

# POWER FM

## Cennik

Pasma	Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	Sb	Nd
6:00 - 6:29	46 600	46 000	44 800	50 100	51 100	14 400	10 900
6:30 - 6:59	46 600	46 000	44 800	50 100	51 100	14 400	10 900
7:00 - 7:29	81 900	79 900	77 600	87 000	89 000	24 700	15 200
7:30 - 7:59	81 900	79 900	77 600	87 000	89 000	24 700	15 200
8:00 - 8:29	82 100	80 100	77 800	87 200	89 200	40 800	17 900
8:30 - 8:59	82 100	80 100	77 800	87 200	89 200	40 800	17 900
9:00 - 9:29	82 100	80 100	77 800	87 200	89 200	52 700	27 100
9:30 - 9:59	82 100	80 100	77 800	87 200	89 200	52 700	27 100
10:00 - 10:29	67 550	64 950	63 150	71 950	73 450	54 300	26 900
10:30 - 10:59	67 550	64 950	63 150	71 950	73 450	54 300	26 900
11:00 - 11:29	67 300	64 700	62 900	71 700	73 200	54 300	26 900
11:30 - 11:59	67 300	64 700	62 900	71 700	73 200	54 300	26 900
12:00 - 12:29	64 000	58 600	57 200	68 000	69 500	46 350	24 600
12:30 - 12:59	64 000	58 600	57 200	68 000	69 500	46 350	24 600
13:00 - 13:29	63 600	58 200	56 800	67 600	69 100	46 350	24 400
13:30 - 13:59	63 600	58 200	56 800	67 600	69 100	46 350	24 400
14:00 - 14:29	63 500	58 100	56 700	67 500	69 000	45 350	24 000
14:30 - 14:59	63 500	58 100	56 700	67 500	69 000	45 350	24 000
15:00 - 15:29	67 900	65 300	63 400	72 300	73 900	26 550	17 600
15:30 - 15:59	67 900	65 300	63 400	72 300	73 900	26 550	17 600
16:00 - 16:29	67 650	65 050	63 150	72 050	73 650	26 400	17 450
16:30 - 16:59	67 650	65 050	63 150	72 050	73 650	26 400	17 450
17:00 - 17:29	66 600	64 000	62 100	71 000	72 600	22 400	16 500
17:30 - 17:59	66 600	64 000	62 100	71 000	72 600	22 400	16 500
18:00 - 18:29	48 200	45 500	44 400	51 600	53 000	17 300	14 950
18:30 - 18:59	48 200	45 500	44 400	51 600	53 000	17 300	14 950
19:00 - 19:29	35 150	33 850	33 050	37 650	38 450	15 450	10 500
19:30 - 19:59	35 150	33 850	33 050	37 650	38 450	15 450	10 500
20:00 - 20:29	18 500	18 200	18 100	18 700	19 200	9 650	8 400
20:30 - 20:59	18 500	18 200	18 100	18 700	19 200	9 650	8 400
21:00 - 21:29	10 700	10 600	10 500	10 900	11 200		
21:30 - 21:59	10 700	10 600	10 500	10 900	11 200		
22:30 - 22:59	6 850	6 750	6 750	6 850	6 950		

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 4.05.2026 do 5.07.2026

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 kampanij jednocześnie w:

**RMF**

RMF CLASSIC

RMF MAXX

RADIO GRA

RADIO 90

RADIO JURA

AUDYTORIUM17  
REGIONALNE  
RADIO WARSZAWY  
POLSKIEGO RADIOWA

21 miast

23 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.

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 emisję 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**