

# POWER FM

## Cennik

Pasma	Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	Sb	Nd
6:00 - 6:29	39 790	38 790	37 890	42 290	43 190	11 840	8 770
6:30 - 6:59	39 790	38 790	37 890	42 290	43 190	11 840	8 770
7:00 - 7:29	71 030	69 330	67 330	75 630	77 130	19 930	12 740
7:30 - 7:59	71 030	69 330	67 330	75 630	77 130	19 930	12 740
8:00 - 8:29	71 120	69 420	67 420	75 720	77 220	32 680	15 000
8:30 - 8:59	71 120	69 420	67 420	75 720	77 220	32 680	15 000
9:00 - 9:29	70 890	69 190	67 190	75 490	76 990	41 630	22 150
9:30 - 9:59	70 890	69 190	67 190	75 490	76 990	41 630	22 150
10:00 - 10:29	57 620	55 420	53 920	61 420	62 820	43 230	22 160
10:30 - 10:59	57 620	55 420	53 920	61 420	62 820	43 230	22 160
11:00 - 11:29	57 500	55 300	53 800	61 300	62 700	43 380	22 340
11:30 - 11:59	57 500	55 300	53 800	61 300	62 700	43 380	22 340
12:00 - 12:29	52 690	48 290	47 090	55 990	57 190	36 870	20 430
12:30 - 12:59	52 690	48 290	47 090	55 990	57 190	36 870	20 430
13:00 - 13:29	52 480	48 080	46 880	55 780	56 980	36 610	20 260
13:30 - 13:59	52 480	48 080	46 880	55 780	56 980	36 610	20 260
14:00 - 14:29	52 240	47 840	46 640	55 540	56 740	36 110	19 860
14:30 - 14:59	52 240	47 840	46 640	55 540	56 740	36 110	19 860
15:00 - 15:29	56 210	54 010	52 510	60 010	61 410	21 480	14 660
15:30 - 15:59	56 210	54 010	52 510	60 010	61 410	21 480	14 660
16:00 - 16:29	55 980	53 780	52 280	59 780	61 180	21 390	14 630
16:30 - 16:59	55 980	53 780	52 280	59 780	61 180	21 390	14 630
17:00 - 17:29	54 960	52 760	51 260	58 760	60 160	17 930	13 720
17:30 - 17:59	54 960	52 760	51 260	58 760	60 160	17 930	13 720
18:00 - 18:29	39 970	37 670	36 670	42 670	43 870	14 010	12 500
18:30 - 18:59	39 970	37 670	36 670	42 670	43 870	14 010	12 500
19:00 - 19:29	29 220	28 020	27 420	31 320	32 120	12 570	8 820
19:30 - 19:59	29 220	28 020	27 420	31 320	32 120	12 570	8 820
20:00 - 20:29	15 210	15 110	15 010	15 510	16 010	7 770	7 050
20:30 - 20:59	15 210	15 110	15 010	15 510	16 010	7 770	7 050
21:00 - 21:29	9 220	9 020	8 920	9 320	9 620		
21:30 - 21:59	9 220	9 020	8 920	9 320	9 620		
22:30 - 22:59	6 020	5 920	5 920	6 020	6 020		

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 6.05.2024 do 30.06.2024

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

Grupa  
**RMF**

Dział Sprzedaży GRUPY RMF

Ul. Fabryczna 5A, 00-446 Warszawa, tel. 222 031 031, [www.gruparmf.pl](http://www.gruparmf.pl)

Cena dotyczy emisji kampanii jednocześnie w:

**RMF**

**RMF CLASSIC**

**RMF MAXX**

**RADIO GRA**

**RADIO 90**

**RADIO JURA**

**AUDYTORIUM17**  
REGIONALNE  
ROZŁOŻENIE  
POLSKIEGO RADIA

21 miast

22 stacje

2 stacje

**Alex** RADIO 105.2

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 nie obowiązuje.

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 zwwyżek i zniżek.

1. W pierwszej kolejności naliczane są wszystkie zwwyżki, następnie oblicza się przysługujące Klientowi zniżki.
2. Poszczególne zwwyżki i zniżki naliczane są w „sposób kaskadowy”.
3. Przyznane rabaty nie kumulują się.

**ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY  
Dział Sprzedaży GRUPY RMF**