



www.rmf.fm

RMF (Radio Muzyka Fakty) – jedno z najważniejszych źródeł informacji i najlepszej rozrywki dla milionów Polaków w kraju i za granicą – jest obecne na rynku radiowym od 1990 r., kiedy jako pierwsza komercyjna stacja radiowa w polskim eterze przełamała monopol państwa w dziedzinie mediów. Radio RMF FM szybko zajęło pozycję lidera wśród siedmiu programów radiowych o zasięgu ogólnopolskim i od 1997 r. jest niezmiennie najpopularniejszą pod względem słuchalności komercyjną stacją w Polsce.

Oferta i wartości

RMF FM jest największą i najpopularniejszą pod względem słuchalności komercyjną stacją radiową w Polsce, codziennie słuchaną przez około 8,2 mln osób przeciętnie przez 2 godz. 55 min. dziennie. Łącznie w ciągu tygodnia kontakt ze stacją ma około 22,3 mln słuchaczy (RadioTrack SMG/KRC A Millward Brown Company, I-VI 2006). Rozgłośnia nadaje program muzyczno-informacyjny (70 proc. muzyka, 30 proc. informacja) emitowany 24 godz. na dobę. Profil muzyczny stacji obejmuje największe przeboje z ostatnich 30 lat (format AC – Adult Contemporary). Oferta kierowana jest do aktywnych słuchaczy powyżej 20. roku życia.

RMF FM konsekwentnie utrzymuje pozycję lidera na radiowym rynku reklamy, m.in. dzięki najwyższemu na polskim rynku wskaźnikowi słuchalności. W pierwszym półroczu 2006 r. radio RMF FM przejęło 28,7 proc. radiowych budżetów reklamowych (udział w rynku reklamy), a przewaga nad bezpośrednim konkurentem wyniosła w analizowanym okresie 4,3 punktu proc. (źródło: Expert Monitor – dane cennikowe, bez autopromocji).

RMF FM uznawane jest również za jedno z najszybszych, najbardziej wiarygodnych i rzetelnych źródeł informacji. RMF FM korzysta z największych agencji informacyjnych oraz szerokiej sieci własnych korespondentów i reporterów zlokalizowanych w Polsce i w najważniejszych regionach świata. Dysponuje 54 centrami nadawczymi umożliwiającymi objęcie zasięgiem ponad 90 proc. powierzchni kraju i jest emitowane także drogą satelitarną, w Internecie, na platformach cyfrowych i w większości sieci kablowych.

Marka RMF to dla milionów Polaków symbol rozgłośni, która wprowadziła na polski rynek najnowszą technologię oraz światowe rozwiązania w dziedzinie mediów i rozrywki. W 2003 r. marka RMF została poszerzona o RMF Classic, a w 2004 r. – o RMF MAXXX.

RMF Classic to jedyna w Polsce stacja o charakterze muzyczno-literackim. Rozgłośnia w niekonwencjonalny sposób prezentuje muzykę klasyczną oraz filmową, przekazuje informacje o najważniejszych imprezach kulturalnych, wystawach, spektaklach teatralnych, premierach filmowych i wydawniczych. Na antenie pojawiają się recenzje, opinie, rozmowy

z ludźmi kultury. Rozgłośnia obecna jest za pośrednictwem nadajników naziemnych w Krakowie, Szczecinie, Warszawie, Gdańsku i Wrocławiu. W październiku 2006 r. KRRIIT przyznała RMF Classic częstotliwość w Łodzi, gdzie stacja wkrótce rozpocznie nadawanie. Sygnał stacji jest również dostępny w Internecie i na platformach cyfrowych.

RMF MAXXX to sformatowana stacja muzyczna kierowana do młodego, aktywnego słuchacza (wiek 15-29 lat). To radio dynamiczne, niebanalne, które wychodzący naprzeciw oczekiwaniom słuchaczy nie zajmuje się polityką, ale za to dobrze gra, bawi i zaskakuje. Specjalnością RMF MAXXX są zwiariowani didżeje i pozytywna energia. Oprócz muzyki, na antenie usłyszeć można zapowiedzi lokalnych wydarzeń kulturalnych i sportowych, ciekawostki ze świata muzyki i rozrywki, nowinki technologiczne oraz zaskakujące i niezwykle konkursy – słowem wszystko, co jest atrakcyjne dla młodych ludzi.

RMF MAXXX to także innowacyjność i najnowsza technologia. Ostatnia propozycja stacji to RMF MAXXX. TV – pierwsza w Polsce telewizja internetowa produkowana całkowicie w oparciu o program radiowy.



Innowacje i promocje

Od samego początku promocja stacji oparta jest na budowaniu świadomości marki i wizerunku oraz pozyskiwaniu nowych słuchaczy – nie tylko poprzez typowe działania reklamowe, ale głównie poprzez spektakularne akcje promocyjne, takie jak np. Inwazja Mocy, które stały się swoistą wizytówką RMF FM.

Strategia promocyjna RMF FM zakłada jednocześnie prowadzenie działań promocyjnych wraz z antenowymi. Wszystkie działania reklamowe mają na celu budowę wyraźnego wizerunku stacji, która prezentuje Najlepszą Muzykę i Najistotniejsze Fakty. Jednocześnie wszystkie kampanie reklamowe RMF FM podkreślają charakterystyczną żółto-niebieską kolorystykę z mocno zaakcentowanym logotypem stacji. Dodatkowym elementem wykorzystywanym w kampaniach od wielu lat jest obecność w przekazie reklamowym znanych gwiazd muzyki i filmu, m.in. Carlosa Santany, Shakiry, Garou, Jennifer Lopez, Katie Melua i Celine Dion. Te elementy w połączeniu z dobrym programem, oryginalnością i świeżością pomysłów pozwoliły uzyskać i utrzymać od wielu lat pozycję lidera na radiowym rynku w Polsce oraz osiągnąć rekordowo wysokie wskaźniki spontanicznej i wspomaganej znajomości marki RMF FM.

W 2006 r. odbyła się druga edycja Koncertowego Lata, współorganizowana przez tygodnik „Naj”. Przez 10 wakacyjnych weekendów podczas 40 koncertów w 20 największych polskich kurortach wystąpiło wiele polskich gwiazd muzyki, m.in. Mysłowicz, Andrzej Piaseczny, Wilki i De Mono. Koncertom towarzyszyły pikniki z mnóstwem rodzinnych atrakcji.

Kontekst rynkowy

Rynek radiowy w Polsce tworzą podmioty publiczne (Polskie Radio) i prywatne (koncesjonowane). Zasięg ogólnopolski posiada 7 programów radiowych (w tym 4 programy radia publicznego i 3 nadawane przez podmioty koncesjonowane). Trzy programy dysponują koncesjami gwarantującymi zasięg ponadregionalny, kolejne 17 programów radia publicznego dysponuje zasięgiem regionalnym, a około 190 stacji radiowych posiada nadajniki o zasięgu lokalnym i ponadlokalnym. W grupie podmiotów koncesjonowanych jest trzech nadawców ogólnopolskich (RMF FM, Radio ZET i Radio Maryja), trzech ponadregionalnych (Radio WAWA, Radio TOK FM i Radiostacja) oraz niemal 200 wspomnianych nadawców lokalnych i ponadlokalnych. Charakter uniwersalny mają programy 1 PR i 3 PR radia publicznego, rozgłośnie regionalne, RMF FM i Radio ZET oraz część lokalnych stacji koncesjonowanych. Wyspecjalizowaną treść oferują słuchaczom m.in. program 2 PR i RMF Classic (profil muzyczno-literacki), Radio BIS (profil edukacyjno-publicystyczno-muzyczny), Radio Maryja i część stacji wyznaniowych (profil religijno-społeczny), TOK FM („talk and news”). Koncesjonowane stacje lokalne nadają w większości program o charakterze muzyczno-informacyjnym, z dominującą w serwisach tematyką lokalną. Część z nich ewoluowała w ciągu kilku ostatnich lat, przekształcając się w stacje muzyczne, a na znaczeniu zyskały sieci rozgłośni radiowych budowane przez krajowe grupy medialne Agory, Time czy Ad. Point. W ostatnim czasie dynamicznie rozwija się sieć RMF MAXXX należąca do spółki Multimedia powiązanej z Grupą RMF.

To, czego nie wiedzieliście

- 76 proc. Polaków pytanym o stację radiową podaje RMF FM (znajomość spontaniczna). Nazwę radia RMF FM znają jednak niemal wszyscy (znajomość wspomagana wynosi ponad 97 proc.).
- W latach 2001-2006 w kampaniach promocyjnych RMF FM pojawiło się ponad 50 światowych i 20 polskich gwiazd muzyki
- Z RMF FM związany jest absolutny rekord w historii polskiej radiofonii: w okresie maj-lipiec 2004 więcej niż 25,4 proc. czasu poświęconego na słuchanie radia wśród ponad 200 stacji radiowych w Polsce przypadło RMF FM (RadioTrack SMG/KRC A Millward Brown Company)

Osiągnięcia i perspektywy na przyszłość

Najważniejszą nagrodą dla rozgłośni jest zaufanie ponad 8 mln słuchaczy, ale działania stacji były doceniane także w prestiżowych konkursach. Jedno z najważniejszych wyróżnień branżowych to tytuł Radio Roku 2000/2001 przyznany w kategorii Medium Roku podczas warszawskich targów MEDIA TREND 2001. W uznaniu osiągnięć rozgłośni redakcja branżowego pisma „Media i Marketing Polska” ogłosiła Radio RMF FM Stacją Radiową Roku 2003. Również w roku 2003 w sondażu CBOS badającym instytucje publiczne w Polsce RMF uznano za najlepszą stację radiową, a przy tym jedyną, która przekroczyła próg 60 proc. pozytywnych ocen.

RMF FM wchodzi w XXI w. jako znacząca i stabilna organizacja, której obszarem działalności są media, szeroko pojęta rozrywka oraz nowoczesna technologia. Internet, serwisy telefonii komórkowej i przekaz cyfrowy. Multimedia to wyzwania, do których RMF FM przygotowuje się już od wielu lat, ale radio jest i pozostanie główną aktywnością Grupy RMF. W nowy wiek stacje RMF wchodzi z profesjonalną, nowoczesną ofertą programową wychodzącą naprzeciw potrzebom słuchaczy i odbiorców nowych mediów (Internet, telefony komórkowe itd.). Stał poszczególnie stacje i ich pasma programowe przygotowane są do tego, by docelowo mogły być odbierane w każdym nowym kanale dystrybucji medialnej, jaki będzie dostępny dla odbiorców. Programy stacji RMF mają już wkrótce stać się częścią wielkiej oferty, którą nieść będą swoim odbiorcom multimedia. RMF chce w tym nowym medialnym rozdaniu grać jedną z czołowych ról.



1990

Początek emisji RMF, pierwszego komercyjnego nadawcy radiowego w Polsce

2000

Wielki Megafestiwal z okazji 10-lecia RMF FM, w koncercie grupy Scorpions w Pobiedniku pod Krakowem udział wzięło 700 tys. uczestników

1992

Sygnał stacji został wprowadzony na satelitę Astra

2001

Najdłuższy w historii polskiej radiofonii serwis informacyjny – 480 min non stop RMF FM relacjonowało tragiczne wydarzenia w USA

1993

Uruchomiono pierwszy polski program radiowy retransmitowany na żywo do Stanów Zjednoczonych

2003

Uruchomienie pierwszej stacji sieci RMF Classic

1994

Przyznanie RMF FM pierwszej radiowej koncesji w Polsce

2004

Start młodzieżowej rozgłośni RMF MAXXX

1995

Pierwsza Inwazja Mocy

2005

W 15-lecie działalności znacząca zmiana wizerunku oraz logotypu stacji

1997

Rekordowy wskaźnik słuchalności (38,6 proc.) i RMF FM po raz pierwszy w historii pokonuje program 1 PR (36,6 proc, OBOP)

