75 790	77 290	19 730	12 540
7:30 - 7:59	71 190	69 490	67 490	75 790	77 290	19 730	12 540
8:00 - 8:29	71 280	69 580	67 580	75 880	77 380	32 460	14 800
8:30 - 8:59	71 280	69 580	67 580	75 880	77 380	32 460	14 800
9:00 - 9:29	71 060	69 360	67 360	75 660	77 160	41 420	21 960
9:30 - 9:59	71 060	69 360	67 360	75 660	77 160	41 420	21 960
10:00 - 10:29	57 350	55 150	53 650	61 150	62 550	43 020	21 970
10:30 - 10:59	57 350	55 150	53 650	61 150	62 550	43 020	21 970
11:00 - 11:29	57 230	55 030	53 530	61 030	62 430	43 170	22 150
11:30 - 11:59	57 230	55 030	53 530	61 030	62 430	43 170	22 150
12:00 - 12:29	52 420	48 020	46 820	55 720	56 920	36 660	20 240
12:30 - 12:59	52 420	48 020	46 820	55 720	56 920	36 660	20 240
13:00 - 13:29	52 210	47 810	46 610	55 510	56 710	36 410	20 070
13:30 - 13:59	52 210	47 810	46 610	55 510	56 710	36 410	20 070
14:00 - 14:29	51 970	47 570	46 370	55 270	56 470	35 910	19 670
14:30 - 14:59	51 970	47 570	46 370	55 270	56 470	35 910	19 670
15:00 - 15:29	55 990	53 790	52 290	59 790	61 190	21 270	14 460
15:30 - 15:59	55 990	53 790	52 290	59 790	61 190	21 270	14 460
16:00 - 16:29	55 760	53 560	52 060	59 560	60 960	21 190	14 420
16:30 - 16:59	55 760	53 560	52 060	59 560	60 960	21 190	14 420
17:00 - 17:29	54 780	52 580	51 080	58 580	59 980	17 770	13 550
17:30 - 17:59	54 780	52 580	51 080	58 580	59 980	17 770	13 550
18:00 - 18:29	39 800	37 500	36 500	42 500	43 700	13 850	12 330
18:30 - 18:59	39 800	37 500	36 500	42 500	43 700	13 850	12 330
19:00 - 19:29	29 150	27 950	27 350	31 250	32 050	12 410	8 660
19:30 - 19:59	29 150	27 950	27 350	31 250	32 050	12 410	8 660
20:00 - 20:29	15 100	15 000	14 900	15 400	15 900	7 690	6 970
20:30 - 20:59	15 100	15 000	14 900	15 400	15 900	7 690	6 970
21:00 - 21:29	9 110	8 910	8 810	9 210	9 510		
21:30 - 21:59	9 110	8 910	8 810	9 210	9 510		
22:30 - 22:59	5 940	5 840	5 840	5 940	5 940		

Mnożnik ceny dla różnych długości spotów	5"	10"	15"	20"	25"	30"
	0,6	0,68	0,78	0,9	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 1.01.2024 do 3.03.2024

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

Grupa  
RMF

Dział Sprzedaży GRUPY RMF

Ul. Fabryczna 5A, 00-448 Warszawa, tel. 222 031 031, www.gruparmf.pl

Cena dotyczy emisji kampanii jednocześnie w:

**RMF**

RMF  
CLASSIC

21 miast

RMF  
MAXX

22 stacje

RADIO  
GRA

2 stacje

RADIO 90  
RADIO JURA

Alex RADIO 105.2

AUDYTORIUM17  
REGIONALNE  
ROZGŁOSZENIE  
POLSKIEGO RADIA

23 stacje  
pakiet premium

## 1. WSTĘP.

- 1.1. Cennik jest informacją o cenie emisji spotów reklamowych w programach radiowych objętych pakietami handlowymi oferowanymi przez Grupę RMF, a także o zasadach kalkulacji wartości emitowanych kampanii reklamowych.
- 1.2. Grupa RMF – oznacza spółkę Grupa RMF sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Warszawie.

## 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.

Grupa RMF proponuje następujące opcje zakupu emisji spotów reklamowych:

#### 3.1.1. Klasyczna.

Wynagrodzenie za emisje spotów reklamowych liczone według obowiązującego cennika emisji poszczególnych 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 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 Grupy RMF – 0,5% naliczane kaskadowo do wartości zlecenia reklamowego podpisanego drogą elektroniczną, należny wyłącznie wówczas, gdy dane zlecenie reklamowe podpisane zostało w systemie SimpleSign Grupy RMF przez obie strony (tj. Reklamodawcę i Grupę RMF). 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. Zwyzki.

1. Grupa RMF 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 Grupa RMF może stosować dodatkowe zwyzki, 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 Grupy RMF.
- 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 (Grupa RMF nie akceptuje umieszczania w spotach logo, informacji o akcji, usługach czy też promocji stacji radiowych innych niż będące w ofercie Grupy RMF).
- 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 Grupy RMF.

1. 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 zlecenia reklamowego emisji.
- b) Emisja spotów reklamowych na pierwszej lub ostatniej pozycji w bloku (według uznania Grupy RMF):
  - 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 Grupy RMF):
  - 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: 3% w okresie od 5.02.2024 do 14.02.2024 włącznie.

3. Grupa RMF będzie stosowała 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**