POWER FM

Cennik

Pasma	Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	Sb	Nd
6:00 - 6:29	50 000	48 700	47 500	53 200	54 300	15 300	11 300
6:30 - 6:59	50 000	48 700	47 500	53 200	54 300	15 300	11 300
7:00 - 7:29	85 600	83 600	81 200	91 000	93 000	26 600	16 000
7:30 - 7:59	85 600	83 600	81 200	91 000	93 000	26 600	16 000
8:00 - 8:29	85 800	83 800	81 400	91 200	93 200	44 400	18 900
8:30 - 8:59	85 800	83 800	81 400	91 200	93 200	44 400	18 900
9:00 - 9:29	85 800	83 800	81 400	91 200	93 200	57 700	29 100
9:30 - 9:59	85 800	83 800	81 400	91 200	93 200	57 700	29 100
10:00 - 10:29	71 550	68 750	66 850	76 250	77 750	59 400	28 900
10:30 - 10:59	71 550	68 750	66 850	76 250	77 750	59 400	28 900
11:00 - 11:29	71 300	68 500	66 600	76 000	77 500	59 400	28 900
11:30 - 11:59	71 300	68 500	66 600	76 000	77 500	59 400	28 900
12:00 - 12:29	68 400	62 600	61 200	72 700	74 400	50 550	26 300
12:30 - 12:59	68 400	62 600	61 200	72 700	74 400	50 550	26 300
13:00 - 13:29	68 000	62 200	60 800	72 300	74 000	50 550	26 100
13:30 - 13:59	68 000	62 200	60 800	72 300	74 000	50 550	26 100
14:00 - 14:29	67 900	62 100	60 700	72 200	73 900	49 550	25 700
14:30 - 14:59	67 900	62 100	60 700	72 200	73 900	49 550	25 700
15:00 - 15:29	73 500	70 700	68 700	78 400	80 100	29 250	18 600
15:30 - 15:59	73 500	70 700	68 700	78 400	80 100	29 250	18 600
16:00 - 16:29	73 250	70 450	68 450	78 150	79 850	27 800	18 450
16:30 - 16:59	73 250	70 450	68 450	78 150	79 850	27 800	18 450
17:00 - 17:29	72 200	69 400	67 400	77 100	78 800	24 100	17 500
17:30 - 17:59	72 200	69 400	67 400	77 100	78 800	24 100	17 500
18:00 - 18:29	51 300	48 400	47 200	54 900	56 400	18 600	15 950
18:30 - 18:59	51 300	48 400	47 200	54 900	56 400	18 600	15 950
19:00 - 19:29	37 350	36 050	35 050	40 050	40 950	16 550	11 200
19:30 - 19:59	37 350	36 050	35 050	40 050	40 950	16 550	11 200
20:00 - 20:29	19 600	19 300	19 200	19 900	20 400	10 250	8 800
20:30 - 20:59	19 600	19 300	19 200	19 900	20 400	10 250	8 800
21:00 - 21:29	11 300	11 200	11 100	11 500	11 800		
21:30 - 21:59	11 300	11 200	11 100	11 500	11 800		
22:30 - 22:59	7 050	6 950	6 950	7 050	7 150		

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 2.11.2026 do 3.01.2027

Podane ceny dotyczą kopii 30". 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:

RMF, RMF CLASSIC – 21 miast

RMF MAXXX, RADIO GRA, RMF 24 WROCŁAW – 23 stacje

RADIO 90, RADIO JURA, Alex RADIO 105.2, Impuls 97.2 – 23 stacje pakiet premium

AUDYTORIUM 17 – REGIONALNE ROZGŁOŚNIE POLSKIEGO RADIA

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. Zwyżki.

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 zwyżki, 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: 4% w okresie od 2.11.2026 do 23.12.2026 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.