

# POWER FM

## Cennik

Pasma	Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	Sb	Nd
6:00 - 6:29	43 250	42 150	41 050	45 950	46 950	13 200	10 200
6:30 - 6:59	43 250	42 150	41 050	45 950	46 950	13 200	10 200
7:00 - 7:29	76 550	74 850	72 650	81 450	83 150	22 000	14 050
7:30 - 7:59	76 550	74 850	72 650	81 450	83 150	22 000	14 050
8:00 - 8:29	76 650	74 950	72 750	81 550	83 250	35 850	16 500
8:30 - 8:59	76 650	74 950	72 750	81 550	83 250	35 850	16 500
9:00 - 9:29	76 650	74 950	72 750	81 550	83 250	45 550	24 550
9:30 - 9:59	76 650	74 950	72 750	81 550	83 250	45 550	24 550
10:00 - 10:29	63 400	60 900	59 400	67 500	68 800	47 100	24 550
10:30 - 10:59	63 400	60 900	59 400	67 500	68 800	47 100	24 550
11:00 - 11:29	63 150	60 650	59 150	67 250	68 550	47 250	24 650
11:30 - 11:59	63 150	60 650	59 150	67 250	68 550	47 250	24 650
12:00 - 12:29	57 700	53 000	51 700	61 400	62 600	40 400	22 600
12:30 - 12:59	57 700	53 000	51 700	61 400	62 600	40 400	22 600
13:00 - 13:29	57 400	52 700	51 400	61 100	62 300	41 100	22 400
13:30 - 13:59	57 400	52 700	51 400	61 100	62 300	41 100	22 400
14:00 - 14:29	57 100	52 400	51 100	60 800	62 000	39 500	22 000
14:30 - 14:59	57 100	52 400	51 100	60 800	62 000	39 500	22 000
15:00 - 15:29	60 750	58 550	56 850	64 750	66 050	24 100	16 200
15:30 - 15:59	60 750	58 550	56 850	64 750	66 050	24 100	16 200
16:00 - 16:29	60 500	58 300	56 600	64 500	65 800	23 900	16 100
16:30 - 16:59	60 500	58 300	56 600	64 500	65 800	23 900	16 100
17:00 - 17:29	59 400	57 200	55 500	63 400	64 700	20 000	15 100
17:30 - 17:59	59 400	57 200	55 500	63 400	64 700	20 000	15 100
18:00 - 18:29	43 950	41 550	40 550	47 050	48 250	15 450	13 750
18:30 - 18:59	43 950	41 550	40 550	47 050	48 250	15 450	13 750
19:00 - 19:29	32 250	31 050	30 450	34 550	35 350	13 900	9 700
19:30 - 19:59	32 250	31 050	30 450	34 550	35 350	13 900	9 700
20:00 - 20:29	16 850	16 650	16 550	17 150	17 550	8 750	7 700
20:30 - 20:59	16 850	16 650	16 550	17 150	17 550	8 750	7 700
21:00 - 21:29	10 200	10 000	9 900	10 400	10 600		
21:30 - 21:59	10 200	10 000	9 900	10 400	10 600		
22:30 - 22:59	6 500	6 400	6 400	6 500	6 700		

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 6.01.2025 do 2.03.2025

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:

<b>RMF</b>	<b>RMF CLASSIC</b>	<b>RMF MAXX</b>	<b>RADIO GRA</b>	<b>RADIO 90</b>	<b>RADIO JURA</b>	<b>AUDYTORIUM17</b> REGIONALNE ROZGŁOSIENIE POLSKIEGO RADIA
21 miast	23 stacje	2 stacje	<b>Alex</b> RADIO 105.2	<b>WPS</b>	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, należy 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 3.02.2025 do 14.02.2025 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**