



ciM

**JAARVERSLAG
2020**

INHOUDSTAFEL

INLEIDING	3
Historiek en definitie van het CIM	3
Mission statement	3
Structuur	3
CIM ORGANEN	4
De leden van het CIM	4
De Algemene Vergadering	4
Het Bestuursorgaan	5
Het Bureau	12
De Permanente Structuur	13
De Strategische Comités	13
De Technische Commissies	14
CIM STUDIES	15
BIOSCOOP	16
Methodologie van de Bioscoopstudie tot mei 2020	16
Publicatie van de bereikresultaten Bioscoop	17
Perspectief 2021 voor de Bioscoopstudie	17
CROSSMEDIA	18
De ES	18
De TGM	20
De CDJ	21
Technische Commissie CrossMedia	22
Strategisch Comité CrossMedia	23
Strategisch Comité Consumer Insight	23
Strategisch Comité XMedia	24
Perspectief 2021 voor de CrossMedia studies	24
INTERNET	25
Inleiding	25
Methodologie van de Internet-studies	25
Technische Commissie Internet	27
Strategisch Comité Digitaal (Internet)	28
Strategisch Comité XMedia	28
Internetcontroles	29
Publicatie van de Internetresultaten	29
Perspectief 2021 voor de Internet-studie	31
OUT-OF-HOME	32
Publicatie 2020-1, met een update van de verplaatsingsgegevens en de integratie van de treinstations ..	32
Publicatie 2020-2, rekening houdend met de seizoentaliteit van het bereik	33
Publicatie 2020-3	33
Vorbereiding van de publicatie 2021-1, met een tweede update van de verplaatsingsgegevens en een nieuwe OSM kaart ...	33
Vorbereiding van een call for tender voor een nieuwe studie in 2022	34
Technische Commissie Out-of-Home	35
Strategisch Comité Out-of-Home	35
Perspectief 2021 voor de Out-of-Home studie	36

PERS	37
Echtverklaring Pers	37
Methodologie van de Echtverklaring Pers studie	37
Technische Commissie Echtverklaring Pers	38
Publicatie van de Echtverklaring Pers resultaten	38
Echtverklaring Pers Controles	39
Perspectief 2021 voor de Echtverklaring Pers studie	39
Persbereiksstudie	39
Methodologie van de Persbereiksstudie	39
Technische Commissie Pers	41
Strategisch Comité Reading (Pers)	41
Publicatie van de Persbereik resultaten	42
Perspectief 2021 voor de Persbereiksstudie	42
RADIO	43
Methodologie van de CIM Radiostudie	43
Technische Commissie Radio	45
Strategisch Comité Luisteren (Radio)	46
RAM-controles	46
Publicatie van de Resultaten van de RAM-studie	47
Perspectief 2021 voor de Radiostudie	48
TELEVISIE	49
CIM TAM studie	49
Methodologie van de CIM TAM studie	49
HORODATAGE	52
Methodologie van de Horodatage studie	52
Technische Commissie Televisie	53
Strategisch Comité Kijken (TV)	53
Televisiecontroles	55
Publicatie van de resultaten van de CIM TV-studie	55
Perspectief 2021 voor de CIM TV-studie	62
FINANCIEN	63
Financiële controle	63
Budgettaire opvolging	63
COLOPHON	64

INLEIDING

Historiek en definitie van het CIM

Het CIM (Centrum voor Informatie over de Media) ontstond in 1971 uit de fusie van de DVEA (het eerste organisme ter echtverklaring van de verspreiding van de Belgische perstitels) en de BSRM (het eerste Belgische instituut dat met het meten van de bereikcijfers begon).

Het is een vereniging zonder winstoogmerk waarvan de werkende leden actief zijn binnen de Belgische communicatiesector.

Het CIM is gebaseerd op een partnerschap dat vormgeeft aan de gemeenschappelijke doelstellingen van zijn leden. Het CIM bestaat door zijn leden en dankzij hun geconcerteerde actie. Door zijn medewerking aan de vereniging verbindt elk lid er zich dan ook toe voorrang en voorkeur te geven aan het best mogelijke voorstel dat de doelstellingen hieronder mogelijk maakt. Elk lid verbindt er zich ook toe zo goed mogelijk bij te dragen tot de verdere ontwikkeling, het nut en de doeltreffendheid van de vereniging. Sinds haar ontstaan heeft de vereniging haar activiteiten alsmaar uitgebreid en aangepast aan de evoluerende behoeften van zijn leden.

Mission statement

Het CIM heeft als doel zijn leden voortdurend of regelmatig, en zo snel mogelijk, juiste, objectieve en betrouwbare informatie te verschaffen over het bereik, de kenmerken en de kracht van de media.

Deze informatie wordt vergaard via studies die door zijn bemiddeling werden ontworpen en omschreven, uitgevoerd en gecontroleerd. Dit alles met de nodige bezorgdheid voor de neutraliteit en de kwaliteit van bronnen. Deze gegevens moeten zo goed mogelijk aan de behoeften van de leden van het CIM beantwoorden.

Om zijn opdracht te vervullen wijdt het CIM zich, onder andere, aan het opzoeken, bestuderen en verspreiden van alle informatie met betrekking tot de media.

Dit omvat onder andere:

- *De controle en echtverklaring van gegevens over oplage, verspreiding en/of de distributie van media;*
- *Exclusief onderzoek naar het bereik van de media door middel van studies of enquêtes;*
- *Het auditeren en certifiëren van meetmethoden, bereikcijfers en segmentaties van derden;*
- *Het inzamelen en verspreiden van informatie over de media.*

Structuur

De structuur van het CIM en zijn omgeving:

- Adverteerders, Reclamebureaus, Mediabureaus, Regies, Media
- Algemene Vergadering
- Bestuursorgaan
- Bureau
- Algemeen Directeur
- Permanente Structuur
- Strategische Comités
- Technische Commissies
- Instituten voor onderzoek en enquêtes, Audits
- De consumenten van media en producten en diensten

CIM ORGANEN

De leden van het CIM

Om werkend lid te worden van het CIM moet men actief zijn in de Belgische communicatiewereld en behoren tot één van de drie volgende families:

- De **adverteerders**;
- De reclamebureaus en mediabureaus, hierna de **tussenpersonen** genoemd;
- De media en mediaregies, hierna de **media** genoemd.

Ondernemingen en verenigingen die deel willen uitmaken van het CIM moeten schriftelijk een aanvraag richten tot de Voorzitter van het Bestuursorgaan waarbij ze verklaren kennis genomen te hebben van de statuten en de reglementen en zich ertoe verbinden deze na te leven.

De toetredingsaanvraag wordt aan het Bureau overgemaakt dat de kandidaat-leden vervolgens voorstelt aan het Bestuursorgaan.

De Algemene Vergadering

De bevoegdheden die uitsluitend aan de Algemene Vergadering worden voorbehouden, zijn:

- De wijziging van de statuten;
- De uitsluiting van een lid;
- De benoeming en de afzetting van de bestuurders en de bepaling van de bezoldiging van de Voorzitter ingeval een bezoldiging wordt toegekend;
- De benoeming en de afzetting van de rekeningcommissaris en de bepaling van zijn bezoldiging ingeval een bezoldiging wordt toegekend;
- De goedkeuring van rekeningen en begrotingen;
- De kwijting aan de bestuurders en de rekeningcommissaris, alsook, in voorkomend geval, het instellen van de verenigingsvordering tegen de bestuurders en de commissarissen;
- De goedkeuring van, en de wijzigingen aan het Huishoudelijk Reglement;
- De ontbinding van de vereniging en de aanwijzing van één of meerdere vereffenaars;
- De omzetting van de VZW in een IVZW, een coöperatieve vennootschap erkend als sociale onderneming of in een erkende coöperatieve vennootschap sociale onderneming;
- Om een inbreng om niet van een algemeenheid te doen of te aanvaarden;
- De interpretatie van de statuten.

Gewoonlijk is er jaarlijks één Gewone Algemene Vergadering waarop de boeken ter goedkeuring worden voorgelegd en waar statutaire verkiezingen plaatsvinden. In 2020 vond de Gewone Algemene Vergadering plaats op 28 april.

In de loop van 2020 mocht het CIM de volgende bedrijven als (nieuwe) leden verwelkomen:

- Boerenbond vzw
- DPG Media Home Deco Holding n.v.
- DPG Media Home Deco n.v.
- Ferm ID FV
- Next Media Solutions SASU
- Regionale Media Maatschappij n.v.
- The Walt Disney Company (Benelux) B.V.
- UCM National vzw

In 2020 hebben 23 leden het CIM verlaten (ontslag, fusie, faillissement...).

Het Bestuursorgaan

Het Bestuursorgaan heeft de meest uitgebreide bevoegdheid om de vereniging te besturen, en heeft alle bevoegdheden die niet tot de bevoegdheid van de Algemene Vergadering behoren.

Sinds begin 2016 wordt het Bestuursorgaan samengesteld uit 21 leden verkozen door de jaarlijkse Algemene Vergadering:

14 bestuurders uit de Media pool

Dagbladen	1 Vlaamse Nieuwsmedia
	1 La Presse.be
Periodieke pers	2 WE MEDIA
Internet	1 DMA
Audiovisueel	6 VIA/BVAM
Out-of-Home	1 AEA
Individuele zetels	2 , met uitzondering van de leden van de VIA/BVAM (TV en Radio), LaPresse.be, Vlaamse Nieuwsmedia, WE MEDIA

7 bestuurders uit de Niet-Media pool

Tussenpersonen (Reclamebureaus en Mediabureaus)	3 UMA of ACC
	1 individuele zetel Tussenpersonen
Adverteerders	2 UBA
	1 individuele zetel Adverteerders

Behalve in geval van onmogelijkheid, bijvoorbeeld bij gebrek aan kandidaturen, is het Bestuursorgaan als volgt samengesteld:

- Twee derde gekozen uit de media,
- Eén derde gekozen uit de niet-media (Tussenpersonen en Adverteerders).

Om de volledige gelijkheid van stemmen te verzekeren tussen de bestuurders van de Niet-Media pool en de Media pool, beschikt elke bestuurder van de Niet-Media pool over een stemgewicht van 2 stemmen.

Het Bestuursorgaan verkiest een Voorzitter voor een duur van drie jaar, hetzij onder zijn leden hetzij iemand van buiten het Bestuursorgaan, die omwille van zijn deskundigheid en onafhankelijkheid unanieme erkenning geniet.

Het Bestuursorgaan verkiest ook, op voorstel van de Voorzitter, het Bureau, een uitvoerend orgaan waarin zetelen: de Voorzitter zelf, een secretaris, een schatbewaarder, alsook twee bestuurders die behoren tot de twee families die niet door de Voorzitter worden vertegenwoordigd en waarvan er één als ondervoorzitter zal worden aangeduid.

Het Bestuursorgaan werd in 2020 voorgezeten door Mevrouw Helen WILLEMS.

Begin 2020 maakten de volgende personen deel uit van het Bureau:

- Helen WILLEMS, Voorzitter
- François CHAUDOIR, Ondervoorzitter
- Patricia VERMANDELE, Secretaris
- Philippe BELPAIRE, Schatbewaarder
- Anny WUYTS, lid.

Het Bestuursorgaan heeft einde mei 2020 het voorstel goedgekeurd om de samenstelling van het Bureau licht te wijzigen, zoals voorgesteld door de Voorzitter: De Heer Bart SWINGS zal Mevrouw Patricia VERMANDELE vervangen.

Bij het nemen van beslissingen in verband met het ontwerpen en uitvoeren van studies en diensten baseert het Bestuursorgaan zich op het gekwalificeerde en uitvoerige advies van het betrokken Strategisch Comité, de betrokken Technische Commissie of van iedere werkgroep met een welomschreven opdracht en op het advies van de Algemeen Directeur.

Het Bestuursorgaan is als volgt samengesteld (na Gewone Algemene Vergadering van 28 april 2020):

Mathias BEKE	HAVAS MEDIA BELGIUM	<i>Tussenpersonen</i>
Philippe BELPAIRE	ROULARTA MEDIA GROUP	<i>Media</i>
Mieke BERENDSEN	DPG MEDIA	<i>Media</i>
François CHAUDOIR	SPACE	<i>Tussenpersonen</i>
Inge CLAERHOUT	ROULARTA MEDIA GROUP	<i>Media</i>
Veerle COLIN	JC DECAUX	<i>Media</i>
Bernard COOLS	SPACE	<i>Tussenpersonen</i>
Bart DEMEULENAERE	SBS BELGIUM	<i>Media</i>
Jean-Michel DEPASSE	MINDSHARE	<i>Tussenpersonen</i>
Wout DOCKX	VIA/BVAM	<i>Media</i>
Michel DUPONT	TRANSFER	<i>Media</i>
Thierry HUGOT	ROSSEL & Cie	<i>Media</i>
Denis MASQUELIER	IP BELGIUM	<i>Media</i>
Sandrine PENNINCKX	REGIE MEDIA BELGE	<i>Media</i>
Bart SWINGS	LUMINUS	<i>Adverteerders</i>
Tim VAN DOORSLAER	DPG MEDIA	<i>Media</i>
Nadine VAN RENSBERGEN	FIMARE CONSULTING	<i>Media</i>
Koen VAN RHIJN	PEBBLE MEDIA	<i>Media</i>
Chris VAN ROEY	UBA	<i>Adverteerders</i>
Patricia VERMANDELE	ING BELGIE	<i>Adverteerders</i>
Anny WUYTS	VAR	<i>Media</i>

Wijziging na de Algemene Vergadering:

- Chris VAN ROEY (UBA) geeft zijn ontslag als UBA-bestuurder. Hij wordt vervangen door Zaki LAHBIB (ook UBA) – OK RvB 26/5/2020,

Werkzaamheden van het Bestuursorgaan

In de loop van zijn tien vergaderingen behandelde het Bestuursorgaan van het CIM in 2020 voornamelijk volgende dossiers:

ALGEMEEN

CIM 2020+: actualisering van de missie en de studies van het CIM

Het Bestuursorgaan van 21 januari 2020 gaat verder op een lange discussie tijdens het laatste Bestuursorgaan van 2019. De bestuurders moesten voor bepaalde punten beslissen of die binnen of buiten de scope van het CIM vallen.

Het Bureau heeft terzake een voorstel gemaakt, en over alle punten wordt een consensus gevonden.

Communicatie CIM

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 23 juni 2020, stelt de Voorzitter voor om een werkgroep rond communicatie op te richten, met als belangrijkste redenen:

- De externe communicatie van het CIM is belangrijk, maar geen prioriteit voor de Permanente Structuur.
- De huidige communicatie is niet altijd duidelijk voor een breder (professioneel) publiek.
- De leden van het CIM zijn niet altijd zijn ambassadeurs (en dit moet veranderen).
- Het imago van het CIM is niet echt positief: oud, traag, gericht op de traditionele media.
- Nieuwe medewerkers rekruteren is niet evident.

Wat zijn de doelstellingen van deze groep?

- Een inventaris samenstellen van alle beschikbare informatie bij het CIM.
- Doelgroepen definiëren.
- Bepalen welke informatie aan wie gecommuniceerd mag worden.
- Beslissen op welke manier het CIM naar de verschillende doelgroepen communiceert.
- Zich concentreren op de corporate communicatie.
- De interne communicatie verbeteren om bij de leden een bepaalde fierheid te creëren over de kwalitatieve CIM-studies.
- De externe communicatie verbeteren, d.w.z. verrijken en uitbreiden om een meer dynamisch imago te geven aan het CIM.

Deze werkgroep zal samengesteld worden uit 3 à 4 personen, onder de leiding van de Voorzitter van het CIM. Aan deze groep zal een vertegenwoordiger van elke familie deelnemen, met de voorkeur voor één persoon met een corporate PR-ervaring en één persoon met een research profiel.

De bestuurders gaan akkoord met dit voorstel.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 8 september 2020 legt de Voorzitter de stand van zaken van het project uit.

De volgende personen maken deel uit van de werkgroep Communicatie:

- Wout DOCKX (VIA)
- Max BROUNS (UMA)
- Philippe SMETS (BNP PARIBAS FORTIS /interne communicatie – UBA)
- Wouter QUARTIER (VRT, research know-how).

Tijdens zijn eerste vergadering einde augustus, heeft de werkgroep een inventaris opgesteld van wat het CIM vandaag vertegenwoordigt, de statuten en de missie van het CIM bekeken en een SWOT-analyse voorbereid voor de volgende vergadering van het Bestuursorgaan.

De volgende stappen voor de werkgroep zijn:

- De SWOT-analyse aan het Bestuursorgaan voorstellen.
- Een overzicht maken van alle studies en projecten van het CIM.
- De doelgroepen van het CIM bepalen.
- De huidige CIM-website grondig analyseren (aantal bezoekers, vergelijking met gelijkaardige websites in het buitenland).

Tijdens het Bestuursorgaan van 13 oktober 2020 wordt een stand van zaken van de werkzaamheden na de tweede vergadering einde september doorgegeven. De groep finaliseert de SWOT-analyse en heeft ook de website en de doelgroepen van het CIM (professionelen – leden of geen leden, studenten en journalisten) bekeken, om te zien hoe het CIM op een gedifferentieerde manier met deze 3 doelgroepen moet communiceren.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan op 17 november 2020, wordt de nieuwe stand van zaken van de werkzaamheden van de werkgroep Communicatie uitgelegd. De bedoeling is om, op de site, een parcours uit te stippelen voor elke doelgroep. De website moet ook op verschillende niveaus aangepast worden: nieuwe structuur, meer content (gerealiseerd in samenwerking met externe partners), zoektocht naar informatie vergemakkelijken, homepage en historiek informatie aanpassen.

De 50ste verjaardag in 2021 moet symbool zijn voor de vernieuwing van de communicatie van het CIM, met een vernieuwde website, een verbeterde gebruikerservaring, newsletters, ...

Tijdens het Bestuursorgaan van 8 december 2020 wordt bevestigd dat er een briefing is opgesteld voor een content marketing specialist. Die heeft de missie aanvaard en zal begin januari 2021 starten. Wordt vervolgd...

Strategische Comités

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van januari 2020 wordt eraan herinnerd dat de frequentie van de vergaderingen van de Strategische Comités verminderd werd.

In elke vergadering van het Bestuursorgaan worden de voorbije vergaderingen van de Strategische Comités en hun vooruitgang besproken.

Het SC Digitaal wordt ontbonden tijdens het Bestuursorgaan van februari en krijgt de nieuwe naam « Strategisch Comité XMedia », met als covoorzitters David LECOUVET (ook voorzitter van de Technische Commissie CrossMedia) en Stéphanie RADOCHITZKI (ook voorzitter van de Technische Commissie Internet).

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van februari wordt ook het SC CrossMedia ontbonden en krijgt de nieuwe naam « Strategisch Comité Consumer Insight », met Leen SCHRAMME (Wavemaker) als voorzitter (Bestuursorgaan maart).

Er wordt tijdens het Bestuursorgaan van april overlegd hoe de presentatie aan het Bestuursorgaan van de status van de werkzaamheden van de Strategische Comités kan verbeterd worden. Bedoeling is om het Bestuursorgaan inzicht te geven hoe de objectieven evolueren en waar bijsturing eventueel nodig is (b.v. door bijkomende expertise). Er moet naar de juiste formule gezocht worden zonder dat het een tijdrovende verplichting wordt. En één ding is duidelijk: het is niet de bedoeling om de discussies die plaatsgevonden hebben binnen de Strategische Comités opnieuw te voeren binnen het Bestuursorgaan of om terug te komen op beslissingen die genomen werden door deze Comités.

Er wordt voorgesteld om al te beginnen met het actualiseren van de visienota's van de verschillende Comités.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van juni blijkt dat de visienota's niet klaar zullen zijn vóór de zomer. Voor TV en Radio gaat het om een update van een bestaand document maar voor de andere studies moet de visienota nog opgesteld worden. Er wordt gevraagd naar een duidelijke planning.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van september en oktober wordt een status opgemaakt van de visienota's van de verschillende Strategische Comités:

- Pers: de gesprekken tussen kranten en magazines gebeuren momenteel in hun eigen beroepsvereniging.
- Radio: de discussie is gestart op 5 oktober en zal verder gaan in een reeks korte vergaderingen.
- TV: de discussies worden momenteel buiten het CIM gevoerd.
- Digitaal is gelinkt aan CrossMedia. Daar moeten eerst de vergaderingen van de taskforces plaatsvinden en een evaluatie van de bestaande projecten gebeuren; de puzzelstukken worden verzameld.
- OOH: de visienota is klaar.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van november, laat de Algemeen Directeur weten dat WE MEDIA een brief heeft gestuurd over de toekomst van de Persstudie. Het Strategisch Comité Reading zal hierover vergaderen einde november.

Tijdens het Bestuursorgaan van 8 december blijkt dat het SC Listen verder werkt aan zijn visienota maar al verschillende beslissingen heeft genomen i.v.m. de publicaties en het veldwerk tijdens Covid.

Het SC Reading heeft ook beslissingen genomen over de rekrutering, steekproefgrootte en publicatie van de Persstudie.

Het Bestuursorgaan keurt ook elke keer tijdens zijn vergaderingen de volgende wijzigingen goed in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM:

- Bestuursorgaan 21/01/2020:

SC Reading

Isabelle ORTEGATE is niet meer werkzaam bij IPM Group en maakt geen deel meer uit van het SC Pers.

- Bestuursorgaan 18/02/2020:

SC Reading

Philippe BELPAIRE wordt vervangen door Veerle NEYENS (beiden Roularta) binnen het SC Pers.

- Bestuursorgaan 24/03/2020:

SC Listen

Livy BEENENS (MMS Communications Belgium) en Julie PRAET (Mediabrand) vervoegen het SC Radio.

SC OOH

Christine JEAN (AG – geen lid van het CIM) wordt voorgesteld als 'Adverteerder expert' binnen het SC OOH.

Laurence WAEGEMANS vervangt Kathy VANDEVELDE (beiden Clear Channel) binnen het SC OOH.

SC XMedia

De volgende personen worden voorgesteld voor het SC XMedia:

Adverteerders:

Michaël BASSANELLO (Nationale Loterij)

Zaki LAHBIB (UBA)

Yves WÉMERS (BNP Paribas Fortis)

Agentschappen:

Jean-Michel DEPASSE (Mindshare)

Isabelle INDEKEU (Space)

Media:

Philippe DEGUELDRE (Pebble Media)

Gert DELGOUFFE (Publifer)

Trui LANCKRIET (Mediahuis)

Marco MARINI (IP)

Sandrine PENNINCKX (RMB)

Sofie RUTGEERTS (SBS)

Tim VAN DOORSLAER (DPG Media)

Anny WUYTS (VAR)

- Bestuursorgaan 28/04/2020:

SC XMedia

Coralie VRANCKEN (Rossel) vervoegt ook het SC XMedia.

De volgende officiële vervangers worden voorgesteld voor de leden van het SC XMedia:

Leden	Vervangers
Trui LANCKRIET – Mediahuis	Luc EECKHOUT
Marco MARINI - IP	Ariane DEBEUR
Sofie RUTGEERTS - SBS	Melissa ADRIAENSENS
Tim VAN DOORSLAER - DPG Media	Jo SNOECKX
Anny WUYTS - VAR	Thijs VANDERHAEGEN

- Bestuursorgaan 26/05/2020:

SC Consumer Insight

Een reeks kandidaten wordt voorgesteld voor de samenstelling van dit nieuwe SC Consumer Insight:

Agentschappen:

David LECOUVET (Mediabrand)

Vanessa SANCTORUM (Havas)

Wim VERMEULEN (Dentsu)

Corinne VERSTRAETE (Mediacom)

Media:

Veerle COLIN (JC Decaux)

Bart MOEYKENS (DPG)

Linda SCHEERLINCK (Roularta)

- Bestuursorgaan 23/06/2020:

SC Reading

Gonda LONTINGS verlaat Rossel en maakt geen deel meer uit van het SC Pers.

SC Consumer Insight

Sofie RUTGEERTS (SBS) vervoegt het SC Consumer Insight.

- Bestuursorgaan 08/09/2020:

SC Consumer Insight

Wim VERMEULEN is niet meer werkzaam bij Dentsu en maakt dus geen deel meer uit van het SC Consumer Insight.

Sofie RUTGEERTS heeft SBS verlaten en maakt geen deel meer uit van het SC Consumer Insight.

SC XMedia

Sofie RUTGEERTS is niet meer werkzaam bij SBS en is dus geen lid meer van het SC XMedia.

- Bestuursorgaan 13/10/2020:

SC Consumer Insight

Yelena DE VUYST (MMS Communications) vervoegt het SC Consumer Insight.

- Bestuursorgaan 17/11/2020:

SC Reading

Mark DAEMEN (Roularta) vervangt Veerle NEYENS (ook Roularta) binnen het SC Reading.

Wijzigingen Statuten en Huishoudelijk Reglement

Tijdens het Bestuursorgaan van december 2019 werd het definitieve en volledige voorstel van wijzigingen in de Statuten en in het Huishoudelijk Reglement goedgekeurd. Een 1^{ste} Buitengewone Algemene Vergadering wordt einde januari 2020 gepland.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 21 januari 2020 blijkt dat er een element ontbreekt in het voorstel van nieuwe Statuten. In artikel 5 van de nieuwe tekst die ter goedkeuring van het Bestuursorgaan werd voorgelegd, wordt het onderscheid tussen "werkende" en "aangesloten" leden op vraag van het Bureau toegevoegd. Dit laat toe om in de toekomst andere categorieën van firma's te verwelkomen als "aangesloten leden" (b.v. parastatale instanties, media auditeurs, internationale firma's zoals Google, ...). Dit element werd niet opgenomen in de rest van de tekst (alleen "leden" wordt vermeld) en dit zou kunnen zorgen voor interpretatieproblemen.

De bestuurders keuren tijdens de vergadering van 18 februari 2020 een nieuwe versie van de tekst goed die het onderscheid "werkende/aangesloten" integreert. Er wordt ook beslist dat de 1^{ste} nieuwe Buitengewone Algemene Vergadering begin maart zal plaatsvinden. Als het quorum van 2/3 niet behaald wordt, wordt de 2^{de} Algemene Vergadering einde maart gepland.

De Buitengewone Algemene Vergadering van 24 maart 2020 keurt de nieuwe teksten voor de Statuten en het Huishoudelijk Reglement goed. Deze teksten werden gecommuniceerd aan de leden en zijn beschikbaar op de website van het CIM.

STUDIES

CIM-studies – over het veldwerk en het coronavirus

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 24 maart 2020, worden de bestuurders verwittigd dat alle veldwerk (face-to-face en online) voor de Radio- en Persstudies, de Establishment Survey en de TGM, stopgezet is tot minstens einde april door de coronacrisis.

Volgens een eerste schatting betekent dit een besparing van 5 à 7% (nog te controleren bij de instituten) maar er zullen ook extra kosten zijn om alternatieve rekruteringsmethoden (telefonisch rekrutering via Random Digit Dialing (RDD)) te testen op haalbaarheid, betrouwbaarheid en kostprijs.

Er zal ook gekeken moeten worden of de instituten door de coronacrisis hun schaarse face-to-face capaciteit zullen kunnen behouden. Het CIM heeft contact opgenomen met alle instituten om te zien wat er gedaan kan worden (bij hen en bij het CIM) om de kwaliteit van het toekomstige veldwerk te garanderen.

Een stand van zaken van de situatie van de verschillende studies wordt begin april via mail naar alle leden van het CIM gestuurd.

De Algemeen Directeur geeft enkele details tijdens het Bestuursorgaan van 28 april 2020 over de uitgevoerde telefonische rekruteringsstesten. De resultaten lijken bemoedigend, wat het retourpercentage en de kosten (vergelijkbaar of minder duur dan face-to-face) betreft.

In alle volgende vergaderingen van het Bestuursorgaan wordt er een nieuwe status en het detail van de gerealiseerde besparingen getoond.

In de zomer is gebleken dat de alternatieve rekrutering voor de CIM-studies niet rimpelloos verloopt (hybride RDD + online + face-to-face indien mogelijk). De objectieven moeten aangepast worden volgens het rekruterings-type, en de tussentijdse rapportering wordt opgevoerd (wekelijks, opvolging rekruteringsvolume en profielen).

De analyses tonen aan dat er, zelfs bij gelijke mix, verschillen zijn tussen de 3 instituten (GfK, IPSOS en Profacts). Dit zou van verschillende factoren kunnen afhangen:

- De kwaliteit van het beheer van het veldwerk door het instituut?
- De ervaring van het instituut? b.v. RDD
- De interactie met het onderwerp of de vereisten van de enquête?

Een nieuwe test moet toelaten om te weten welke rekruteringsmix het CIM moet kiezen als de gezondheidssituatie verandert. In dat kader worden nieuwe vormen van samenwerking tussen de instituten opgelegd. De filosofie van het CIM is altijd geweest om bewaarde, Belgische instituten de voorkeur te geven. Maar er blijven niet veel mogelijkheden (3) over en hun prestaties zijn niet altijd even goed. Bovendien verliest de Permanente Structuur veel tijd in discussies en analyses om te proberen te verstaan.

Het Bestuursorgaan krijgt een kort overzicht van de mediastudies in andere Europese landen (naar aanleiding van een EMRO webinar begin oktober).

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 17 november 2020, wordt gezegd dat de situatie van de rekrutering voor de Radio- en Persstudies en de Establishment Survey niet goed is: alle face-to-face veldwerk is op 30 oktober 2020 opnieuw stopgezet. De drie rekruteringsmethodes uit september, oktober en begin november worden vergeleken.

Voor Radio is er een extra test voorzien met IPSOS en GfK in parallel i.v.m. de telefonische rekrutering. Uit deze test zou moeten blijken of RDD al dan niet een leefbaar alternatief is voor de Radiostudie, en om een beslissing te nemen voor de toekomst van deze studie. Dit zal ook toelaten om de verschillen in de rekrutering uit te leggen (Instituut? Onderwerp? Seizoen? ...) en een indicatie te geven om de gepaste methode voor de Persstudie te kiezen.

Het gaat niet alleen om het aantal en de representativiteit van de interviews maar ook om de kostprijs.

Op basis van de ervaringen van 2020 komt de Permanente Structuur in december tot de volgende conclusies:

- De rekruteringsmix F2F/RDD/online garandeert geen representativiteit in alle omstandigheden. Voor RDD is er een zware bias voor leeftijd en sociale groepen. Met realistische objectieven is een combinatie van RDD en face-to-face complementair en representatief. Maar quota in RDD betekent dat mensen die willen meewerken niet gebruikt worden, en dat kost extra geld. Er blijven moeilijk te verklaren verschillen tussen de instituten.
- RDD en online rekrutering met 'redelijke objectieven', zonder face-to-face, kan alleen gebruikt worden als tijdelijke oplossing. Binnen een continu veldwerk (b.v. Establishment Survey of Persbereidsstudie) kan face-to-face compenseren over een langere periode. In Radio is dat niet mogelijk met publicaties elke 4 maanden.
- Een en ander betekent dat het CIM vandaag geen afdoende antwoord heeft op de rekruteringsproblemen tijdens een lockdown.

De alternatieven zijn beperkt:

- De objectieven aanpassen aan de realiteit. Volgens het veldwerk, volgens de publicatiekalender, of op het niveau van de kwaliteits- en granulariteitseisen (b.v. indexen publiceren maar geen currency);
- Een centrale rekrutering voor alle studies organiseren;
- Predictieve modellen gebruiken om de currency te creëren (zoals in Out-of-Home), in plaats van alleen afhankelijk te zijn van een weging van scheefgetrokken steekproeven;

Het is belangrijk dat studies stabiel blijven en dat de intekenaars vinden dat de resultaten correct zijn.

Wordt vervolgd...

OOH Tender

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 8 december wordt de bestuurders gevraagd om vóór 14 december hun akkoord of opmerkingen door te geven over de tender voor de OOH-studie die ze de dag daarna via mail zullen krijgen.

De timing is kort maar de tender werd pas de ochtend vóór het Bestuursorgaan door de Technische Commissie afgewerkt en moet tegen 15 december verstuurd worden naar de potentiële instituten en leveranciers. Enkele opmerkingen werden doorgemailed en de tender wordt goedgekeurd.

Voorstel wijzigingen in het reglement Echtverklaring Pers

De bestuurders hebben het voorstel van wijziging voor het reglement van de Echtverklaring Pers studie in beide talen ontvangen vóór de vergadering van het Bestuursorgaan van 8 september 2020.

Hieronder de voornaamste aanpassingen:

- Toevoegen van de web only "verspreiding": betalende toegang tot de website van de titel zonder toegang tot de digitale versie van de titel.
De categorieën volgen hetzelfde principe als de papieren en de digitale versies (artikel 25, pagina 14, en punt 6 van artikel 28, pagina 19, en vademecum web only in bijlage 3).
- Toevoegen van de niet replica digitale edities: artikel 24 licht aangepast (pagina 13).

Er wordt vanaf nu een onderscheid gemaakt tussen 4 types:

- Print editie
- Ad Replica digitale editie
- Niet-Replica digitale editie
- Web only toegangen

De bestuurders keuren de voorgestelde wijzigingen en aanpassingen goed.

Voorstel wijzigingen in het reglement van de Internet-studie

Ter voorbereiding van de vergadering van 8 december, hebben de bestuurders twee documenten gekregen, met in beide talen het voorstel van wijziging van het reglement van de Internet-studie.

Er zijn verschillende aanpassingen:

- Kleinere wijzigingen, eerder technisch, rekening houdend met de veranderingen in de studie zelf (b.v. definitie app (2.1.2), sectie site (2.1.3), pagina (2.1.4), ...);
- Aanpassing artikel 10 over geschillen en fraudes, in overeenstemming met het nieuwe artikel van het Huishoudelijk Reglement in dit verband;
- Inhoudelijke wijzigingen, om beter aan de noden van de markt te beantwoorden (b.v. Video stream impression (2.1.6)).

De bestuurders keuren de voorgestelde wijzigingen in het reglement van de Internet-studie goed.

Het Bureau

De Voorzitter van het Bestuursorgaan neemt ook het voorzitterschap van het Bureau waar dat tegenwoordig samengesteld is uit een ondervoorzitter, een secretaris, een schatbewaarder en een lid. Alle leden van het Bureau worden door het Bestuursorgaan verkozen (cf. supra).

In 2020 zijn er elf vergaderingen geweest van het Bureau.

Behalve in geval van belangenconflict, neemt de Algemeen Directeur deel aan deze vergaderingen, maar zonder beslissende stem.

Het Bureau maakt deel uit van het Bestuursorgaan en is er het uitvoerende orgaan van. Bij delegatie van het Bestuursorgaan, is het Bureau belast met het dagelijkse bestuur van het CIM, dit wil zeggen de administratieve taken die niet verder gaan dan de dagdagelijkse noden van de vereniging, of die welke zowel wegens hun geringe belang als wegens de nood aan een snelle oplossing geen optreden van het Bestuursorgaan verantwoorden.

Het Bureau bereidt de vergaderingen van het Bestuursorgaan voor en waakt over de uitvoering van de beslissingen die er werden genomen. Binnen de krijtlijnen van het budget dat door de Algemene Vergadering

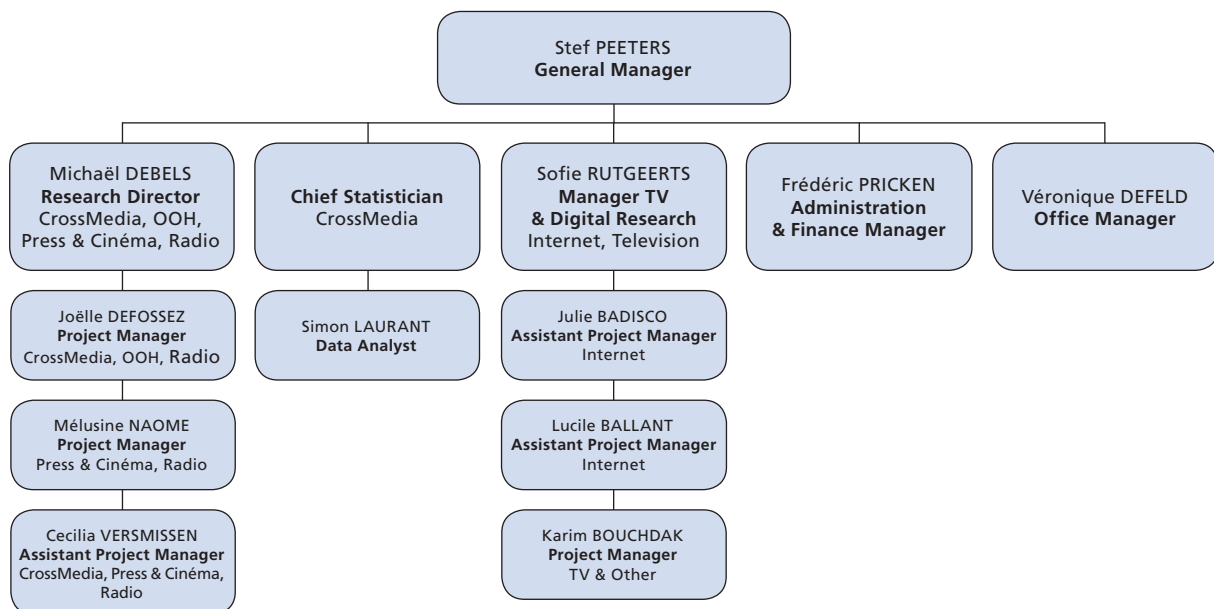
werd goedgekeurd, werft het Bureau de personeelsleden aan, ontslaat ze, beslist over hun taken en salarissen, en informeert er het Bestuursorgaan over. Het Bureau waakt ook over de deontologie betreffende het gebruik van de CIM-data.

Om te vermijden dat technische beschouwingen het overleg binnen het Bestuursorgaan zouden belemmeren, komen deze beschouwingen aan bod binnen het Bureau. Daarom voorziet de vergaderkalender van het Bureau vergaderingen die tussen één week à veertien dagen vóór het Bestuursorgaan plaatsvinden om o.a. deze vergaderingen voor te bereiden.

De Permanente Structuur

Zoals haar naam aangeeft, is de Permanente Structuur niet alleen het bestendige maar ook het meest operationele orgaan van het CIM. De Permanente Structuur staat ten dienste van het CIM en elk van haar leden. Zij is belast met de uitvoering van de beslissingen van het Bestuursorgaan en het Bureau. De Permanente Structuur moet bovendien de Technische Commissies en de Strategische Comités en hun voorzitter bijstaan en de methodologische waarde garanderen van de studies die het CIM uitvoert. Ook het goede verloop ervan behoort tot haar taken. Men moet er dus organisatietalent en technische competenties terugvinden. Door de evolutie van de CIM-studies zal de samenstelling van de Permanente Structuur waarschijnlijk ook evolueren in de toekomst.

De Permanente Structuur staat onder leiding van de Algemeen Directeur van het CIM, Stef PEETERS. Eind december 2020 zag het operationele organogram er als volgt uit:



De Strategische Comités

De Strategische Comités werken een lange termijnvisie uit voor de ontwikkeling van de CIM-studies.

De Strategische Comités 'Media' bepalen de behoeften van een sector en de doelstellingen van de zogenoemde tactische studie die het bereik voor een specifiek medium meet. Zij leggen het kader vast waarbinnen de methodologische modaliteiten, het type resultaten, het budget, de exploitatiemethoden en de lastenboeken worden bepaald. Na de start van een studie volgt het Comité ook het verloop van de studie en bekijkt of die in de praktijk beantwoordt aan de behoeften van alle betrokken partijen.

Een Strategisch Comité 'Media' wordt samengesteld uit beslissingsnemers en managers:

- uit de categorieën van Media die betrokken zijn in de studie (de 'Media pool', of de verkopers van reclameruimte, moet vertegenwoordigd worden door intekenaars die samen minstens 75% betalen van het gefinancierde bedrag van de betrokken CIM-studie);
- en uit de Tussenpersonen- en Adverteerdersfamilies (minstens 3 commissarissen vertegenwoordigen de 'Niet-Media pool' of de kopers van reclameruimte).

De voorzitter van een Strategisch Comité 'Media' wordt aangeduid door de 'Media pool'.

Het Strategisch Comité 'CrossMedia' bepaalt de lange termijn oriëntatie van de studies die het gecombineerd bereik van alle media meten. Dit Comité was oorspronkelijk samengesteld uit 14 commissarissen:

- 7 beslissingsnemers van de Tussenpersonen- en Adverteerdersfamilies, die samen de 'Niet-Media pool' vormen;
- en 7 beslissingsnemers van de Mediafamilie (1 Dagbladen, 1 Periodieke Pers, 1 TV, 1 Radio, 1 Bioscoop, 1 Internet, 1 Out-of-Home), ook de 'Media pool' genoemd.

De voorzitter van dit Strategisch Comité wordt aangeduid door de 'Niet-Media pool'.

De Algemeen Directeur van het CIM en de voorzitter van de betrokken Technische Commissie worden op elke vergadering van het overeenkomstig Strategisch Comité uitgenodigd maar hebben geen stemrecht.

Het Strategisch Comité organiseert zoveel vergaderingen als nodig voor zijn missie. Als de studie gestart is, zal het Comité minstens één vergadering 9 maanden na het starten van de studie organiseren, daarna minstens één keer om de 12 maanden die volgen. Het Strategisch Comité informeert regelmatig het Bestuursorgaan over de vordering van zijn werkzaamheden en legt zijn eindaanbevelingen schriftelijk vast, in de vorm die het zelf kiest.

Twee Strategische Comités worden in 2020 aangepast: het vroegere Strategisch Comité CrossMedia wordt het Strategisch Comité Consumer Insight en het vroegere Strategisch Comité Digitaal (Internet) wordt het Strategisch Comité XMedia. Er bestaan nog altijd een Strategisch Comité Listen (Radio), OOH (reclameborden), Reading (Pers) en een Strategisch Comité Watch (Televisie).

De Technische Commissies

Voor elk type studie kan het Bestuursorgaan, voor zover nodig, een Technische Commissie oprichten.

Zodra een studie van start is gegaan, waakt de Technische Commissie over de uitvoering en de overeenstemming met het lastenboek.

De Technische Commissies worden voorgezeten door een voorzitter die aangesteld wordt door het Bestuursorgaan. De voorzitter van de Technische Commissie van een tactische studie is lid van de Tussenpersonenfamilie, en wordt gekozen door de leden van de mediacategorie die de studie financiert. De voorzitter van de Technische Commissie van de CrossMedia-studies is lid van de Tussenpersonenfamilie en wordt gekozen door de leden van de Tussenpersonenfamilie.

De voorzitter van een Technische Commissie stelt een lijst met kandidaat commissieleden samen die hij of zij kiest uit de Media- en Tussenpersonenfamilies op basis van hun persoonlijke competentie. De voorzitter kan ook externe personen uitnodigen, waaronder een senior expert die lid is van het Strategisch Comité van de betrokken studie. Deze kandidatenlijst zal worden voorgelegd ter goedkeuring van het Bestuursorgaan.

De leden van de Technische Commissies worden voor twee jaar benoemd. Hun mandaat kan vernieuwd worden. De voorzitter van een Technische Commissie kan echter op elk moment, om technische redenen of bij gebrek aan inzet, zijn of haar commissie herschikken of een lid vervangen. De wijziging wordt ter goedkeuring van het Bestuursorgaan voorgelegd.

De Algemeen Directeur van het CIM, de betrokken project manager of elke andere medewerker die hij zou hebben aangeduid nemen altijd deel aan de werkzaamheden van de Technische Commissie.

De werking van de Technische Commissies wordt bepaald door een huishoudelijk reglement dat op 1 juli 1999 door het Bestuursorgaan werd goedgekeurd. Aanpassingen in het reglement werden op 26 januari 2010, 6 september 2011 en 30 mei 2017 door het Bestuursorgaan goedgekeurd.

Er was in 2020 één Technische Commissie per onderzoeksdomein en een Technische Commissie CrossMedia. De Technische Commissie Pers-Bioscoop houdt zich sinds 2019 ook bezig met de Echtverklaring Pers studie. In september 2020, omdat de bioscoop geen deel meer uitmaakt van de Pers- en Bioscoop-studie, verandert de Technische Commissie Pers-Bioscoop van naam en wordt ze de Technische Commissie Pers. Er zijn dus nog in totaal 6 Technische Commissies (CrossMedia, Internet, Out-of-Home, Pers, Radio, Televisie).

Elke Technische Commissie stelt de werkmethoden en de principes, op basis waarvan haar activiteit zal uitgevoerd worden, voor aan het Bestuursorgaan.

Na eventuele verbeteringen keurt het Bestuursorgaan deze voorstellen goed die vanaf dat moment het reglement vormen van die Technische Commissie.

CIM STUDIES

Het CIM produceert tactische onderzoeken die eigen zijn aan één medium.

Er bestaan twee types **tactische studies**:

- De echtverklaring

De echtverklaring van de oplagecijfers en de verspreiding van de perstitels is de meest bekende.

Daarnaast gebeurt er ook een echtverklaring van website-bezoeken.

En in buitenreclame wordt regelmatig de plaatsing van de nieuwe borden van groot formaat op het Belgische grondgebied gevalideerd.

- De bereiksstudies

Het CIM organiseert de meting van het bereik van de belangrijkste Belgische reclamedragers: pers, bioscoop, buitenreclameborden, internet, radio en tot slot televisie via audimetrie en horodatage.

Daarnaast verzorgt het CIM een aantal **strategische studies** die voor alle media relevant zijn (zie hieronder in het gedeelte 'CrossMedia'):

- De **Consumer Decision Journey** studie (CDJ) heeft als doel het beslissingsproces van de consumenten beter te leren kennen, in wisselwerking met de verschillende communicatiekanalen en touchpoints;
- De **Establishment Survey** (ES) laat toe om sterkere populatie benchmarks te hebben over de evolutie van de multimedia uitrusting en de consumptie van media bij de gezinnen;
- De **Target Group Monitor** (TGM) legt de link tussen het mediaverbruik en de consumptie van producten en merken.



BIOSCOOP

De meting van het bioscoopbereik was direct gekoppeld aan de Persbereiksstudie tot het einde van het veldwerk 2019-2020. De vragen in verband met de bezoeken aan de bioscoopzalen werden altijd op het einde van de persvragenlijst geïntegreerd.

Naar aanleiding van de evoluties in de Persbereiksstudie in juni 2020 (en met name de verandering van een universum 12+ naar een universum 15+) en de behoeften van Brightfish, de regie die de advertentieruimte van bioscopen commercialiseert, wordt beslist dat de Bioscoopstudie in deze vorm stopt.

De laatste publicatie van de bioscoopresultaten in combinatie met de Persstudie vond plaats in oktober 2020.

Methodologie van de Bioscoopstudie tot mei 2020

Doel

De tactische Bioscoopstudie meet het bioscoopbereik in Belgische steden met bioscoopzalen waar reclame getoond wordt. De studie wordt uitgevoerd op vraag van Brightfish, de regie die de advertentieruimte van bioscopen commercialiseert.

Vragenlijst

Er werden vragen gesteld over de volgende 'tarief eenheden': Cine Park Antwerpen/ Cine Park Brussel/ Cine Park Gent/ Cine Park Luik /Cine Park Charleroi/ Totaal Cine Park 5GC + lokaliteiten NL + FR/ Totaal Cine Park 5 GC/ Cine Park Lokaliteiten FR/ Cine Park Lokaliteiten NL/ Cine Park Lokaliteiten NL + FR.

Publicatie van de bereikresultaten Bioscoop

De resultaten van de Bioscoopstudie werden beschikbaar gesteld voor de leden-intekenaars van de studie in oktober 2020 in pdf-formaat via de website van het CIM (<https://www.cim.be>).

De resultaten van de CIM-bereikstudie Bioscoop worden via onderstaande gecertificeerde exploitatie- en/of planningssoftwareleveranciers verdeeld aan hun klanten:

- *Galileo* (ontworpen door Ultersys, verdeeld door Kantar TNS);
- *Sesame* (ontworpen en verdeeld door Bucknull & Masson).

Perspectief 2021 voor de Bioscoopstudie

Er zal geen Bioscoopstudie meer zijn gekoppeld aan de Persbereikstudie in 2021. Er wordt actief onderzocht of er een alternatieve Bioscoopstudie binnen het CIM mogelijk is.



CROSSMEDIA

Sinds 2016 worden het design en de opvolging van de strategische studies gegroepeerd en toevertrouwd aan het Strategisch Comité en de Technische Commissie CrossMedia (zie hieronder). Zij hebben in 2020 drie verschillende projecten opgevolgd:

- De Establishment Survey (ES);
- De Target Group Monitor (TGM);
- De Consumer Decision Journey (CDJ).

In 2020 was de eerste publicatie van de vernieuwde TGM-studie en nieuwe CDJ-studie:

- De nieuwe CDJ-studie heeft als doel om voor verschillende stappen in het beslissingsproces van de consumenten inzicht te krijgen in de wisselwerking tussen de verschillende communicatiekanalen en touchpoints. Daarnaast werd ook een media-luik voorzien.
- De TGM-studie is herstart met de producten- en attitude-vragenlijst.

Deze twee studies werden gefusioneerd zodat een unieke CDJ+TGM exploitatiedatabase kon geproduceerd worden.

De ES

De Establishment Survey bestaat sinds 2016. Deze studie met 6.000 jaarlijkse interviews laat toe om sterke populatiebenchmarks te hebben over de evolutie van de multimedia uitrusting in de gezinnen en de media-consumptie.

De Establishment Survey is daarmee de basis voor:

- Referenties inzake totaal bereik voor de definitie van de universa in TV-, Radio- en Internet- studies;
- Een single source referentie voor multimedia uitrusting en gebruik van devices;
- Referentie over de nieuwe manieren om bepaalde media te consumeren;
- Rekrutering voor het tv-panel.

Veldwerk

Het ES veldwerk 2020-2022 wordt toevertrouwd aan Profacts.

De maatregelen in verband met de Corona epidemie hebben ook op het ES veldwerk een grote invloed gehad:

- Omdat het niet mogelijk was om face-to-face enquêtes te doen, werd het veldwerk een eerste keer stilgelegd tussen maart en april 2020.
- In september werd het veldwerk herstart met een nieuwe mix van rekruteringsmethodes. Om een betere continuïteit van het veldwerk te verzekeren heeft de Permanente Structuur een nieuwe alternatieve methode opgestart: telefonische rekrutering via Random Digit Dialing (RDD). De respondenten worden gerekruteerd via een steekproef van mobiele en vaste nummers en vullen de vragenlijst online in. RDD heeft echter zijn eigen limieten en vraagt harde quota om voldoende representatief te zijn. Deze methode kan face-to-face dus niet volledig vervangen. Het veldwerk werd een tweede keer onderbroken, sinds november 2020, omwille van de tweede lockdown.

Het is gepland om het veldwerk in februari 2021 herop te starten met nog steeds een mix van drie rekruteringsmethodes (Face-to-face/Online Access Panel/RDD). De juiste mix van rekruteringsmethodes zal verder onderzocht worden om te bepalen of RDD al dan niet wordt behouden voor de komende jaren.

Referentie-universum

Het referentie-universum bestaat uit alle personen (Belgen en buitenlanders) van 12 jaar en ouder die in België wonen.

Steekproeftrekking

De face-to-face steekproef van de Establishment Survey wordt aselekt samengesteld op basis van adressen die willekeurig gekozen werden binnen de NIS9-wijken.

De RDD en online rekruteringen worden gedaan op basis van quota.

Gegevensinzameling en vragenlijst

Aan de start van de gegevensinzameling werden de gegevens door minimaal 80% van de respondenten zelf ingevuld op computer (CASI). Er werd ook een online gedeelte voorzien voor moeilijk via face-to-face te rekruteren profielen. Deze rekrutering gebeurde in Online Access Panels, tot maximaal 20% van de totale steekproef.

Zoals reeds eerder besproken voegde de Permanente Structuur dit jaar een derde methode toe aan de rekruteringsmix: RDD.

Doorheen het jaar werden verschillende verdelingen opgevolgd, naargelang wat mogelijk was voor het instituut en de Corona situatie.

Publicatie van de resultaten

De resultaten van de derde Establishment Survey (veldwerk 10/2018-09/2019) werden op 27/01/2020 gepubliceerd.

De resultaten zijn beschikbaar in verschillende softwares van tactische studies (GfK Probe, Galileo, Sesame, Pointlogic) en zijn toegankelijk voor de intekenaars die aan de financiering bijdragen (de intekenaars van de Radio-, TV- of Internet-studies).

De publicatiedatum van de vierde Establishment Survey is afhankelijk van het verdere verloop van het veldwerk.

De TGM

In de CIM TGM studie wordt informatie ingezameld over de aankoopverantwoordelijkheid van verschillende goederen en diensten, over consumptiegedrag, het bezit van goederen en over de attitudes van de Belgische bevolking. De TGM-studie meet het consumptiegedrag voor:

- Voeding
- Niet alcoholische dranken
- Alcoholische dranken
- Schoonheidsproducten, persoonlijke hygiëne
- Gezondheidsproducten, farmaceutische producten (zonder voorschrift)
- Onderhoudsproducten, wasproducten
- Voeding voor honden/katten
- Kleding en accessoires
- Cosmetica (parfums, make up, ...)
- Kleine elektrische huishoudtoestellen
- Grote elektrische huishoudtoestellen
- TV/video/hifi
- GSM, smartphones en toebehoren
- Tablets, e-readers en toebehoren
- Computers en toebehoren
- Artikelen voor binnenhuisinrichting en decoratie
- Tuinartikelen
- Meubels
- Vakantie
- Auto
- Financiële producten
- Verzekeringsproducten
- Leveranciers van teledistributie, telefonie en internet
- Leveranciers van gas en elektriciteit

Veldwerk

Ter herinnering, de rekrutering voor de TGM wordt samen met het CIM Pers veldwerk gedaan. Het veldwerk van de Persstudie wordt toevertrouwd aan IPSOS.

Het lopende veldwerk van TGM (start juni 2020) werd beïnvloed door de coronamaatregelen. Het face-to-face veldwerk werd pas gestart in augustus 2020 en werd sinds november 2020 opnieuw stilgelegd. IPSOS heeft echter een groot deel van de face-to-face rekrutering kunnen compenseren via RDD. Ook de rekrutering via Online Access Panel ging door zoals voorzien.

Het is gepland om het face-to-face veldwerk te hernemen in februari of maart 2021. Er zal een mix van de drie rekruteringsmethodes toegepast worden tot op het einde van het veldwerk (Face-to-Face/Online Access Panel/RDD).

Referentie-universum

In de laatste publicatie bestond het referentie-universum uit alle personen (Belgen en buitenlanders) van 12 jaar en ouder die in België wonen.

Vanaf het nieuwe veldwerk (start juni 2020) bestaat het referentie-universum uit alle personen (Belgen en buitenlanders) van 15 jaar en ouder die in België wonen.

Steekproeftrekking

De rekrutering voor de TGM-studie loopt sinds eind 2018 via de Persstudie (IPSOS), waarbij de steekproef aselekt wordt samengesteld op basis van adressen die willekeurig gekozen worden binnen de NIS-wijken.

Op het einde van het veldwerk (11/2018-10/2019), gepubliceerd in 2020, werden 4.020 TGM-vragenlijsten ingevuld. Na cleaning door het instituut konden 3.862 enquêtes gebruikt worden.

Het veldwerk voor de volgende publicatie is nog niet afgerond.

Gegevensinzameling en vragenlijst

Na de face-to-face Persvragenlijst wordt de respondent gevraagd of hij/zij ook wenst deel te nemen aan de TGM. De interviewer laat een papieren exemplaar van de vragenlijst bij de respondent achter. Een uitnodiging voor de online versie wordt enkele dagen later verstuurd.

Eveneens na de online Persvragenlijst worden respondenten gerekruteerd voor de TGM-studie. Indien de persoon aanvaardt om deel te nemen aan het TGM-deel krijgt hij/zij de datum waarop hij/zij toegang zal krijgen tot de online TGM-vragenlijst. De online vragenlijsten worden enkel op het einde van de maand verstuurd.

Wanneer de respondent wordt gerekruteerd via RDD krijgt die op het einde van de online Pers vragenlijst de vraag om deel te nemen aan de TGM-vragenlijst. Indien de persoon aanvaardt, krijgt hij/zij nadien een uitnodiging per mail voor het TGM-deel.

De CDJ

De Consumer Decision Journey studie heeft als doel het beslissingsproces van de consumenten beter te leren kennen, in wisselwerking met de verschillende communicatiekanalen (43 touchpoints). De bevraging heeft als doel om voor 15 verschillende economische sectoren deze informatie te verzamelen:

- Voeding en niet-alcoholische dranken
- Alcoholische dranken
- Schoonheidsproducten, persoonlijke hygiëne
- Cosmetica (parfum, make-up)
- Geneesmiddelen zonder voorschrift
- Onderhoud huis en kleding
- Kleding en accessoires
- Kleine en grote huishoudtoestellen
- Multimedia uitrusting: TV, GSM, tablet, PC, Hifi, ...
- Auto en moto
- Vakantie en reizen (accommodatie, vervoer, ...inbegrepen)
- Financiële diensten en verzekeringen
- TV-, telefoon- en Internetproviders
- Gas- en elektriciteitsleveranciers
- Huis en tuin (meubels, inrichting, renovatie)

Veldwerk

Het veldwerk werd toevertrouwd aan Kantar TNS.

Het tweede veldwerk van de CDJ is gestart in oktober 2020 en is gepland tot en met mei 2021.

Referentie-universum

Het referentie-universum bestaat uit alle personen (Belgen en buitenlanders) van 16 jaar en ouder, die in België wonen.

Steekproeftrekking

De CDJ maakt enkel gebruik van online rekrutering via Online Access Panels. De rekrutering wordt georganiseerd door Kantar, maar er worden ook panels van derden gebruikt (details beschikbaar in de methodologie).

Op het einde van het eerste veldwerk (03/2018-10/2019), gepubliceerd in 2020, werden 7.999 vragenlijsten ingevuld. Na cleaning door het instituut bleven er 7.187 bruikbare vragenlijsten over.

Het veldwerk voor de tweede publicatie is nog niet afgerond.

Gegevensverzameling en vragenlijst

De gegevens worden verzameld via meerdere deelnames per respondent.

Tijdens de eerste deelname (intake) wordt de respondent bevraagd over:

- zijn/haar aankoopverantwoordelijkheden en recentste aankoop voor alle 15 sectoren;
- het mediaconsumptie luik.

In functie van de antwoorden wordt de respondent ondervraagd over de rol van de touchpoints in het beslissingsproces voor verschillende sectoren waarvoor hij/zij (mede-)beslissers is voor de aankoop. In dat geval krijgt hij/zij meteen tijdens de eerste deelname ook één of twee sectorvragenlijst(en) voorgelegd. Een respondent kan meerdere keren deelnemen als hij/zij voor meerdere sectoren (mede-)beslissers is. Vanaf de tweede deelname krijgt hij/zij dan maximaal vier sectorvragenlijsten per deelname.

Fusie van de gegevens

De resultaten van deze twee studies worden gefusioneerd tot een unieke database met inzichten over consumenten. Het proces omvat:

- een fusie van de CDJ-gegevens naar de TGM-respondenten;
- een ascriptie van deze gekoppelde TGM-CDJ gegevens naar de steekproef van de Persstudie: die diende als rekruteringsbron voor de TGM en wordt hier dus de receiver steekproef.

Dit proces van fusie-ascriptie werd uitgevoerd in het eerste trimester van 2020.

Publicatie van de resultaten

De resultaten van de eerste gecombineerde CDJ-TGM studie werden 27/04/2020 gepubliceerd.

De resultaten zijn beschikbaar in verschillende softwares van andere tactische studies (Galileo, Sesame, Pointlogic). Ze zijn toegankelijk voor alle intekenaars van de tactische studies.

Gegeven het feit dat de publicatie van het eerste veldwerk CDJ-TGM (oktober 2018-november 2019) werd gepubliceerd in april 2020, heeft de Technische Commissie besloten om geen nieuwe publicatie te doen in 2020. Het nieuwe veldwerk werd gestart in juni 2020 voor de TGM en in oktober 2020 voor de CDJ. De volgende publicatie is voorzien in oktober 2021.

Technische Commissie CrossMedia

Samenstelling d.d. 31/12/20

David LECOUVET (Voorzitter)	Mediabrand Belgium
Stefan DELAETER	VAR
Brigitte GILSON	Mindshare
Linda SCHEERLINCK	Roularta Media Group
Sabrina VAN IMPE	JC Decaux

Wijziging in de loop van het jaar:

- Sofie RUTGEERTS verlaat SBS en is geen lid meer van de TC CrossMedia. Er is momenteel nog geen opvolger – RvB 08/09/2020.

Strategisch Comité CrossMedia

De Strategische Comités die de crossmediale evoluties in de mediawereld opvolgen, werden gewijzigd.

Het SC Digitaal wordt ontbonden tijdens het Bestuursorgaan van februari. Dit Comité gaat verder onder de nieuwe naam « Strategisch Comité XMedia » en in een nieuwe samenstelling. De bevoegdheid wordt uitgebreid van de digitale studies tot alle crossmedia-projecten. David LECOUVET (ook voorzitter van de Technische Commissie CrossMedia) en Stéphanie RADOCHITZKI (ook voorzitter van de Technische Commissie Internet, zijn covoorzitters van het SC XMedia.

Het Strategisch Comité CrossMedia werd ook ontbonden tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van februari. Ook dit Comité gaat verder onder de nieuwe naam « Strategisch Comité Consumer Insight », en in een nieuwe samenstelling. Leen SCHRAMME (Wavemaker) wordt verkozen als voorzitter.

Strategisch Comité Consumer Insight

Samenstelling d.d. 31/12/20

Leen SCHRAMME (Voorzitter)	Wavemaker
Veerle COLIN	JC Decaux
Yelena DE VUYST	MMS Communications Belgium
David LECOUVET	Mediabrand
Bart MOEYKENS	DPG Media
Vanessa SANCTORUM	Havas Media
Linda SCHEERLINCK	Roularta Media Group
Corinne VERSTRAETE	Mediacom

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- David LECOUVET, Vanessa SANCTORUM, Wim VERMEULEN, Corinne VERSTRAETE (agentschappen) en Veerle COLIN, Bart MOEYKENS en Linda SCHEERLINCK (Media) vervoegen het SC Consumer Insight – RvB 26/05/2020.
- Sofie RUTGEERTS vervoegt het SC Consumer Insight – RvB 23/06/2020.
- Wim VERMEULEN werkt niet meer bij Dentsu en is dus geen lid meer van het SC Consumer Insight – RvB 08/09/2020.
- Sofie RUTGEERTS is niet meer werkzaam bij SBS en is dus geen lid meer van het SC Consumer Insight – RvB 08/09/2020.
- Yelena DE VUYST vervoegt het SC Consumer Insight – RvB 13/10/2020.

Strategisch Comité XMedia

Samenstelling d.d. 31/12/2020

David LECOUVET (Voorzitter)	Mediabrand s
Stéphanie RADOCHITZKI (Voorzitster)	Mediabrand s
Michaël BASSANELLO	Nationale Loterij
Philippe DEGUELDRE	Pebble Media
Gert DELGOUFFE	Publifer
Jean-Michel DEPASSE	Mindshare
Isabelle INDEKEU	Space
Zaki LAHBIB	UBA
Trui LANCKRIET	Mediahuis
Marco MARINI	IP Belgium
Sandrine PENNINCKX	RMB
Tim VAN DOORSLAER	DPG Media
Coralie VRANCKEN	Rosjel
Yves WEMERS	BNP Paribas Fortis
Anny WUYTS	VAR

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Michaël BASSANELLO, Zaki LAHBIB (Adverteerders), Jean-Michel DEPASSE, Isabelle INDEKEU (agentschappen) en Philippe DEGUELDRE, Gert DELGOUFFE, Trui LANCKRIET, Marco MARINI, Sandrine PENNINCKX, Sofie RUTGEERTS, Tim VAN DOORSLAER en Anny WUYTS (Media) vervoegen het SC XMedia – RvB 24/03/2020.
- Coralie VRANCKEN (Rosjel) vertegenwoordigt de Franstalige magazine pers in het SC XMedia – RvB 28/04/2020.
- Luc EECKHOUT (Mediahuis), Ariane DEBEUR (IP), Melissa ADRIAENSENS (SBS), Jo SNOECKX (DPG), Thijs VANDERHAEGEN (VAR) worden aanvaard als officiële vervangers voor, respectievelijk, Trui LANCKRIET, Marco MARINI, Sofie RUTGEERTS, Tim VAN DOORSLAER en Anny WUYTS als die niet aan de vergaderingen van het SC XMedia kunnen deelnemen – RvB 28/04/2020.
- Sofie RUTGEERTS is niet meer werkzaam bij SBS en is dus geen lid meer van het SC XMedia – RvB 08/09/2020.

Werkzaamheden van de Technische Commissie

In 2020 hebben negen vergaderingen van de Technische Commissie plaatsgevonden en werd vooral gewerkt aan:

- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de ES (Profacts),
- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de CDJ (Kantar TNS),
- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de TGM (IPSOS).
- De opvolging en evaluatie van de nieuwe RDD-rekruteringsmethode.

Perspectief 2021 voor de CrossMedia studies

Op de agenda van de Technische Commissie CrossMedia staan voor 2021 alvast:

- De publicatie van de ES 2020-2021;
- De controle van het goede verloop van de TGM-, CDJ- en ES-veldwerken;
- De evaluatie van de nieuwe RDD-rekruteringsmethode;
- De tweede publicatie van de TGM-CDJ in één verenigde database.



INTERNET

Inleiding

Sinds 1 juni 2014 is Gemius verantwoordelijk voor de CIM Internet trafiek- en bereikmeting in België en Luxemburg, die voortaan als één enkele studie beschouwd worden: de CIM Internet-studie.

De CIM Internet-studie bestaat uit volgende onderdelen:

- Een census trafiek meting (op PC/laptop, tablet en smartphone) voor ingeschreven websites;
- Een census trafiek meting voor ingeschreven html5, hybride en native apps (op tablet en smartphone);
- Een census trafiek meting voor streaming audio en video players van ingeschreven publishers;
- Een bereiksstudie met bereikgegevens voor een willekeurig gekozen periode en profielgegevens volgens criteria die het internetuniversum definiëren.

Methodologie van de Internet-studies

De census trafiek meting voor websites

In de census meting wordt de volledige trafiek van de ingetekende sites, apps en video- en audioplayers in kaart gebracht. Elke deelnemer plaatst een tag (javascript) in de broncode van zijn website. De eerste maal dat een surfer met zijn browser (bv. Internet Explorer, Safari, Firefox, Chrome, ...) een deelnemende site bezoekt, installeert het systeem een third party cookie in die browser. Dit laat toe om de browser te identificeren elke keer als men daarna opnieuw een pagina bezoekt van een deelnemende site. Die meting gebeurt asynchroon: d.w.z. dat ze het laden van een pagina niet vertraagt. De meting laat toe om per site het aantal unieke browsers te onderscheiden en te tellen aan de hand van cookies. Daarnaast worden page views, visits en andere metrics gerapporteerd. Deze CIM Internet meting vraagt op geen enkel moment een actieve participatie van de surfers. Sinds 1 oktober 2017 wordt een tijdsmeting gebruikt waarbij de tijd van de laatste page view beter gemeten wordt (heartbeat).

Deze resultaten zijn beschikbaar voor alle internet-intekenaars via twee web tools:

1. gemiusPrism bevat ruwe ongefilterde data die enkel voor intern gebruik van de intekenaar dienen, zoals het aantal keer dat aflevering X van een specifiek tv-programma Y online werd bekeken op site Z op dag 1;
2. eGemius bevat gefilterde data waarover gecommuniceerd mag worden, zoals het aantal keren dat online werd gekeken op site Z op dag 1.

Een versie van eGemius beperkt tot views en sessies is beschikbaar in het publieke gedeelte van de website van het CIM: <https://www.cim.be/nl/internet/resultaten-belgie>. Sinds januari 2020 zijn deze publieke gegevens ook voor apps en players beschikbaar.

De census meting voor apps

De census meting voor ingeschreven apps is een app centric meting, die de trafiek op apps van intekenaars van de CIM Internet-studie in kaart brengt. Bij html5 apps wordt een javascript (= tag) gebruikt; voor de native en hybride apps is een SDK voor iOS en Android beschikbaar. Dit systeem laat toe om per app, en per appsectie, het aantal unieke browsers te onderscheiden en te tellen. Daarnaast worden page views, visits en overige metrics gerapporteerd. Deze CIM Internet meting vraagt op geen enkel moment een actieve participatie van de surfers.

De resultaten zijn beschikbaar via dezelfde twee tools als die van de sites (gemiusPrism en eGemius), met vergelijkbare metrics.

De census meting voor audio- en video streaming

De census meting voor audio- en video streaming is een player centric meting, die de streaming op players en apps van intekenaars van de CIM Internet-studie in kaart brengt. Elke deelnemende speler plaatst een asynchroon javascript (= tag) in de broncode van de player. Dit systeem laat toe om per player het aantal unieke browsers te onderscheiden en te tellen aan de hand van de cookies. Daarnaast worden stream views, visits en overige metrics gerapporteerd. Deze meting vraagt op geen enkel moment een actieve participatie van de surfers.

De resultaten zijn beschikbaar via de twee tools (gemiusPrism en eGemius) voor alle internet-intekenaars.

Sinds september 2019 worden de video streams van programma's van Belgische broadcasters die op het grote scherm te zien waren, toegevoegd aan de Tv-cijfers van de CIM TAM studie. Dit gebeurt door middel van een unieke code die zowel aan de lineaire als de online uitzending wordt toegekend. De openbare resultaten omvatten sinds 1 januari 2020 het totaal aantal kijkers alle schermen van de volledige Tv-programma's. Vanaf 1 januari 2021 omvat dit totaal ook de fragmenten van desbetreffende Tv-programma's.

CIM Internet bereiksstudie

De CIM Internet bereiksstudie is fundamenteel verschillend van alle andere tactische studies van het CIM. In plaats van te starten van een perfect gekende steekproef om te extrapoleren naar het universum van het medium, meet men de volledige trafiek van het universum van internet. De uitdaging voor de CIM Internet bereiksstudie is te achterhalen wie er achter de browser schuilgaat. Aan de hand van een panel wordt een link gelegd tussen browsers en de mensen die deze gebruiken.

De afgelopen jaren is de studie geëvolueerd op vlak van panelsamenstelling, de berekening van aantal surfers en de publicatie van de resultaten.

- Sinds augustus 2016 bestaat het panel uit PC/Laptop, Tablet en Smartphone gebruikers waarvan de profielgegevens in overeenstemming wordt gebracht met de Golden Standard voor wat betreft leeftijd, geslacht, provincie en sociale klasse. Sinds 2020 is de Golden Standard gebaseerd op de Virtuele Populatie van het CIM, die op haar beurt is opgebouwd uit gegevens van de Federale Overheid (voor sociodemografische gegevens) en de CIM Establishment Survey (voor gegevens over beschikbare toestellen in het gezin).
- Sinds juli 2018 omvat de bereiksstudie bereikgegevens voor sites, players, apps en combinaties hiervan.
- Sinds 2016 werd de methode om de link tussen individu en browser te leggen regelmatig verfijnd om de betrouwbaarheid van bereikresultaten te verhogen. De laatste optimalisatie dateert van april 2020. Om een onderschatting van het aantal browsers te vermijden wordt ook rekening gehouden met mobiele data van de Facebook 'in-app browser'.

De grootste wijziging is de introductie van het Constant Panel om dagelijkse bereikresultaten te berekenen. De methode biedt een aantal extra voordelen:

- Men kan bereik voor een willekeurige tijdsperiode berekenen;
- Het aantal cookies wordt geschat over het aantal sites heen (EC global) wat de stabiliteit ten goede komt;
- Maandelijkse evoluties van het universum (seizoenschommelingen) worden gecorrigeerd op basis van de trafiekdata (PRES).

Sinds de introductie is de berekening voor twee zaken geoptimaliseerd:

- Consistentie in de bereikresultaten voor elk onderdeel van een site, app, player zodat het bereik van specifieke pagina's van een site niet meer surfers bereiken dan het aantal surfers voor de volledige site.
- Het belang van regio voor regionale titels. Tijdens de berekening van het Constant Panel houdt men naast leeftijd en geslacht ook rekening met regio.

De bereikresultaten zijn beschikbaar in:

1. eGemius voor gegevens vanaf 1 april 2020: deze nieuwe rapporteringstool omvat het bereik van sites, apps en players
2. Planning files: Gemius levert ASCII-bestanden aan de software houses.
3. Excel rapporten: offline rapporten, die voornamelijk een archieffunctie hebben.

Nog in 2020 werden de gegevens van de CIM Internet-studie gebruikt voor fusies met de CIM TV, Radio en Pers studies.

Technische Commissie Internet

Samenstelling d.d. 31/12/20

Stéphanie RADOCHITZKI (Voorzitster)	Mediabrand
Adrien DE WALQUE	RTL Belgium
Luc EECKHOUT	Mediahuis
Nicolas MAGAIN	Space
Mélanie PIERLOT	Rossel & Cie
Sébastien REPS	Maxus
Bart SPIESSENS	Pebble Media
Bernd STRAUVEN	DPG Media
Frédéric WATELET	RTBF

Wijziging in de loop van het jaar:

- Karel VERBRUGGE verlaat Mediahuis en de TC Internet en wordt vervangen door Luc EECKHOUT (Mediahuis) – RvB 13/10/2020.

Werkzaamheden van de Technische Commissie

Elke maand geeft de Technische Commissie zijn goedkeuring over nieuwe sites die voor alle intekenaars gepubliceerd worden. De Technische Commissie evalueert samen met de Permanente Structuur de opbouw en resultaten van alle deelstudies van de Gemius studie.

Strategisch Comité Digitaal (Internet)

Samenstelling d.d. 18/02/20

Philippe DEGUELDRE (Voorzitter SC)	Pebble Media
Sabrina BAKALLI	RTL Belgium
Michaël BASSANELLO	Nationale Loterij
Jean-Michel DEPASSE	Mindshare
Sylvie IRZI	Mediabrand
Trui LANCKRIET	Mediahuis
Sandrine PENNINGCKX	RMB
Stéphanie RADOCHITZKI (Voorzitster TC)	Mediabrand
Sofie RUTGEERTS	SBS Belgium
Tim VAN DOORSLAER	DPG Media
Philippe VAN HELSHOECHT	Space
Anny WUYTS	VAR

Werkzaamheden van het Strategisch Comité

Het Bestuursorgaan van februari 2020 heeft het Strategisch Comité Digitaal (Internet) ontbonden en omgevormd tot het Strategisch Comité XMedia.

Digitale platformen zijn al lang een wezenlijk onderdeel van het aanbod van alle media (TV, Radio, Pers, OOH). Vele mediamerken ontwikkelen ook een crossmediale aanbod. Het SC XMedia moet een overkoepelende visie formuleren over gemeenschappelijke thema's (b.v. wat is een 'contact') en studieprojecten (b.v. consumer decision journey, ...).

Strategisch Comité XMedia

Samenstelling d.d. 31/12/20

David LECOUVET (Voorzitter)	Mediabrand
Stéphanie RADOCHITZKI (Voorzitster)	Mediabrand
Michaël BASSANELLO	Nationale Loterij
Philippe DEGUELDRE	Pebble Media
Gert DELGOUFFE	Publifer
Jean-Michel DEPASSE	Mindshare
Isabelle INDEKEU	Space
Zaki LAHBIB	UBA
Trui LANCKRIET	Mediahuis
Marco MARINI	IP Belgium
Sandrine PENNINGCKX	RMB
Tim VAN DOORSLAER	DPG Media
Coralie VRANCKEN	Rosel
Yves WEMERS	BNP Paribas Fortis
Anny WUYTS	VAR

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Het Strategisch Comité Digitaal wordt vervangen door het Strategisch Comité XMedia en Stéphanie RADOCHITZKI en David LECOUVET (beiden Mediabrands) worden voorgesteld als voorzitters – RvB 18/02/2020.
- Michaël BASSANELLO, Zaki LAHBIB (Adverteerders), Jean-Michel DEPASSE, Isabelle INDEKEU (agentschappen) en Philippe DEGUELDRE, Gert DELGOUFFE, Trui LANCKRIET, Marco MARINI, Sandrine PENNINCKX, Sofie RUTGEERTS, Tim VAN DOORSLAER en Anny WUYTS (Media) vervoegen het SC XMedia – RvB 24/03/2020.
- Coralie VRANCKEN (Rossel) vertegenwoordigt de Franstalige magazine pers in het SC XMedia – RvB 28/04/2020.
- Luc EECKHOUT (Mediahuis), Ariane DEBEUR (IP), Melissa ADRIAENSENS (SBS), Jo SNOECKX (DPG), Thijs VANDERHAEGEN (VAR) werden aanvaard als officiële vervangers voor, respectievelijk, Trui LANCKRIET, Marco MARINI, Sofie RUTGEERTS, Tim VAN DOORSLAER en Anny WUYTS als die niet aan de vergaderingen kunnen deelnemen – RvB 28/04/2020.
- Sofie RUTGEERTS is niet meer werkzaam bij SBS en is dus geen lid meer van het SC XMedia – RvB 08/09/2020.

Internetcontroles

Elke intekenaar aanvaardt de mogelijkheid tot controle van zijn site en het gebruik van de CIM Internetgegevens door het CIM of zijn afgevaardigde. Bovendien verbindt elke intekenaar zich er toe alles in het werk te stellen om dergelijke controle te vergemakkelijken. Er zijn verschillende domeinen waar controles worden uitgevoerd. Deze controles dienen om, in de mate van het mogelijke en de staat van de technologie, fraude met betrekking tot de markering, de kwaliteit van de markering, maar ook de “gezondheidstoestand” van het systeem te detecteren.

1. Monitoring van de hardware, servers, DNS enz. door het meetinstituut;
2. Verwerking en publicatie van de gegevens;
3. Het gebruiken van de juiste tagversie;
4. Het respecteren van de markeringsinstructies (bijv. geen dubbele tags plaatsen);
5. Het respecteren van de CIM-regels (bijv. tag mag enkel geplaatst worden op welbepaalde domeinen).

Publicatie van de Internetresultaten

Gegevens voor het grote publiek

Op de CIM-site kan men voor alle deelnemende sites en secties, apps en players het aantal Visits en Page views consulteren via de applicatie eGemius. Deze applicatie laat toe om zelf een periode in te stellen. De meest recente data zijn die van de vorige dag. Het is mogelijk om de individuele resultaten van sites en secties, of de gecombineerde resultaten van regies en uitgevers, te selecteren en te bekijken. De resultaten zijn beschikbaar via volgende link: <https://www.cim.be/nl/internet/resultaten-belgie>

Gemius publiceert ook een website met technische gegevens over het internet in België en Luxemburg: welke browser is het populairst, met welk device wordt het meest gesurft en hoe evolueren de besturings-systemen... Deze resultaten zijn beschikbaar via de volgende internetpagina's: <http://ranking.gemius.com/be> en <http://ranking.gemius.com/lu>

Gegevens die enkel voor intekenaars beschikbaar zijn

De resultaten van de CIM Internet-studie zijn voor de intekenaars beschikbaar in gemiusPrism, eGemius (trafiëk) en in de planning files (bereik). Voor het bereik is er ook een globaal rapport in Excelformaat beschikbaar op de CIM-website.

De trafiekdira in eGemius zijn zowel beschikbaar in een versie die gefilterd is op trafieik van Belgische IP-adressen als voor de totale trafieik. De metrics (UB, Visits, Page Views en Time) zijn beschikbaar voor PC, smartphone en tablet, en voor alle devices samen.

De Luxemburgse intekenaars hebben toegang tot gemiusPrism resultaten en trafieik Excel-rapporten op de CIM-website. Ze beschikken over dag-, week- en maandrapporten. Zij gebruiken geen filters op de geografische herkomst van de surfers, alle trafieik wordt in rekening gebracht.

Enkele CIM Internet cijfers

Evolutie van het aantal websites (sites en hun secties) in de meting en het gemiddelde aantal visits per dag (sinds 2014; basis december van het jaar):

Year	Sites	Visits
2014	498	12.490.001
2015	392	12.601.929
2016	408	12.562.057
2017	336	12.467.658
2018	290	12.894.934
2019	285	13.544.088
2020	286	16.114.462

Evolutie van het aantal apps in de meting en het gemiddelde aantal visits per dag (sinds 2015; basis december van het jaar):

Year	Apps	Visits
2015	38	1.530.884
2016	43	2.037.558
2017	41	2.438.298
2018	44	3.183.382
2019	30	2.918.628
2020	27	4.649.927

Evolutie van het aantal streams in de meting en het gemiddelde aantal visits per dag (sinds 2016; basis december van het jaar):

Year	Streams	Visits
2016	19	744.488
2017	29	813.442
2018	28	1.214.244
2019	26	2.381.341
2020	29	2.004.082

Perspectief 2021 voor de Internet-studie

De meting aan de hand van third party en first party cookies

Omdat meer en meer browsers het gebruik van 3rd party cookies limiteren of zelfs volledig blokkeren, wordt het aantal visits en browsers onderschat in de meeste metingen die gebruik maken van 3rd party cookies. Gemius heeft in 2020 de technologie SyncID ontwikkeld. Deze technologie maakt gebruik van frames om verbindingen tussen 1st party cookies op verschillende sites te registreren. In 2021 wordt SyncID getest en waar nodig verder verfijnd. Verder plant de Gemius verdere uitwerking van een bijkomende technologie, namelijk GemiusID om op termijn onafhankelijk te zijn van 3rd party cookies.

Het meten van advertenties

- gDE

In 2019 besliste het Strategisch Comité Kijken een gDE test (Gemius Direct Effects) uit te voeren om de trafiek en het aantal kijkers van videocampagnes te meten. Een dalende interesse bij adverteerders naar verificatie van het aantal bereikte kijkers leidde in oktober 2020 tot de beslissing van de UMA om dit project niet langer te ondersteunen. Op de vraag of VIA bijgevolg de kosten voor gDE volledig wil dragen, was het antwoord negatief. Het OVA Planner project (cfr. infra), die wel ondersteund wordt door de UMA, ondervangt deels het gebrek aan gDE.

- Video advertenties en autopromo voor streaming players

In het najaar van 2020 werden de opties voor het meten en rapporteren van advertenties en autopromo binnen Prism, eGemius en GfK Probe verkend. Deze worden verder uitgewerkt in 2021.

Het meten van streams

Om meer inzichten te krijgen in het online kijkgedrag worden de mogelijkheden van de meting verder verfijnd. In 2021 beogen we de rapportering van video streams volgens hun duurtijd (long/short) en willen we de rapportering van streams in apps verder verfijnen.

De rapportering van resultaten

Internet omvat sites, apps, players en deze vormen vaak onderdeel van een netwerk waarop campagnes gepland worden. Het voorzien van groeperingen en combinaties van sites, apps en players zijn nuttig om het netto totaal bereik te weten. De mogelijkheden binnen eGemius zullen in 2021 verder worden uitgebreid met onder meer een aggregaat per merk.

Het meten van streams op andere schermen

Technologie zoals Chromecast laat toe om video's die afgespeeld worden op mobiele toestellen (laptop, smartphone) te laten verschijnen, te 'casten' op een ander scherm (Tv-scherm). Gemius heeft in 2020 technieken ontwikkeld om deze cast streams te meten. In 2021 zullen intekenaars die over een Web cast receiver beschikken kunnen deelnemen aan tests van Gemius om deze techniek uit te proberen en verder te verfijnen.



OUT-OF-HOME

2020 is het vierde jaar van de publicatie van de Out-of-Home studie 2016-2020, waarin verplaatsingsgegevens uit klassieke interviews en gegevens uit big data worden gecombineerd.

Verscheidene belangrijke werkzaamheden vonden plaats in 2020:

1. Publicatie van de resultaten van golf 2020-1, met een update van de verplaatsingsgegevens van Be-Mobile en de toevoeging van het universum Treinstations;
2. Publicatie van de resultaten van golf 2020-2, die rekening houdt met de seizoensaliteit in het berekenen van de prestaties van de campagnes;
3. Publicatie van de resultaten van golf 2020-3;
4. Voorbereiding van de publicatie 2021-1, met een nieuwe update van de verplaatsingsgegevens van Be-Mobile, op basis van een nieuwe OSM kaart en de integratie van de nieuwe brongegevens.
5. Voorbereiding van een call for tender voor de nieuwe Out-of-Home studie 2022.

Publicatie 2020-1, met een update van de verplaatsingsgegevens en de integratie van de treinstations

De publicatie 2020-1 die in januari 2020 plaatsgevonden heeft is de eerste publicatie op basis van de tweede volledige modellering van de verplaatsingsgegevens. Deze nieuwe modellering werd ontwikkeld door Be-Mobile in 2019. Daarbij werden nieuwe gegevensbronnen gebruikt en werd de methodologie verfijnd om voor de resultaten nog dichter bij de realiteit te komen:

- De modellering van de verplaatsingen met het motief 'andere' (bv. winkelen, hobby's, sport, enz.), goed voor 70% van alle verplaatsingen, werd verbeterd door het gebruik van geobserveerde GPS-gegevens van Proximus (1 miljard gsm-lokalisaties per dag gedurende 3 maanden).
- De virtuele populatie werd ook opnieuw gewogen op basis van de nieuwste gegevens van de CIM Golden Standard.

Bovendien integreert de studie voortaan het universum van de treinstations, wat het mogelijk maakt voor de markt om de prestaties van borden binnen de stationsgebouwen en op de perrons te evalueren, alleen of gecombineerd met borden van andere reeds gemeten universa (straat en metro).

Net als voor de Brusselse metro was er voor de integratie van het treinuniversum een digitalisatie door MGE Data nodig. 52 treinstations werden gedigitaliseerd en geïntegreerd in de inplantingstool IMS om de volledige inventaris van Publifer te kunnen positioneren.

Op basis van de verplaatstingsgegevens van Be-Mobile en een eigen indoor verplaatsingsmodel, heeft MGE Data het traject gesimuleerd dat gebruikt werd door de reizigers, van de ingangen naar de perrons, van de perrons naar de uitgangen, of van perron tot perron, in functie van hun bestemming en de uurroosters van de treinen.

Het online dashboard van Be-Mobile dat intekenaars toelaat om verplaatsingsgegevens en sociodemografische kenmerken van de bevolking te analyseren, werd ook geüpdatet met de nieuwe verplaatsingsgegevens.

Deze publicatie omvatte ook een update van de inventaris van de afficheurs en de publicatie van nieuwe officiële netwerken.

Publicatie 2020-2, rekening houdend met de seizoenaliteit van het bereik

Deze publicatie 2020-2 is gebaseerd op dezelfde verplaatsingsgegevens als golf 2020-1 maar profiteert van een nieuwe ontwikkeling om dichterbij de realiteit van de verplaatsingen per seizoen te komen.

De eerste edities van de studie lieten de intekenaars inderdaad toe om jaarlijkse gemiddelde prestaties van de panelen te berekenen. Het is vanaf nu mogelijk om gedifferentieerde prestaties per seizoen te berekenen, rekening houdend met de volgende elementen:

- Het verschil in aantal uren licht tussen seizoenen, dat de zichtbaarheidsscore (VAI) van de borden beïnvloedt: een niet verlicht paneel zal zijn prestaties zien dalen rond 17u in januari in vergelijking met 22u in juni.
- De variatie in wegverkeer: het gebruik van geobserveerde gegevens (Floating car data, loop detectors) laat toe om een onderscheid te maken tussen het verkeer tijdens de « klassieke » werkweken en de verschillende vakantieperiodes.

De combinatie van beide elementen geeft een seizoenaliteitsindex per week, dat toelaat om de seizoengebonden verschillen in prestatie weer te geven.

De exploitatietool IDS werd ook aangepast door MGE Data om de gebruikers toe te laten om precieze data van campagnes te selecteren evenals gedifferentieerde prestaties per seizoen te berekenen.

Deze publicatie vond plaats in juni 2020, samen met een update van de inventaris van de afficheurs en de publicatie van nieuwe officiële netwerken.

Publicatie 2020-3

Golf 2020-3 werd gepubliceerd in november 2020, met een update van de inventaris van de afficheurs. Dit laat de gebruikers toe om prestaties te berekenen op basis van recente veldwerkgegevens.

Vorbereiding van de publicatie 2021-1, met een tweede update van de verplaatsingsgegevens en een nieuwe OSM kaart

In 2020 heeft Be-Mobile een derde modellering van de verplaatsingsgegevens ontwikkeld. Deze nieuwe modellering houdt rekening met de volgende elementen:

- Een update van de OSM kaart;
- Een update van de gegevensbronnen (verplaatsingsenquêtes en andere trafiekgegevens);
- Een update van de indoor omgevingen, nl. de metro- en treinstations.

Update OSM kaart

De derde modellering van Be-Mobile voorziet een update van de gebruikte kaart (OSM) om rekening te houden met de laatste evoluties in de verkeersomstandigheden (nieuwe verkeersplannen, ontwikkelingen in de netwerken van het openbaar vervoer, enz.).

Om de OSM kaart aan te passen moest het volgende specifiek gebeuren:

- Een nieuwe modellering van de verplaatsingen door Be-Mobile, en in het bijzonder de vernieuwing van de genomen routes;
- Het integreren van de volledige inventaris van de afficheurs op de nieuwe kaart, met, indien nodig, een manuele aanpassing van de inplanting van borden (indien de omgeving veel veranderd was). Dit werd uitgevoerd door MGE Data.

Update van de gegevensbronnen

De UD is samengesteld uit gegevens van CIM-, OVG- en Beldam-enquêtes, verzameld tussen 2007 en 2015. De Technische Commissie OOH heeft samen met Be-Mobile de nieuwe beschikbare gegevensbronnen geëvalueerd om een update van de UD te kunnen maken en om de veranderingen in het mobiliteitsgedrag beter weer te geven.

De gegevens van de Monitor studie, uitgevoerd door de FOD Mobiliteit en Vervoer en het instituut VIAS (vroeger Belgisch instituut voor de verkeersveiligheid), werden toegevoegd aan de UD.

De andere trafiekgegevens die gebruikt worden in het kader van de modellering en de validatie van de resultaten werden ook geüpdatet:

- De GPS-gegevens van Proximus die gebruikt worden door de modellering van verplaatsingen met het motief "andere";
- De Floating Car Data van Be-Mobile (verkeersvolume en -snelheid op het volledige Belgische wegennet);
- De passieve metingen van het wegverkeer (loop detectors);
- De verschillende beschikbare statistieken per vervoermiddel.

Update van de metro- en treinstations

Alle kaarten die gedigitaliseerd worden voor de modellering van de verplaatsingen binnen de metro- en treinstations werden ook geüpdatet om de laatste evoluties in deze indoor omgevingen te integreren.

De publicatie van golf 2021-1 wordt voorzien einde maart 2021. Er zullen ook een update van de inventaris van de afficheurs en de publicatie van de nieuwe officiële netwerken tegelijkertijd voorzien worden.

Vorbereiding van een call for tender voor een nieuwe studie in 2022

Het contract met de huidige partner voor de modellering van de verplaatsing (Be-Mobile) stopt op 31/12/2020 na een verlening van één jaar.

In een visienota voorgelegd aan het Bestuursorgaan van 8 september 2020 heeft het Strategisch Comité de behoefte uitgedrukt om de huidige bereiksstudie te vernieuwen om rekening te houden met de recente ontwikkelingen in de Out-of-Home sector en om de recentste gegevensbronnen en technologieën te integreren.

Op basis hiervan heeft de Technische Commissie OOH in 2020 een nieuwe call for tender voorbereid voor een nieuwe bereiksstudie. De eerste publicatie hiervan zou in 2022 voorzien worden.

De Technische Commissie heeft beslist om het gedeelte exploitatie van de studie niet te integreren in de call for tender (beheer van de inventaris, berekenen van de visibiliteitscriteria, exploitatiesoftware) en de samenwerking met MGE Data verder te zetten.

De Technische Commissie heeft eerst een RFI georganiseerd om haar begrip van de beschikbare OOH-gegevens, -technologieën en -oplossingen op te daten.

Op basis van de antwoorden die ze gekregen heeft, heeft de Technische Commissie vervolgens een document voor een call for tender voorbereid. De voornaamste objectieven hiervan zijn de volgende:

- De technieken voor het verzamelen van de gebruikte gegevens uit te dagen evenals hun kwaliteit en volledigheid;
- Het proces voor het produceren en het verwerken van de verplaatsingsgegevens te verkorten, om frequenter te kunnen publiceren en voor de markt resultaten te publiceren die dichter bij de realiteit komen;
- De granulariteit van de resultaten te verhogen door wekelijkse trafiekgegevens te gebruiken, om de tendensen en echte evoluties van de trafiek te kunnen analyseren;
- De scope van de studie uit te breiden door nieuwe universa (winkelcentra en op langere termijn andere retail omgevingen, parkings en Points of Interest) toe te voegen.

Dit document werd opgesteld door de Technische Commissie en verstuurd naar de potentiële partners in december 2020. De antwoorden van de geïnteresseerde leveranciers worden verwacht tegen einde februari 2021. De finale keuze voor de toekomstige partner voor de modellering van de verplaatsingen wordt gepland op 27/04/2021.

Technische Commissie Out-of-Home

Samenstelling d.d. 31/12/20

Jos VAN CAMPENHOUT (Voorzitter)	Outsight
Hélène BAIRIOT	Posterscope
Veerle COLIN	JC Decaux Belgium
Valérie DE COSTER	Havas Media
Thomas DE GREEF	Kinetic Belgium
Christophe GUISSSET	Mediabrand/Rapport
Herlinde HENDRIKS	Clear Channel Belgium
Nathalie LEGOUY	Belgian Posters
Aurélie RAMPELBERG	Publifer

Wijziging in de loop van het jaar:

- Herlinde HENDRIKS vervangt Kathy VANDEVELDE (beiden Clear Channel Belgium) binnen de TC OOH – RvB 21/01/2020.

Strategisch Comité Out-of-Home

Samenstelling d.d. 31/12/20

Veerle COLIN (Voorzitster SC)	JC Decaux Belgium
Thomas DE GREEF	Kinetic Belgium
Gert DELGOUFFE	Publifer
Christiane JEAN	AG
Nathalie LEGOUY	Belgian Posters
Jos VAN CAMPENHOUT (Voorzitter TC)	Outsight
An-Sofie VANDERMAELEN	Mediabrand/Rapport
Laurence WAEGEMANS	Clear Channel Belgium

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Laurence WAEGEMANS vervangt Kathy VANDEVELDE (beiden Clear Channel Belgium) in het SC OOH – RvB 24/03/2020.
- Christine JEAN (AG) vervoegt het SC OOH als expert Adverteerders – RvB 24/03/2020.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2020 hebben het Strategisch Comité en de Technische Commissie gewerkt aan:

- De verbetering van de modellering van de verplaatsingen door de integratie van nieuwe bronnen en de verfijning van de methodologie;
- De uitbreiding van de scope van de studie door de integratie van het universum van de treinstations;
- De verfijning van de exploitatiegegevens door de integratie van de seizoengebonden prestaties;
- De evolutie en verbetering van de OOH-studie door het opstellen van een call for tender die de behoeften van de sector bepaalt evenals de uitdagingen op middellange termijn.

Er zijn tien vergaderingen geweest van de Technische Commissie Out-of-Home. Boven de hierboven vermelde punten verdiepte de Commissie zich voornamelijk ook in de volgende zaken:

- De publicatie van 3 golven van resultaten (2020-1, 2020-2 en 2020-3) en de vergelijking van deze resultaten met de vorige golf;
- De validatie van de resultaten die de seizoensaliteit integreert en van het functioneren van de exploitatietool;
- De analyse en de validatie van de verplaatsingsgegevens uit de 3de modellering door Be-Mobile;
- De verificatie en de aanpassing van de inplanting van de borden in IMS, met als doel het integreren in de OSM kaart 2020;
- De verificatie en de update van de kaarten van de trein- en metrostations om ze te kunnen digitaliseren.

Perspectief 2021 voor de Out-of-Home studie

2021 wordt het jaar van de publicatie van de derde volledige modellering van de verplaatsingsgegevens, met de update van de OSM kaart, de update van de UD en andere trafiekgegevens.

2021 wordt ook het jaar van:

- Het opvolgen van de call for tender, met de evaluatie van de offertes van de instituten en de keuze voor de nieuwe partner voor de volgende modellering van de verplaatsingen;
- Het starten van de nieuwe studie 2022: de Technische Commissie OOH zal met aandacht het opzetten van de studie, het verzamelen van de nieuwe gegevens en de uitwerking van de nieuwe modellering opvolgen.



PERS

Er bestaan twee verschillende CIM Persstudies:

- De controle van de verspreidings- en oplagecijfers van de perstitels. Die wordt gebaseerd op de verklaringen op erewoord door de uitgevers enerzijds, en op een jaarlijkse audit door de instanties van het CIM anderzijds.
- De meting van het bereik (Average Issue Readership). Hiervoor wordt een representatieve steekproef van inwoners van België ondervraagd over iets minder dan 150 perstitels (dagbladen, weekbladen, maandbladen enz.).

Echtverklaring Pers

Methodologie van de Echtverklaring Pers studie

De "Echtverklaring Pers" houdt in dat de oplage, de verspreiding of de verdeling van publicaties gecontroleerd en 'voor echt' verklaard worden. De echtverklaring wordt uitgevoerd door een extern bureau, onder toezicht en coördinatie van de Permanente Structuur van het CIM. Momenteel is deze opdracht toevertrouwd aan het bedrijf MICC.

De uitgevers zijn verplicht alle nodige schikkingen te treffen door onder meer hun organisatie, zowel op boekhoudkundig als op administratief vlak, aan te passen opdat het CIM in de mogelijkheid zou gesteld worden de cijfers inzake oplage, verspreiding of verdeling van de echt te verklaren publicaties te verzamelen en te controleren. De experts die een echtverklaring uitvoeren, moeten inzake krijgen in alle documenten die nodig zijn voor het volbrengen van hun opdracht (de oplagebonnen en de drukverslagen, de statistiekboeken, de bewijsstukken van bPost betreffende de toezending aan abonnees, de "abonnementsadministratie", de rekeningen en de staten van deponhouders, enz.).

Na elke echtverklaring geeft de expert de uitgever een kopie van het voorstel tot verslag waarna een definitief proces-verbaal wordt opgesteld. Dit proces-verbaal deelt officieel de cijfers mee over het aantal nummers per jaar, de betaalde verspreiding, de abonnementen, de losse verkoop, de gratis exemplaren





en de oplage. Een label dat overeenstemt met het afgeleverde verslag wordt aan de betrokken publicatie gegeven. Zijn geldigheidsduur bedraagt twaalf maanden te rekenen van de datum van aflevering van het overeenstemmende echtverklaringsverslag. Daarenboven dienen de uitgevers een verklaring op erewoord te doen met de gedetailleerde gegevens over de oplage, betaalde verspreiding en andere verspreidingen, aantal verschenen nummers, eventueel de in het buitenland verspreide exemplaren, ... en dit voor elke maand van het afgelopen jaar. De levering van de verklaringen gebeurt via een online systeem.

Technische Commissie Echtverklaring Pers

Op het Bestuursorgaan van 18 juni 2019 werd beslist om de opvolging van de Echtverklaring studie te integreren in de Technische Commissie Pers-Bioscoop (ondertussen Technische Commissie Pers – zie verder). Er bestaat dus geen aparte Technische Commissie Echtverklaring meer.

Publicatie van de Echtverklaring Pers resultaten

Sinds 2017 publiceert het CIM op zijn website de fiches van de Press Brand Reports. Deze fiches geven een breder overzicht van de persmerken met in dezelfde fiche gegevens over Persbereik, Internetbereik en gegevens over de verspreiding.

CIM Press Brand Report 2020 (Publ. October 2020) 																					
Titre																					
Periodicity xxx	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">Readers (CIM NRS 2020)</p>  <table border="0"> <tr> <td>Total Reach of total Brand</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>AIR Brand</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>AIR Print + Digital versions</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> </table> </div>	Total Reach of total Brand	xxx	AIR Brand	xxx	AIR Print + Digital versions	xxx														
Total Reach of total Brand		xxx																			
AIR Brand		xxx																			
AIR Print + Digital versions	xxx																				
Language xxx																					
Universe xxx	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">Surfers (CIM Internet June 2019-May 2020)</p>  <table border="0"> <tr> <td>Website avg. daily surfers (Real Users)</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Apps avg. daily surfers (Real Users)</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> </table> </div>	Website avg. daily surfers (Real Users)	xxx	Apps avg. daily surfers (Real Users)	xxx																
Website avg. daily surfers (Real Users)		xxx																			
Apps avg. daily surfers (Real Users)	xxx																				
Number of issues xxx	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">Circulation (Authentication Jan-Dec 2019)</p>  <table border="0"> <tr> <td>Print run</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid copies (>50%)</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid subscriptions (>50%)</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid sales (<50%)*</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid affiliates (incl. in membership)</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid third party**</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Free push</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Free pull</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Other distribution (differed & raw pull)</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid digital circulation</td> <td style="text-align: right;">xxx</td> </tr> </table> <p style="font-size: small;">* Average price Paid sales (<50%) : 0,00 € ** Average price Paid third party: 0,00€</p> </div>	Print run	xxx	Paid copies (>50%)	xxx	Paid subscriptions (>50%)	xxx	Paid sales (<50%)*	xxx	Paid affiliates (incl. in membership)	xxx	Paid third party**	xxx	Free push	xxx	Free pull	xxx	Other distribution (differed & raw pull)	xxx	Paid digital circulation	xxx
Print run	xxx																				
Paid copies (>50%)	xxx																				
Paid subscriptions (>50%)	xxx																				
Paid sales (<50%)*	xxx																				
Paid affiliates (incl. in membership)	xxx																				
Paid third party**	xxx																				
Free push	xxx																				
Free pull	xxx																				
Other distribution (differed & raw pull)	xxx																				
Paid digital circulation	xxx																				

Remark:

The CIM guarantees the validity of the given data, not of any processing they may be subsequently used for.

De Brand Reports worden twee keer per jaar gepubliceerd:

- In september, samen met de publicatie van de Persbereiksstudie. Deze Brand Reports bevatten de cijfers van het voorbije jaar, die gecontroleerd werden door MICC. In 2020 werden ze in oktober gepubliceerd.
- In maart worden de Brand Reports die gepubliceerd werden in september geüpdatet met de cijfers van de echtverklaring op erewoord, die door de uitgever ingevuld zijn.

De Brand Reports werden licht aangepast voor de publicatie van oktober 2020: de laatste wijzigingen in de gegevens uit de Persbereiksstudie en de CIM Internet studie werden toegevoegd.

De echtverklearde processen-verbaal worden nog altijd naar de betrokken uitgevers gestuurd.

Echtverklaring Pers Controles

De controles voor de echtverklaring gebeuren op verschillende niveaus:

- door de Permanente Structuur:
 - de verklaringen op erewoord (follow-up van retours en controle van de doorgestuurde cijfers);
 - de aanwezigheid en geldigheid van het CIM label in de publicaties.
- door het externe bureau (MICC) bij het opstellen van het jaarlijks proces-verbaal.

Perspectief 2021 voor de Echtverklaring Pers studie

De Technische Commissie Pers heeft enkele aanpassingen gevraagd in de categorieën die opgenomen worden in de jaarlijkse echtverklaringen en in de processen-verbaal om de realiteit van de verspreiding beter weer te geven (toevoegen van twee nieuwe categorieën voor de "web only" toegangen en voor de niet replica digitale edities). Deze aanpassingen zullen van toepassing zijn in januari 2021 om gepubliceerd te worden in de Press Brand Reports van maart 2021.

Persbereiksstudie

Methodologie van de Persbereiksstudie

Doel

De Persstudie meet de lectuur van perstitels zowel digitaal als op papier, en dat voor alle leesmomenten en ongeacht de manier of het formaat van verspreiding (papier of elektronisch). De CIM Persstudie produceert vandaag 3 leesindicatoren: één voor papieren versie + digitale versies, één voor het raadplegen van de website en tot slot de "Total Brand" die de drie platvormen omvat (papier, digitale editie, website).

De basis Persbereiksstudie (NRS) is nog steeds gebaseerd op ongeveer 10.000 enquêtes, met als doel het gemiddelde bereik per nummer (LDP) van titels te meten.

Het veldwerk is gerealiseerd door IPSOS België.

National Readership Survey (NRS)

Rekrutering

Het veldwerk van de studie 2019-2020 begon op 01/06/2019 en eindigde op 31/05/2020. Het referentie-universum bestaat uit alle individuen die in België wonen, van 12 jaar en ouder. Op 01/01/2019 bedroeg dit 9.885.365 individuen.

Sinds het veldwerk 2018-2019 gebeurt de rekrutering hybride: 75% van de enquêtes worden face-to-face (CASI) uitgevoerd en 25% online (CAWI). De face-to-face rekruteringsmethode is gebaseerd op een adres-steekproef. De selectie van de respondent binnen het gezin gebeurt aan huis met behulp van een applicatie.

De steekproef van het veldwerk 2019-2020 telt 9.893 enquêtes. Het steekproefpercentage is dus: $9.885.365/9.893 = 999,23$. Dit betekent dat elk individu van de steekproef gemiddeld 999 individuen van het referentie-universum vertegenwoordigt.

De steekproef werd aselekt samengesteld op basis van personen die willekeurig gekozen werden binnen de NIS-wijken.

Gegevensinzameling

De face-to-face interviews worden gerealiseerd bij de respondent thuis met behulp van een Computer Assisted Self Interviewing (CASI). Het sociodemografische gedeelte wordt altijd door de enquêteur ingevuld (CAPI). 74,9% van de enquêtes werden face-to-face uitgevoerd.

De online enquêtes worden in CAWI (Computer Assisted Web Interview) ingevuld. 25,1% van de enquêtes werden online ingevuld via het access panel van IPSOS Belgium.

Veldwerk 2020

Het veldwerk 2020 werd door de coronamaatregelen verstoord:

- Het veldwerk 2019-2020 werd stopgezet vanaf midden maart i.p.v. einde mei. In mei werden alleen nog online enquêtes uitgevoerd.
- Het nieuwe veldwerk is in juni gestart op basis van een nieuwe mix van rekruteringsmethodes. Naast de face-to-face en online rekruteringen werd een nieuwe rekruteringsmethode geïmplementeerd: de telefonische rekrutering (CATI) via Random Digit Dialing (RDD), met daarna het online invullen van de vragenlijst.

Vragenlijst

De vragenlijst omvat, naast een aantal sociodemografische vragen, verschillende vragen met betrekking tot de lectuur van perstitels.

Een nieuwe vragenlijst (volledig mobile friendly) wordt sinds het veldwerk 2020-2021 gebruikt. Het luik over het lezen van de pers werd aangepast (nieuwe structuur en afschaffen/vereenvoudiging van vragen, nieuwe verwoording) zodat het gemakkelijker is om dit op een smartphone in te vullen. De eerste resultaten volgens deze vragenlijst zullen in 2021 beschikbaar zijn.

Beschikbaarheid van de resultaten

De resultaten van de Persstudie zijn beschikbaar op de website van het CIM aan de hand van CIM-fiches per titel en per categorie.

In een CIM-fiche zijn verschillende elementen terug te vinden:

- De CIM bereikscijfers (Total readers, Loyal readers, Readers last period);
- De bereikscumulatie;
- De betrouwbaarheidsintervallen;
- De sociodemografische gegevens.

De resultaten zijn ook beschikbaar voor de intekenaars via de mediaplanning softwares (zie verder).

Fusie van CIM NRS en CIM Internet-gegevens.

Het website resultaat van de perstitels werd tot de publicatie in 2019 berekend op basis van wat verklaard werd in de persvragenlijst. Sinds de publicatie in oktober 2020 werden deze web gegevens vervangen, via een fusie, door de web bereikscijfers die worden gemeten in de CIM Internet-studie.

De principes van deze fusie werden uitgebreid beschreven in de methodologie van de studie die gepubliceerd werd op <https://www.cim.be>, samen met de resultaten in oktober 2020.

Technische Commissie Pers

Samenstelling d.d. 31/12/20

Bernard COOLS (Voorzitter)	Space
Charles-Emmanuel AMAND	L'Avenir Advertising
Remi BOEL	Omnicom Media Group
Françoise FAUCHEUX	Mediahuis
Brigitte GILSON	Mindshare
Francine KENLER	Rossel & Cie
Bruno LIESSE	Newsworks
Ilse PEETERS	DPG Media
Vanessa SANCTORUM	Havas Media Belgium
Linda SCHEERLINCK	Roularta Media Group

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Isabelle ORTEGATE is niet meer werkzaam bij IPM Group en maakt geen deel meer uit van de TC Pers – RvB 21/01/2020.
- Sylvia VAN CAUTEREN (Brightfish) verlaat de TC, nu bioscoop niet meer deelneemt aan de studie – RvB 08/09/2020.
- Karel VERBRUGGE verlaat Mediahuis en wordt vervangen door Françoise FAUCHEUX (ook Mediahuis) in de TC Pers – RvB 08/12/2020.

Strategisch Comité Reading (Pers)

Samenstelling d.d. 31/12/20

Ilse PEETERS (Voorzitster SC)	DPG Media
Bart BOLLEN	Mediahuis
Jo BOONE	Delhaize Group
Esther BRASPENNING	WE MEDIA
Bernard COOLS (Voorzitter TC)	Space
Mark DAEMEN	Roularta Media Group
Christine DEFOUR	Mediabrand

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Isabelle ORTEGATE is niet meer werkzaam bij IPM Group en maakt geen deel meer uit van het SC Reading – RvB 21/01/2020.
- Veerle NEYENS vervangt Philippe BELPAIRE (beiden Roularta Media Group) binnen het SC Reading – RvB 18/02/2020.
- Gonda LONTINGS is niet meer werkzaam bij Rossel en maakt geen deel meer uit van het SC Reading – RvB 23/06/2020.
- Mark DAEMEN vervangt Veerle NEYENS (beiden Roularta Media Group) in het SC Reading – RvB 17/11/2020.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2020 zijn er veertien vergaderingen geweest van de Technische Commissie met als belangrijkste onderwerpen:

- De opvolging van het veldwerk van de studie 2019-2020 en de studie 2020-2021;
- De analyse en validatie van de resultaten van het veldwerk 2019-2020;
- De voorbereiding en de validatie van de methode voor de fusie tussen de gegevens van de CIM Internet en de NRS-studies: het definiëren van de parameters, van de fusieperiode en van de variabelen die in de software zullen gepubliceerd worden en het analyseren van de gevolgen op de resultaten;
- Het finaliseren van de ontwikkeling en de kwalitatieve test van de "mobile friendly" vragenlijst, met een nieuwe structuur, een nieuwe lay-out en een nieuwe verwoording van de gemeten indicatoren;
- Het testen en het opstarten van een nieuwe rekruteringsmethode (RDD) om de continuïteit van het veldwerk te garanderen;
- De aanpassing van de categorieën in de jaarlijkse echtverklaringen en in de processen-verbaal van de Echtverklaringsstudie om de realiteit van de verspreiding zo goed mogelijk weer te geven;
- De analyse van de effecten van de aanpassing aan de methodologie op de resultaten (implementatie van een telefonische rekrutering, andere vragenlijst).

De Technische Commissie en het Strategisch Comité hebben ook de discussies verdergezet i.v.m. de timing en de toekomstige publicatieregels.

Publicatie van de Persbereik resultaten

In oktober 2020 werd de Persbereiksstudie voor de vierde keer gepubliceerd sinds de toekenning van het nieuwe contract aan IPSOS. Net zoals vorig jaar, werden de resultaten grondig geanalyseerd en gevalideerd door de Technische Commissie en de Permanente Structuur.

Een aantal elementen zijn veranderd ten opzichte van de vorige studie:

- Zoals hierboven uitgelegd werd de rekrutering stopgezet in maart en april 2020 wegens de coronamaatregelen. In mei 2020 werden alleen online enquêtes ingevuld. Om een finale steekproef van 10.000 enquêtes te kunnen samenstellen, werden de face-to-face en online enquêtes van mei 2019 en de face-to-face enquêtes van april en mei 2019 toegevoegd aan de enquêtes van het veldwerk juni 2019-mei 2020.
- De websites en Total Brand resultaten zijn niet meer gebaseerd op wat de personen gezegd hebben tijdens de enquête maar zijn het resultaat van de fusie met de CIM Internet gegevens.

De resultaten van de Persbereiksstudie werden via volgende gecertificeerde exploitatie- en/of planningssoftwareleveranciers verdeeld aan hun klanten:

- *Galileo* (ontworpen door Ultersys, verdeeld door Kantar TNS);
- *Sesame* (ontworpen en verdeeld door Bucknull & Masson).

Bepaalde resultaten worden ook ter beschikking gesteld van het grote publiek en zijn toegankelijk via de website, onder de vorm van fiches.

De publicatie van het Persbereik gaat samen met de publicatie van de Brand Reports die een breder overzicht geven van de persmerken door in dezelfde fiche de gegevens over Persbereik, Internetbereik en verspreiding te integreren.

Perspectief 2021 voor de Persbereiksstudie

In 2021 zal de Commissie de volgende elementen van dichtbij opvolgen:

- De rekrutering, die nog gedeeltelijk door de coronamaatregelen verstoord zal worden, en die nog altijd gebaseerd zal zijn op de nieuwe rekruteringsmix face-to-face, RDD en Online.
- Het nieuwe ritme voor de enquêtes, gevalideerd door het Strategisch Comité. Vanaf 2021 zal de jaarlijkse steekproef van 10.000 naar 8.000 enquêtes per jaar gereduceerd worden. De publicaties zullen nog altijd gebeuren op basis van 10.000 enquêtes, met een systeem van glijdende publicaties (toevoegen van enquêtes uit het laatste trimester van het vorige veldwerk).
- De volgende publicatie, die gebaseerd zal worden op een nieuwe structuur van de vragenlijst.



RADIO

Methodologie van de CIM Radiostudie

Radio Audience Measurement (RAM)

De studie wordt uitgevoerd door GfK Belgium.

De theoretische principes van de studie zijn dezelfde gebleven als vorig jaar:

- Een studie gebaseerd op een aselect samengestelde steekproef van 24.000 respondenten per jaar en een luisterdagboek;
- Een hybride rekrutering met 70% van de respondenten face-to-face gerekruteerd en 30% online;
- Een continu veldwerk;
- 6 publicaties per jaar (op basis van de laatste 4 gemeten maanden).

Deze principes zijn aangepast moeten worden gedurende het jaar omwille van de coronamaatregelen:

- De face-to-face rekrutering werd een aantal keer stilgelegd (tussen maart en augustus 2020 en vanaf november 2020).
- Een nieuwe rekruteringsmethode werd opgestart vanaf mei om de continuïteit van de studie maximaal te verzekeren (telefonische rekrutering via Random Digit Dialing – zie hieronder).

Omwille van deze situatie werden in 2020 3 golven gepubliceerd, met als referentie-universum alle individuen van 12 jaar en ouder, die in België wonen.

RAM September-December 2019

Van zondag 1 september 2019 tot dinsdag 31 december 2019 voor de rekrutering;
Van zaterdag 31 augustus 2019 tot zondag 5 januari 2020 voor het invullen van de dagboeken;
Steekproef van 8.187 interviews, met 7.203 luisteraars en 5.313 ingevulde luisterdagboeken.

RAM November 2019-February 2020

Van vrijdag 1 november 2019 tot zaterdag 28 februari 2020 voor de rekrutering;
Van donderdag 31 oktober 2019 tot donderdag 5 maart 2020 voor het invullen van de dagboeken;
Steekproef van 8.081 interviews, met 7.084 luisteraars en 5.429 ingevulde luisterdagboeken.

RAM January-June 2020

Van woensdag 1 januari 2020 tot donderdag 30 juni 2020 voor de rekrutering;
Van dinsdag 31 december 2019 tot zondag 12 juli 2020 voor het invullen van de dagboeken;
Steekproef van 8.886 interviews, met 8.005 luisteraars en 5.560 ingevulde luisterdagboeken.
Voor deze golf werden er geen enquêtes gedaan tussen 16/03/2020 en 30/04/2020 omwille van de coronamaatregelen.
De face-to-face enquêtes werden vervangen in mei en juni door een telefonische pre-rekrutering.

De volgende publicatie van de volgende golf is voorzien begin 2021 en zal afhangen van het moment wanneer de face-to-face rekrutering mag hervatten. Een planningsgolf met de gegevens van November 2019-Februari 2020, Januari-Juni 2020 en September-Oktober 2020 zal niettemin begin januari 2021 gepubliceerd worden, om de markt te kunnen blijven voorzien van actuele gegevens.

Het principe voor het verzamelen van de luistergegevens blijft hetzelfde: de respondent vult een luisterdagboek van één week in (8 dagen voor de respondent).

Voor het face-to-face gedeelte worden de respondenten gerekruteerd via een interview thuis, op basis van een random selectie van adressen. De taak van de interviewer bestaat erin:

- De adressen te contacteren die aangeduid staan op het routeblad;
- De te ondervragen respondent te selecteren via een applicatie met een selectiealgoritme;
- De geselecteerde persoon proberen te overtuigen om deel te nemen aan de studie;
- Degenen die aanvaardden deel te nemen, te stimuleren een dagboek in te vullen, op papier of online, en met hen de eerste dag (nl. het luisteren naar radio "gisteren") in te vullen in de door de respondent gekozen formule;
- De sociodemografische gegevens van de bevroegde persoon te verzamelen alsook de gegevens over radioluisteren (totaal bereik, weekbereik en luistergewoontes);
- Deze gegevens door te sturen naar GfK.

De 7 volgende dagen van het dagboek dienen door de geïnterviewde zelf ingevuld te worden. Vervolgens wordt hem of haar verzocht om dit ingevulde dagboek via de post (papieren dagboek) te versturen of het ingevulde dagboek te valideren (online versie). Voor de individuen die ondanks de recalls hun dagboek niet invullen, worden de gegevens van de dagen die op het interview volgen gereconstrueerd via ascriptie.

Voor het online gedeelte worden de respondenten gerekruteerd in functie van quota via het access panel van GfK of van SSI. Ze beantwoorden de vragenlijst (dezelfde als voor de respondenten die face-to-face gerekruteerd worden) en vullen hun dagboek online in (hetzelfde als het web dagboek van de face-to-face gerekruteerde respondenten).

Vanaf mei 2020 werd een nieuwe rekruteringsmethode toegevoegd: telefonische rekrutering via Random Digit Dialing – RDD waarbij de enquête en het dagboek online worden ingevuld. De respondenten worden op basis van quota gerekruteerd via een steekproef van mobiele en vaste lijn nummers. Ze beantwoorden de vragenlijst (dezelfde als die dat door de face-to-face respondenten wordt ingevuld) en vullen een online dagboek in (die vergelijkbaar is aan de online dagboek voor de respondenten die face-to-face gerekruteerd worden).

Methodologische veranderingen in 2020

Tot maart 2020 werden de wijzigingen die in 2018 werden doorgevoerd voortgezet. Omwille van de coronacrisis werd de methodologie opnieuw aangepast vanaf mei 2020:

- Een nieuwe rekruteringsmethode (RDD) werd opgestart. Meer details over deze methode zijn terug te vinden in de methodologie van de golf Januari-Juni 2020.
- Aanpassingen van de rekruteringsmix Face-to-face/Online/RDD vanaf september 2020 (50% Face-to-face, 30% Online, 20% RDD).
- Het online luisterdagboek werd herzien zodat het nu mobile friendly is en op verschillende toestellen kan ingevuld worden (PC/laptop, tablet, smartphone). Deze nieuwe "e-diary" werd in het veldwerk gebruikt vanaf mei 2020.

Radio over IP

De nieuwe meting van de trafiek van Radio over IP startte in 2018. Deze studie werd toevertrouwd aan NeuroMedia. De volumes (trafiek) van de streams worden gemeten aan de hand van logfiles die door de streamingsservers van de zenders gegenereerd worden.

Sinds juni 2020 zijn de resultaten en de reporting tool toegankelijk voor alle intekenaars van de Radiostudie.

Er wordt momenteel besproken binnen het Strategisch Comité en de Technische Commissie om deze gegevens te gebruiken in een globaler perspectief met een modellering van het cross-platform radiobereik.

Technische Commissie Radio

Samenstelling d.d. 31/12/20

Stéphanie PIRET (Voorzitster)	Omnicom Media Group
Stefan DELAETER	VAR
Marco MARINI	IP Belgium
Pierre PORTUGAELS	RTBF
Isabel SANCHEZ	MMS Communications Belgium
Jo SNOECKX	DPG Media
Nathalie VANDERLINDEN	Wavemaker
Ferre VANDERVREKEN	VRT

Wijziging in de loop van het jaar:

- Isabel SANCHEZ (MMS Communications Belgium) vervoegt de TC Radio en vervangt Livy BEENENS (MMS Communications Belgium) – RvB 24/03/2020.

Strategisch Comité Luisteren (Radio)

Samenstelling d.d. 31/12/20

Anny WUYTS (Voorzitster SC)	VAR
Livy BEENENS	MMS Communications Belgium
Marco MARINI	IP Belgium
Sandrine PENNINCKX	RMB
Stéphanie PIRET (Voorzitster TC)	Omnicom Media Group
Julie PRAET	Mediabrand
Steven VAN DEN AUDENAERDE	DPG Media
Thijs VANDERHAEGEN	VRT
Patricia VERMANDELE	ING België

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Livy BEENENS (MMS Communications Belgium) vervoegt het SC Listen – RvB 24/03/2020.
- Julie PRAET (Mediabrand) vervoegt het SC Listen – RvB 24/03/2020.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2020 zijn er vijftien vergaderingen geweest van de Technische Commissie Radio. De agenda werd bepaald door zes belangrijke onderwerpen:

- De opvolging van het veldwerk van de RAM-studie en de voorbereiding van de publicaties;
- De opstart van een nieuwe rekruteringsmethode (RDD) om de problemen op te lossen die in het veldwerk werden ervaren omwille van de coronacrisis (test van de methode, analyse van het effect op de resultaten, continue verbetering);
- De opvolging en de optimalisatie van de meting over IP (rapporteringstool, berekeningsregels, ...);
- De ontwikkeling van een online dagboek.
- De opvolging van de gevolgen van de verandering in de methodologie op het veldwerk en op de resultaten;
- De voorbereiding van de aanpassingen aan de methodologie voor 2021 (aanpassing van de publicatiekalender, mix rekruteringsmethodes, ...).

De Technische Commissie en het Strategisch Comité zijn ook continu blijven werken aan het ontwikkelen van maatregelen om de nieuwe methodologie te verbeteren en om oplossingen te bieden voor de moeilijkheden in het veldwerk.

RAM-controles

Tijdens haar vergaderingen neemt de Technische Commissie kennis van de stand van de rekruteringen, de recalls en de retours van de dagboeken. Deze elementen worden door GfK voorgesteld en door de Permanente Structuur van het CIM gevalideerd.

Tijdens dezelfde vergaderingen brengt de Permanente Structuur verslag uit van de controles die ze zelf heeft uitgevoerd. De Technische Commissie mag bijkomende controles vragen wanneer zij dat nodig acht.

De Permanente Structuur krijgt wekelijks elektronische bestanden van GfK met de stand van zaken van het rekruteringsveldwerk:

- Algemeen overzicht van gerealiseerde interviews, met de voornaamste sociodemografische criteria;
- Algemeen overzicht van teruggestuurde dagboeken, met de voornaamste sociodemografische criteria;
- Detail van elk interview;
- Detail van de contactbladen;
- Detail van elk teruggestuurd dagboek.

De Permanente Structuur krijgt ook maandelijks de resultaten van de fraudecontroles die door het instituut uitgevoerd worden. Deze verschillende controlebestanden laten toe om de evolutie van de werkzaamheden van de enquêteurs aandachtig te volgen en om bepaalde aanbevelingen te maken indien nodig.

Publicatie van de Resultaten van de RAM-studie

Elke intekenaar van de studie krijgt een bestand met de bruto cijfers en is vrij ze in een eigen software te implementeren of ze door te sturen naar een software house van zijn keuze. Het CIM controleert de output van elke software.

Conform de basisovereenkomst, specificeert het exploitatielastenboek van de studie dat mediaplanningsactiviteiten zoals ranking, evaluatie en analyse van het aanbod enkel toegelaten zijn op de gegevens van het mediaplanningsbestand dat meerdere opeenvolgende golven cumuleert. Elke intekenaar heeft een exploitatieprotocol gekregen waarin deze voorwaarden vermeld waren.

De resultaten van de CIM Radiostudie worden via onderstaande gecertificeerde exploitatie- en/of planningssoftware verdeeld aan hun klanten:

- *Radio Reporter* en *Radio Planning* van adWare
- *RadioTrack* van OMD
- *PopRadio* van PopCorn
- *Eval Media* van Peaktime

Enkele resultaten van de Radiostudie

Deze cijfers zijn berekend op volgend universum:

- Bevolking van 12 jaar en ouder;
- Gemiddeld dagbereik (op 7 dagen);
- Uurschijf van 5u-5u.

Het universum Noord wordt gevormd door de inwoners van de provincies Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen, Antwerpen, Limburg, Vlaams-Brabant buiten New Brussels CIM en door de mensen die in New Brussels CIM gedomicilieerd zijn met het Nederlands als gebruikelijke taal.

Het universum Zuid wordt gevormd door de inwoners van de provincies Henegouwen, Luik, Namen, Luxemburg en Waals-Brabant buiten New Brussels CIM evenals door de mensen die in New Brussels CIM gedomicilieerd zijn met het Frans als gebruikelijke taal.

Bereik Noorden – Cumul November 2019 – Oktober 2020

Zenders	Gemiddeld dagbereik (%)	Gemiddeld dagbereik ('000)	Marktaandeel (%)
Radio 2	23,7	1 335,1	30,60
Qmusic	13,1	739,0	10,50
MNM	11,9	671,5	9,80
Studio Brussel	9,9	558,9	9,70
Radio 1	11,5	646,7	8,60
Joe	8,2	460,8	8,50
Nostalgie NL (solo)	8,0	453,5	7,00
Klara	2,9	164,4	2,00
TopRadio	1,1	64,1	1,20
MNM Hits	1,4	76,7	1,10
BNL	0,5	30,8	0,70
Klara Continuo	0,5	30,1	0,50
NRJ Vlaanderen	0,5	29,5	0,30

Bereik Zuiden – Cumul November 2019 – Oktober 2020

Zenders	Gemiddeld dagbereik (%)	Gemiddeld dagbereik ('000)	Marktaandeel (%)
Nostalgie (FR)	13,1	555,1	15,40
VivaCité (RTBF)	13,1	556,4	14,20
Contact FR	11,4	482,2	12,10
Bel RTL	11,4	483,3	11,30
Classic 21 (RTBF)	8,1	344,2	10,70
La Première (RTBF)	7,4	315,5	6,70
NRJ	8,0	339,3	6,40
Tipik (RTBF)	4,2	178,9	4,10
Fun Radio	3,6	151,5	2,40
Musiq'3 (RTBF)	1,7	73,4	1,70
DH Radio	1,2	52,9	1,20
Chérie	0,2	10,1	0,20

Perspectief 2021 voor de Radiostudie

In 2021 zal er rond verschillende grote thema's gewerkt worden:

- De opvolging van het veldwerk van de studie en het toepassen van de in 2020 gedefinieerde verbeteringen;
- De definitie van de verwachtingen en procedures voor de RAM-studie 2022;
- De definitie van de verwachtingen en procedures voor de ontwikkeling van een Total Audio meting die de verschillende bronnen van gegevens integreert (RAM-studie, meting van de players door Gemius, meting van de volumes over IP door NeuroMedia, ...);



TELEVISIE

De CIM Televisie-studie bestaat uit twee delen:

1. De meting van het televisiebereik (CIM TAM studie);
2. De identificatie en timing van tv-uitzendingen, promotie en reclame (CIM Horodatage).

CIM TAM studie

Methodologie van de CIM TAM studie

Veldwerk

GfK Belgium meet ononderbroken 24/7 het tv-kijkgedrag van de bevolking die in het nationale grondgebied woont aan de hand van een representatief panel van deze bevolking (sinds 1997). Het Strategisch Comité Kijken heeft een nieuw TAM-contract getekend met GfK Belgium voor de periode 2019-2025, met inbegrip van de vervanging van de Kantar meters door Telecontrol meters in 2020-2021.

Referentie-universum

De Nederlandstalige en Franstalige bevolking van 4 jaar en ouder die op Belgisch grondgebied woont (buitenlanders inbegrepen) en die deel uitmaakt van een gezin dat over minstens één televisietoestel beschikt dat aan teledistributie is verbonden.

Steekproef

Voor de CIM TV-studie wordt er gewerkt met een panel van minstens 1.500 gezinnen (750 voor het Noorden en 750 voor het Zuiden).

De CIM TV-studie meet televisiekijken in België op een ononderbroken en gelijkvormige manier. Bij elk van de gezinnen van het panel is één (of meer dan één) audimeter geïnstalleerd. Dit toestel registreert de toestand van de televisietoestellen en elk lid van het gezin wordt gevraagd zijn aanwezigheid te melden via een persoonlijke knop van de afstandsbediening die bij de audimeter geleverd wordt. Alle panelleden, en eventuele gasten, die zich in de kamer bevinden waar het televisietoestel staat en die de mogelijkheid hebben om televisie te kijken, worden als kijker beschouwd. Het is met andere woorden het contact met het medium dat wordt bestudeerd. Het panel bestaat uit minimum 1.500 gezinnen waarvan jaarlijks maximaal 25%, op spontane of gedwongen wijze, wordt vervangen. De maximale duurtijd van deelname van 8 jaar is niet meer van toepassing sinds eind 2018.

Rekrutering

GfK Belgium staat in voor de rekrutering van de gezinnen van het panel. Er werd een rekruteringsprocedure uitgewerkt, die goedgekeurd werd door de Technische Commissie. Schematisch werkt ze als volgt:

- Respondenten uit de CIM Establishment Survey, Radio- en Pers studies die zich bereid verklaarden om deel te nemen aan andere CIM-studies;
- Een maandelijkse selectie van 100 adressen of meer indien nodig;
- Telefonische contactnaam;
- Face-to-face gesprek;
- Installatie.

Indien de wervingsreserve uit de CIM Establishment Survey, Radio- en Pers studies onvoldoende groot blijkt, mag GfK Belgium extra adressen aankopen. GfK Belgium mag sinds 2015 ook in serviceflats rekruteren.

Voor de gegevenstransmissie wordt een modem samen met de audimeter geïnstalleerd. Elke nacht worden de geregistreerde gegevens (wie heeft gekeken, hoe lang, naar welke Tv-zenders...) door GfK Belgium verzameld. De gegevens worden vervolgens gecontroleerd op kwaliteit en betrouwbaarheid, en tot slot gewogen om geleverd te worden aan de markt.

Sinds 2013 wordt een rekruteringsmatrix gebruikt door GfK Belgium om een representatief panel van de Belgische inwoners (buitenlanders inbegrepen) samen te stellen. Deze matrix is het resultaat van de kruising van verschillende belangrijke sociodemografische gezinsvariabelen. Elke cel van deze matrix stelt de objectieven voor die moeten worden bereikt voor een specifieke kruising (voorbeeld van een doelgroep: 50 mensen die binnen hun gezin verantwoordelijk zijn voor inkomen, tussen 30 en 44 jaar oud, die in een gezin van minimum 3 personen leven, met een job en die een hoog diploma hebben behaald). De rekruteringsmatrix is beschikbaar in de methodologische beschrijving van de CIM TV-studie.

Het doel van deze rekruteringsmatrix is viervoudig:

1. Cellen creëren die zoveel mogelijk gelijkvormig en voldoende groot zijn,
2. Geen overlappende cellen creëren waardoor de matrix beter leesbaar en werkbaar wordt,
3. De hiërarchie bepalen tussen verschillende criteria,
4. Zo dicht mogelijk aanleunen bij de weegcriteria.

Meetmethode: Enhanced Audio Matching en CNI-codes

Met het oog op de meting van digitale televisiezoekers is audio matching sinds 2008 de hoofdmeetmethode. De zogenaamde EAM (Enhanced Audio Matching) zorgt voor de identificatie van de TV-zender via "opmerkelijke" geluid samples. De geluidsfragmenten afkomstig van televisietoestellen in het panel worden vergeleken met de geluidsfragmenten op een reference site bij GfK Belgium.

Een bijkomende meetmethode is de CNI-code. Deze code wordt via het VBI (Vertical Blanking Interval) verstuurd en laat een identificatie van de zender toe. De belangrijkste toepassing, ook door het grote publiek gekend, is de automatische vermelding (gedurende enkele seconden) van de naam van de zender wanneer de overeenkomende frequentie gelokaliseerd wordt. Dergelijke code wordt, op eenvoudige aanvraag, toegekend door de EBU (European Broadcasting Union) en maakt de controle van de identificatie van de zender mogelijk. Deze code wordt vooral gebruikt in geval van simulcast: hetzelfde geluid en beeld op meerdere zenders op hetzelfde moment.

De CNI-code is door de komst van digitale platformen steeds minder betrouwbaar. Sommige digitale operatoren geven zelden, of helemaal nooit, een CNI-code door. Daarom werd beslist om zenders die enkel door CNI gemeten werden, niet meer te rapporteren. Dit leidt steeds vaker tot problemen van simulcast, o.a. bij Roland Garros, Eurosong Festival...De huidige meettechniek laat niet toe om dergelijke situaties altijd correct te meten.

Meettoestel: vervanging van Kantar meters door Telecontrol meters

Het TAM-contract met GfK Belgium voor 2020-2025 omvat de vervanging van Kantar meters door Telecontrol meters. In september 2020 keurde de Technische Commissie een geleidelijke introductie van Telecontrol meters goed:

- Vanaf week 41 worden er wekelijks 20 tot 40 gezinnen met een Telecontrol meter toegevoegd aan het TAM-panel. GfK bezorgt de Permanente Structuur wekelijks een rapport van de voortgang volgens de rekruteringsmatrix.
- Om de mogelijke impact van de wijziging in meters in kaart te brengen, voorziet GfK tussentijdse rapportering aan de Technische Commissie eens het TAM-panel voor respectievelijk 20%, 30% en 50% uit gezinnen met een Telecontrol meter bestaat.
- Het einde van de transitieperiode, met name het moment waarop het TAM-panel voor 100% voorzien is van Telecontrol meters, is voorzien op 26 juli 2021.

De tweede golf van de verspreiding van het COVID-19 virus noopte GfK ertoe de vervanging van de Kantar meters en de installatie van de Telecontrol meters stop te zetten in november. Een nieuwe opstart is voorzien voor januari 2021. In functie van de coronamaatregelen zal de transitie worden verdergezet in 2021. Behalve de voorziene einddatum, wijzigt er niets aan het introductieplan.



HORODATAGE

Methodologie van de Horodatage studie

Veldwerk

Nielsen België identificeert en dateert ononderbroken tv-uitzendingen, autopromotie en reclame.

Meetmethode

Daartoe voert Nielsen dagelijkse de volgende taken uit:

- Het ontvangen van beeld en geluid in real time, met opslag gedurende minstens 3 maanden,
- Horodatage (time logging),
- Identificatie en codificatie van inhoud,
- Controle van de correcte uitzending (van tv-spots) voor de zenders in de Grote Audimetrie.

Overzicht van zenders in de Grote Audimetrie (31/12/2020)

VRT	Canvas, Eén, Ketnet
DPG Media	CAZ2, Disney Channel FR, Disney Channel NL, Disney Junior FR, Disney Junior NL, Nickelodeon FR, Nickelodeon NL, Nick JR (NL), VTM, VTM2, VTM3, VTM4, VTM Kids
SBS	BBC First, Discovery Channel NL, Njam!, TLC, VIER, VIJF, ZES
RMB	AB3, ABXplore, La Une, La Trois, Les News 24, NRJ Hits, Tipik
IP Belgium	Club RTL, Plug RTL, RTL-TVI, TF1
Transfer	13 ^{ième} rue (FR), C8, Canal Z (FR), Comedy Central, Cartoon Network (FR), Cartoon Network (NL), Dobbbit (FR), Dobbbit TV, Eclips TV, Eleven Pro League 1 (FR), Eleven Pro League 1 (NL), Eleven Pro League 2 (FR), Eleven Pro League 2 (NL), Fox, History Channel NL, Kanaal Z (NL), Ment TV NL, MTV (FR), MTV (NL), National Geographic (FR), National Geographic (NL), PlattelandsTV, Spike, Syfy (FR), Xite

Alle programma's en programmaonderdelen van één seconde en meer komen voor horodatage in aanmerking.

Er wordt rekening gehouden met vier grote categorieën:

1. Uitzendingen (programma's of programmaonderdelen);
2. Promotie voor de eigen zender (trailers voor toekomstige programma's, promotie voor de zender zelf, panelen met het uitzendschema, presentator/presentatrice, aankleding van de zender...);
3. Reclameblokken, i.e. de blokken met de jingles aan het begin en het einde van het reclameblok behalve individuele reclamespots. In de horodatage worden alle uitgezonden spots en jingles opgenomen;
4. Bij de aanmaak van de exploitatiebestanden worden de verschillende reclameblokken afgebakend. De duurtijd stemt overeen met de totale duurtijd van alle spots plus eventueel de duurtijd van de jingles;
5. Autonome reclameboodschappen van één seconde of meer: deze inlassingen worden opgenomen als gewone reclameblokken, zonder jingle.

Voor de periode 2018-2020 gebeurt de CIM Horodatage door Nielsen volgens een gedifferentieerd systeem waarbij elke zender de perimeter van zijn horodatage kiest:

1. Heavy: Programma's, reclame en autopromo's
2. Medium: Programma's en reclame
3. Light: Alleen reclame

De typologie van de programma's en codering van de titels bleven voor deze periode behouden.

Technische Commissie Televisie

Samenstelling d.d. 31/12/20

Remi BOEL (Voorzitter)	Omnicom Media Group
Melissa ADRIAENSENS	SBS Belgium
Livy BEENENS	MMS Communications Belgium
Bernard COOLS	Space
Ariane DEBEUR	RTL Belgium
Sarah DOUWEN	DPG Media
Jo MARTENS	VRT
Sandrine PENNINCKX	RMB
Gauthier PIRET	Transfer

Wijziging in de loop van het jaar:

- Tim VAN DOORSLAER verlaat de TC TV en wordt vervangen door Sarah DOUWEN (beiden DPG Media) – RvB 17/11/2020.

Strategisch Comité Kijken (TV)

Samenstelling d.d. 31/12/20

Wilfried CELIS (Voorzitter SC)	DPG Media
Remi BOEL (Voorzitter TC)	Omnicom Media Group
Jeroen COEYMANS	SBS Belgium
Ariane DEBEUR	RTL Belgium
Wout DOCKX	VIA (BVAM)
Michel DUPONT	Transfer
Sergio FERRI	Mindshare
Yves GERARD	Régie Média Belge
Isabelle INDEKEU	Space
Nathalie L'HOIR	Mediabrand
Tim VAN DOORSLAER	DPG Media
Yves WEMERS	BNP Paribas Fortis
Anny WUYTS	VAR
Karine YSEBRANT	MMS Communications Belgium

Werkzaamheden van de Technische Commissie en het Strategisch Comité

Het Strategisch Comité Kijken heeft de ambitie om de Belgische TV-studie te laten evolueren naar een Total Video studie:

- Een kwalitatieve, objectieve en marktconforme videometing,
- die alle vormen van videoconsumptie van "broadcaster content" en "advertising" verenigt,
- op alle devices,
- in alle windows (live, review, preview),
- in alle vormen (livestream, shortform, longform).

De ambitie van het CIM is om één currency te creëren door fusie van resultaten uit hybride meetmethoden. Om tot deze Total Video currency te komen zijn de volgende trajecten uitgeschreven:

Advertenties op nieuwe schermen

In 2019 besliste het Strategisch Comité Kijken een gDE test (Gemius Direct Effects) uit te voeren om de trafiek en het aantal kijkers van videocampagnes te meten. Een dalende interesse bij adverteerders naar verificatie van het aantal bereikte kijkers leidde in oktober 2020 tot de beslissing van de UMA om dit project niet langer te ondersteunen. Op de vraag of VIA bijgevolg de kosten voor gDE volledig wil dragen, was het antwoord negatief. Het OVA Planner project (cfr. infra), die wel ondersteund wordt door de UMA, ondervangt deels het gebrek aan gDE.

TV-content op nieuwe schermen

Sinds 2019 wordt het kijken van uitgestelde TV-programma's op andere schermen naast de gegevens van de klassieke TV in de TV-software gerapporteerd. Sinds 2020 is dit ook het geval voor fragmenten, previews en live kijken van Tv-programma's.

Vanaf september 2020 omvatten de openbare TV-resultaten ook kijkers die een volledig tv-programma op andere schermen kijken.

In de loop van 2020 werd een database met visualisatie dashboard ontwikkeld die toelaat om de OVC-gegevens in de verschillende TV-software te kunnen identificeren en controleren.

Op de planning voor 2021 van de werkgroep OVC staan:

- De publicatie van fragmenten, previews en live kijken van tv-programma's op andere schermen;
- Het faciliteren van controles door incorrecte en ontbrekende gegevens zichtbaar te signaleren in het dashboard en te koppelen aan communicatie (mails, SMS) naar de betrokken personen.

Addressable advertising op het 1^{ste} scherm

Sinds 2018 wordt het bereik van spots binnen de TAM-resultaten gecorrigeerd voor addressable ads (AA). Deze correctie wordt toegepast voor de regies die Addressable Advertising aanbieden. In 2019 was dit SBS Belgium. Sinds maart 2020 gaat het ook over DPG Media en IP Belgium.

De ontwikkeling van de OVA Planner

In oktober 2019 werd een nieuwe taskforce gecreëerd om oplossingen voor te stellen voor het meten van het aantal kijkers van online reclame. In 2020 werden verschillende oplossingen verkend en werd gekozen voor een tool die toelaat om campagnes te plannen die tv en online video combineren. Voor het ontwikkelen van dergelijke tool werden volgende projecten opgestart die in de loop van 2021 verder worden uitgewerkt:

- De ontwikkeling van een software waarin de crossplatform mediaplannen berekend en gevisualiseerd worden;
- Het meten van crossplatform kijkgedrag bij een representatieve steekproef ter ondersteuning van de berekening;
- De integratie van de officiële TV-campagne data en een representatieve selectie van online video campagne data als referentiepunten bij de berekening.

Besparingsmaatregelen op vlak van horodatage

De meting van Tv-kijken op het 1^{ste} scherm staat onder druk wegens dalende adverteerdersinkomsten enerzijds en de investeringen in de meting van Tv-kijken op andere schermen anderzijds. In de loop van 2020 werden verschillende opties tot besparing verkend.

De volgende besparingsmaatregelen worden uitgevoerd vanaf 1 januari 2021:

- De classificatie van autopromotie en andere elementen wordt vereenvoudigd;
- De regies ontvangen de gegevens 's ochtends later, om 10u in plaats van om 9u15;
- Er wordt niet langer een tweede back up van gegevens door Diemen voorzien.

Verder zijn er in de loop van 2020 tests gestart om de horodatage te vervangen door as runs. As runs geven een overzicht van de geplande programma's en campagnes en hun bijhorende tijdstip. Voor regies die de as runs in eigen beheer hebben en waarvan het tijdstip weinig verschilt met het effectieve tijdstip (zoals vastgesteld in horodatage) kunnen as runs de horodatage en bijhorende kost ervan vervangen. Een overschakeling naar as runs voor deze regies is voorzien in de tweede jaarhalf van 2021.

Virtuele Populatie

In 2020 wordt de Golden Standard voor de TV-studie gebaseerd op de virtuele populatie van het CIM. Om al te grote trendbreuken te vermijden hield de virtuele populatie in 2020 deels rekening met de Golden Standard die in 2019 van toepassing was. De Golden Standaard voor 2021 zal volledig gebaseerd zijn op de virtuele populatie.

Calibration panel

Met het oog op de meting van video en audio cross-device, heeft het Strategisch Comité CrossMedia in de loop van 2020 een aantal scenario's uitgeschreven voor het creëren van een single source panel. Dergelijk panel is een eerste stap om de fusie van kijkgedrag gemeten op verschillende schermen te kalibreren.

Televisiecontroles

Gezinnen die over een langere periode van tijd een hoog percentage van UV (uncovered viewing) vertonen worden door GfK Belgium opgebeld. Daarbij wordt gevraagd naar de redenen van UV via een korte, gestructureerde vragenlijst. De resultaten van deze actie worden om de twee maanden gerapporteerd aan de Technische Commissie. Als het percentage UV niet daalt, wordt het gezin uiteindelijk verwijderd uit het panel. Deze aanpak leidde tot een structurele daling van de UV. De Permanente Structuur heeft volgende controles uitgevoerd:

- Opbouw van een rekruteringsreserve;
- Representativiteit van de sociodemografische variabelen van het panel;
- Onderhoud van het panel (inkomende en uitgaande gezinnen);
- Wegingsfactoren van gezinnen en individuen;
- Slaagpercentage van de dagelijkse telefoons van de gezinnen (polling).

De Permanente Structuur heeft onmiddellijke toegang tot al deze informatie via een rechtstreekse verbinding met de server van GfK Belgium.

Ten slotte werden in 2020 (zoals elk jaar) twee coïncidentele controles uitgevoerd om de samenhang te testen tussen wat door het systeem geregistreerd werd en de verklaringen van de respondenten naar het aan/uit staan van het toestel en de aanwezigheid van gezinsleden voor het toestel.

Publicatie van de resultaten van de CIM TV-studie

De resultaten worden dagelijks gepubliceerd onder de vorm van twee bestanden:

- het ATA/TSA bestand – "A Band":
Dit bestand bevat informatie over alle gemeten variabelen en is enkel toegankelijk voor de zenders en hun regies die lid zijn van VIA (Belgische Vereniging van de Audiovisuele Media).
- het ATB/TSB bestand – "B Band":
Dit bestand bevat informatie over een beperkt aantal variabelen. Deze beperking bevindt zich op het niveau van de beschikbare zenders (buitenlandse zenders zijn niet geïndividualiseerd) en op het niveau van de beschikbare beschrijvende variabelen (sociodemografische variabelen en uitrusting). Dit bestand is enkel toegankelijk voor de CIM-leden die intekenaar zijn van de studie.

Op 31/12/2020 zijn er daardoor 59 deelnemers aan de Grote Audimetrie.

Maandelijke zenderrapporten (MZR)

Voor alle zenders die geen intekenaar zijn van de basisfinanciering van de CIM TV-studie, bestaat er een mogelijkheid om maandelijke rapporten te laten opstellen voor hun zender en één of meerdere concurrerende zender(s). Men spreekt dan over "Maandelijke Zender Rapporten" (MZR), beter bekend als "Kleine Audimetrie".

Op 31/12/2020 waren er 8 intekenaars voor de Kleine Audimetrie: Eleven (FR), Eleven (NL) Eleven 2 (FR), Eleven 2 (NL), Eleven 3 (FR), Eleven 3 (NL), Studio 100 (FR), Studio 100 (NL).

Enkele resultaten van de CIM TV-studie

Het grote publiek heeft toegang tot een dagelijkse, wekelijkse en maandelijke TOP 20 van de best bekeken programma's in het Noorden en in het Zuiden van ons land. Daarnaast worden er jaarlijks een aantal overzichtscijfers gepubliceerd:

- de Top 100 van de best bekeken programma's van het voorbije jaar (Noord & Zuid);
- de Top 100 allertijden van de best bekeken programma's sinds het begin van de meting (Noord & Zuid);
- de marktaandelen voor het voorbije jaar;
- de Top 10 van de best bekeken programma's per zender van het voorbije jaar (Noord & Zuid).

Deze cijfers zijn beschikbaar op de website van het CIM en worden ook door de pers gepubliceerd.

Top 100 programma's 2020 voor Noord en Zuid

- Enkel zenders die deelnemen aan de CIM TV-studie worden gehorodateerd. Voor alle andere zenders zijn er geen programmegegevens bekend.
- Sinds 1 januari 2020 publiceert het CIM het aantal kijkers alle schermen (= aantal kijkers van het volledige tv-programma op TV of Online, gewogen met hun kijkduur).
- Hoogste kijkcijfers van het jaar, reclameblokken niet inbegrepen.
- Programma's langer dan 15 minuten.
- De programma's zijn ontdubbeld (= 1 programma kan slechts eenmaal in de toplijst staan).
- De studiomomenten voor, tijdens en na de uitzending van sportevenementen worden niet als aparte programma's beschouwd voor de berekening van de Top 100.
- Voor de speciale edities van het nieuws gelden volgende regels:
 - Hoogste kijkcijfer van de speciale edities op het normale uitzenduur van het journaal;
 - Hoogste kijkcijfer van de speciale edities buiten de normale uren van het journaal.
- De variabelen "Gemiddelde kijkers %" en "Marktaandeel" betreffen enkel Tv-kijkers. Voor deze twee variabelen worden de online 'kijkers' (gemeten toestellen) dus niet meegerekend.

Top 100 Noord

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers abs*1.000	Gemid. kijkers %	Markt-aandeel
1	FC DE KAMPIOENEN - KERSTSPECIAL	fiction / popular drama/comedy	EEN	25/12/20	2382,9	38,9	65,5
2	THE MASKED SINGER	entertainment / music	VTM	06/11/20	2048,9	33,6	57,4
3	HET 7 UUR-JOURNAAL	information / general news	EEN	30/11/20	2030,6	33,5	67,3
4	KAMP WAES	knowledge / human interest/ society	EEN	12/01/20	2004,0	32,3	57,7
5	DE SLIMSTE MENS TER WERELD	entertainment / game	VIER	17/12/20	1879,9	30,7	59,7
6	CHATEAU PLANCKAERT	knowledge / human interest/ society	EEN	08/11/20	1797,8	29,5	55,9
7	DOWN THE ROAD	knowledge / human interest/ society	EEN	22/11/20	1723,9	28,0	54,1
8	GEUBELS EN DE HOLLANDERS	entertainment / humour	EEN	05/11/20	1639,9	26,8	48,5
9	UNDERCOVER	fiction / psychologice drama/ melodrama	EEN	08/11/20	1587,4	25,6	50,5
10	DE COLUMBUS	knowledge / humanities/history	EEN	04/06/20	1573,4	25,6	51,0
11	EXTRA JOURNAAL - CORONAVIRUS, PERSCONFERENTIE	information / special event	EEN	17/03/20	1572,3	26,0	45,3

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers abs*1.000	Gemid. kijkers %	Markt-aandeel
12	REIZEN WAES JAPAN	lifestyle / travel/tourism	EEN	24/05/20	1537,9	25,1	49,4
13	BLACK-OUT	fiction / police, spying, détective	EEN	22/11/20	1520,0	24,9	50,7
14	IEDEREEN BEROEMD	knowledge / human interest/ society	EEN	20/03/20	1500,7	24,8	48,6
15	DE MOL	entertainment / game	VIER	26/04/20	1496,4	24,3	35,5
16	DE TWAALF	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	05/01/20	1492,6	24,6	53,1
17	HET HUIS - JACQUES VERMEIRE	knowledge / human interest/ society	EEN	03/11/20	1487,1	24,3	40,4
18	THUIS	fiction / popular soap	EEN	24/04/20	1472,3	24,0	40,9
19	GR5	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	10/05/20	1399,7	22,7	44,6
20	BLIND GETROUWD	entertainment / love/dating	VTM	29/03/20	1368,8	21,9	27,4
21	TWEE TOT DE ZESDE MACHT	entertainment / game	EEN	10/05/20	1345,4	22,2	46,2
22	VREDE OP AARDE	entertainment / talk	EEN	25/12/20	1333,8	22,0	53,3
23	IS ER EEN DOKTER IN DE ZAAL?	entertainment / game	EEN	26/03/20	1270,4	20,9	36,2
24	THE VOICE SENIOR - THE BLIND AUDITIONS	entertainment / music	VTM	27/11/20	1263,8	20,8	44,1
25	ZELFDE DEUR, 20 JAAR LATER	knowledge / human interest/ society	EEN	23/11/20	1262,9	20,8	40,5
26	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/ENGELAND	sport / football	VTM	15/11/20	1252,0	20,7	47,2
27	EXTRA NIEUWS - VS 2020	information / special event	VTM	06/11/20	1232,9	20,4	50,0
28	OVER WATER	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	12/01/20	1226,0	20,1	42,7
29	FACTCHECKERS	knowledge / human interest/ society	EEN	30/12/20	1219,0	20,1	43,9
30	SPORTWEEKEND	sport / all sports	EEN	08/11/20	1211,8	20,1	45,5
31	WIELRENNEN. RONDE VAN VLAANDEREN H.	sport / cycling (road)	EEN	18/10/20	1197,3	19,8	78,6
32	HET HOGE NOORDEN	knowledge / human interest/ society	EEN	29/12/20	1167,6	19,2	43,5
33	F.C. DE KAMPIOENEN 3, FOREVER	fiction / popular drama/comedy	EEN	01/01/20	1160,7	19,2	43,2
34	VANDAAG	entertainment / talk	EEN	12/03/20	1157,3	19,1	45,1
35	TEN OORLOG	knowledge / humanities/history	EEN	13/04/20	1155,5	19,1	34,0
36	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/DENEMARKEN	sport / football	VTM	18/11/20	1147,3	19,0	38,3
37	LIEFDE VOOR MUZIEK	entertainment / music	VTM	13/04/20	1146,0	19,0	34,3
38	OVER 5 JAAR	knowledge / human interest/ society	EEN	11/11/20	1142,2	18,7	36,0
39	SPOED 24/7	knowledge / human interest/ society	EEN	08/06/20	1140,0	18,8	43,6
40	KAMAL KHARMACH, MAG IK EVEN?	entertainment / humour	EEN	31/12/20	1125,0	18,4	42,6
41	NIEUWS 19U VTM	information / general news	VTM	27/01/20	1117,8	18,5	48,8
42	REIZEN WAES BLIJFT THUIS	lifestyle / travel/tourism	EEN	17/05/20	1115,9	18,3	45,4
43	DWARS DOOR BELGIE	knowledge / human interest/ society	EEN	31/08/20	1115,1	18,3	36,1
44	THE VOICE KIDS - KNOCKOUT	entertainment / music	VTM	27/03/20	1104,5	18,1	33,6
45	VELDRIJDEN. BK. ANTWERPEN H.	sport / cycling (cross)	EEN	12/01/20	1089,0	18,0	76,1
46	PANO	information / current affair	EEN	25/03/20	1087,4	17,8	41,1
47	LIEFDE VOOR MUZIEK, DE REUNIE	entertainment / music	VTM	13/11/20	1074,0	17,5	36,0
48	FC DE KAMPIOENEN	fiction / popular drama/comedy	EEN	28/03/20	1067,4	17,7	34,4
49	DURF TE VRAGEN	knowledge / human interest/ society	EEN	27/10/20	1042,7	17,1	35,0
50	HET 1 UUR-JOURNAAL	information / general news	EEN	22/03/20	1041,4	17,2	60,7
51	DE CEL VERMISTE PERSONEN	knowledge / human interest/ society	EEN	02/09/20	1039,2	17,0	35,4
52	VANDAAG OVER EEN JAAR	knowledge / human interest/ society	EEN	02/01/20	1031,5	17,0	37,8

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers abs*1.000	Gemid. kijkers %	Markt-aandeel
53	TWEE TINTEN GRIJS	knowledge / human interest/ society	EEN	28/04/20	1024,3	16,9	32,2
54	1 JAAR GRATIS	entertainment / game	EEN	28/03/20	1021,7	16,9	32,8
55	ANDERMANS ZAKEN	knowledge / human interest/ society	EEN	07/10/20	1018,7	16,5	34,4
56	FLIKKEN MAASTRICHT	fiction / police, spying, détective	EEN	07/06/20	995,1	16,5	40,8
57	BLIND GEKOCHT	lifestyle / home/decorating	VIER	13/05/20	983,3	15,9	29,4
58	VELDRIJDEN. DENDERMONDE H.	sport / cycling (cross)	EEN	27/12/20	978,5	16,2	59,1
59	BOER ZKT VROUW, HOME SWEET HOME	entertainment / love/dating	VTM	16/11/20	978,0	15,8	28,9
60	ZOMERHIT 2020	entertainment / variety	EEN	16/08/20	977,5	16,2	44,1
61	2020, HET NIEUWE NORMAAL	information / special event	EEN	28/12/20	977,5	16,0	35,2
62	FAMILIE	fiction / popular soap	VTM	30/10/20	969,7	15,7	28,5
63	BLOKKEN	entertainment / game	EEN	20/03/20	962,2	15,9	44,5
64	VELDRIJDEN. WK. DUBENDORF H.	sport / cycling (cross)	EEN	02/02/20	960,9	15,9	69,7
65	THE SECRET LIFE OF THE ZOO	knowledge / nature/environment	EEN	24/05/20	956,1	15,8	40,0
66	TOPDOKTERS	knowledge / medicine/health	VIER	27/01/20	934,5	15,3	32,8
67	LEGO MASTERS	entertainment / game	VTM	11/04/20	933,2	15,5	30,6
68	OP EEN - ALCOHOL	knowledge / human interest/ society	EEN	08/01/20	927,8	15,3	33,8
69	SWITCH	entertainment / game	EEN	17/06/20	926,7	15,3	34,9
70	DWARS DOOR OCEANIE	knowledge / human interest/ society	EEN	30/06/20	925,1	15,3	43,3
71	PETIT PANDA	knowledge / nature/environment	EEN	05/01/20	923,4	15,3	39,7
72	HOE ZAL IK HET ZEGGEN?	entertainment / humour	VTM	06/01/20	921,5	15,1	32,8
73	THE MASKED SINGER, BEHIND THE MASK	entertainment / music	VTM	07/11/20	919,2	15,2	34,0
74	WIELERJAAR 2020	sport / cycling (road)	EEN	20/12/20	913,8	15,1	37,4
75	KINDERZIEKENHUIS 24/7	knowledge / medicine/health	EEN	21/12/20	910,9	15,0	31,0
76	WIELERJAAROVERZICHT	sport / cycling (road)	EEN	27/12/20	908,8	15,1	37,3
77	WIELRENNEN. WK. IMOLA H.	sport / cycling (road)	EEN	27/09/20	898,7	14,9	64,8
78	CAFE DE MOL	entertainment / game	VIER	26/04/20	896,9	14,8	26,0
79	AFTELLEN NAAR 2021	knowledge / human interest/ society	EEN	31/12/20	895,6	14,8	40,4
80	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/IJSLAND	sport / football	VTM	08/09/20	891,8	14,8	35,3
81	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - ENGELAND/BELGIE	sport / football	VTM	11/10/20	888,4	14,7	43,4
82	VB. BB. FIN - CL.BRUGGE/ANTWERPEN	sport / football	EEN	01/08/20	886,9	14,7	44,3
83	CODE VAN COPPENS	entertainment / game	VTM	01/11/20	885,5	14,3	24,9
84	POLITIE 24/7	knowledge / human interest/ society	EEN	21/01/20	881,8	14,6	30,6
85	HELDEN VAN HIER, CORONA	knowledge / human interest/ society	VTM	23/03/20	879,0	14,4	23,6
86	ZE ZEGGEN DAT	knowledge / human interest/ society	VTM	03/11/20	872,3	14,1	23,2
87	DE 25	knowledge / human interest/ society	VTM	04/04/20	865,1	14,3	36,1
88	EVIVA ESPANA IN TIJDEN VAN CORONA	knowledge / human interest/ society	EEN	21/04/20	862,5	14,2	28,3
89	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - DENEMARKEN/BELGIE	sport / football	VTM	05/09/20	861,2	14,3	36,2
90	ZIE MIJ GRAAG	fiction / popular drama/comedy	EEN	14/01/20	857,6	14,1	29,9
91	MANHUNT	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	17/04/20	846,6	13,9	28,1
92	VIVE LE VELO	sport / cycling (road)	EEN	02/09/20	839,4	13,8	34,6
93	DE VERDWIJNING VAN BRITTA CLOETENS	knowledge / human interest/ society	EEN	12/02/20	838,7	13,6	32,2
94	WIELRENNEN. OMLOOP HET NIEUWSBLAD H.	sport / cycling (road)	EEN	29/02/20	835,2	13,8	73,9
95	NIEUWS 19U VTM - CORONACRISIS	information / general news	VTM	27/11/20	827,5	13,7	31,7

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers abs*1.000	Gemid. kijkers %	Markt-aandeel
96	TUSSEN OORLOG EN LEVEN - IRAK	knowledge / human interest/ society	EEN	06/01/20	821,9	13,5	30,5
97	VIVE LA VIE!	knowledge / human interest/ society	EEN	29/06/20	812,9	13,4	37,7
98	VB. C1 UEFA FIN - PARIS-ST-G./BAYERN	sport / football	VTM	23/08/20	811,1	13,4	36,9
99	DIERENDOKTERS 24/7	knowledge / human interest/ society	EEN	03/06/20	809,3	13,4	30,4
100	SNACKMASTERS	lifestyle / cooking/food/drink	VTM	06/10/20	807,1	13,0	27,3

Top 100 Zuid

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers abs*1.000	Gemid. kijkers %	Markt-aandeel
1	EDITION SPECIALE - LE 19.30	information / special event	La Une	17/03/20	1068,2	24,1	47,8
2	RTL INFO EDITION SPECIALE - CORONAVIRUS	information / general news	RTL-TVI	16/03/20	972,3	22,0	48,2
3	EDITION SPECIALE - CONSEIL NATIONAL DE SECURITE	information / special event	La Une	24/04/20	971,8	22,0	45,3
4	RTL INFO 19H	information / general news	RTL-TVI	20/03/20	951,8	21,5	51,3
5	LE 19.30	information / general news	La Une	16/03/20	910,7	20,6	42,2
6	QUESTIONS EN PRIME	information / economy/politics/ society affairs	La Une	24/04/20	878,7	19,9	39,6
7	FACE AU JUGE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	29/03/20	791,9	17,9	38,2
8	RTL INFO 19H - EDITION SPECIALE	information / general news	RTL-TVI	27/03/20	755,5	17,1	36,5
9	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/ANGLE-TERRE	sport / football	RTL-TVI	15/11/20	723,8	16,4	38,2
10	ENQUETES	information / current affair	RTL-TVI	31/03/20	722,6	16,3	36,3
11	EDITION SPECIALE - JEUDI EN PRIME	information / special event	La Une	12/03/20	715,0	16,2	44,6
12	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/DANEMARK	sport / football	RTL-TVI	18/11/20	713,9	16,2	44,0
13	TOP CHEF	lifestyle / cooking/food/drink	RTL-TVI	08/06/20	712,5	16,0	39,4
14	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/ISLANDE	sport / football	La Une	08/09/20	685,7	15,5	47,2
15	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - ANGLETERRE/BELGIQUE	sport / football	RTL-TVI	11/10/20	683,1	15,5	44,9
16	LE PARI(S) DES ENFOIRES	entertainment / music	TF1	06/03/20	682,1	15,4	44,9
17	BELGES A DOMICILE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	26/03/20	671,8	15,2	33,8
18	FORMIDABLES, FRANCOIS PIRETTE	entertainment / humour	RTL-TVI	12/04/20	641,2	14,5	31,8
19	APPEL D'URGENCE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	05/01/20	635,5	14,4	37,4
20	L'AMOUR EST DANS LE PRE	entertainment / love/dating	RTL-TVI	20/12/20	635,4	14,2	34,3
21	MARIES AU PREMIER REGARD	entertainment / love/dating	RTL-TVI	14/04/20	624,3	13,9	32,5
22	NI JUGE, NI SOUMISE	knowledge / human interest/ society	La Une	22/01/20	623,1	13,9	36,3
23	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - ISLANDE/BELGIQUE	sport / football	La Une	14/10/20	600,2	13,6	38,2
24	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - DANEMARK/BELGIQUE	sport / football	RTL-TVI	05/09/20	580,2	13,1	36,8
25	FOOT. AMICAL - BELGIQUE/COTE D'IVOIRE	sport / football	RTL-TVI	08/10/20	575,1	13,0	37,7
26	IMAGES A L'APPUI	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	11/05/20	560,1	12,7	33,5
27	KOH-LANTA, L'ILE DES HEROS	entertainment / game	TF1	10/04/20	558,2	12,6	29,9
28	NOTRE JARDIN EXTRAORDINAIRE	knowledge / nature/environment	La Une	03/05/20	558,1	12,6	31,3
29	QUI ETAIS-TU ANNIE CORDY?	entertainment / variety	RTL-TVI	21/12/20	557,2	12,6	34,0
30	LE 13 HEURES	information / general news	La Une	13/04/20	555,2	12,5	42,2
31	RTL INFO 13H	information / general news	RTL-TVI	22/03/20	550,9	12,4	42,8
32	KOH-LANTA, LES 4 TERRES	entertainment / game	TF1	13/11/20	547,3	12,4	31,5
33	APPRENDRE A T'AIMER	fiction / psychological drama/ melodrama	RTL-TVI	04/11/20	544,6	12,2	30,6

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers abs*1.000	Gemid. kijkers %	Markt-aandeel
34	112 HELICO D'URGENCE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	08/11/20	542,0	12,2	30,5
35	LE FLIC DE BELLEVILLE	fiction / psychologic drama/ melodrama	RTL-TVI	12/11/20	540,5	12,2	31,9
36	VU A LA TELE	entertainment / game	RTL-TVI	25/10/20	540,1	12,2	30,6
37	LE BETISIER DE NOEL - LE GRAND SHOW	entertainment / humour	RTL-TVI	25/12/20	534,2	12,1	32,9
38	L'INVITE	information / special event	RTL-TVI	26/04/20	532,9	12,0	48,5
39	THE VOICE KIDS - BATTLES	entertainment / music	La Une	04/02/20	525,0	11,8	30,8
40	FOOT. AMICAL - BELGIQUE/SUISSE	sport / football	RTL-TVI	11/11/20	523,8	11,9	33,3
41	DANS L'OMBRE DU VIRUS	knowledge / human interest/ society	La Une	25/03/20	521,5	11,8	28,5
42	FOOT. C1 UEFA FIN - PARIS-ST-G./BAYERN	sport / football	RTL-TVI	23/08/20	520,9	11,8	37,6
43	RIEN A DECLARER	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	11/06/20	518,6	11,7	33,0
44	THE VOICE BELGIQUE - LES BLINDS AUDITIONS	entertainment / music	La Une	29/12/20	511,8	11,5	28,7
45	POURQUOI JE VIS	fiction / psychologic drama/ melodrama	La Une	01/09/20	509,5	11,4	32,7
46	COUTE QUE COUTE	lifestyle / consumer advice	RTL-TVI	11/11/20	508,1	11,5	30,7
47	LE MEILLEUR PATISSIER	lifestyle / cooking/food/drink	RTL-TVI	09/11/20	498,7	11,2	28,6
48	PEUR SUR LE LAC	fiction / police, spying, détective	La Une	05/01/20	496,7	11,2	28,3
49	LE JARDIN EXTRAORDINAIRE	knowledge / nature/environment	La Une	15/11/20	496,2	11,2	28,7
50	LA CH'TITE FAMILLE	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	10/09/20	495,9	11,2	34,6
51	REPORTERS	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	03/04/20	489,3	11,1	26,4
52	SEPTANTE ET UN	entertainment / game	RTL-TVI	13/11/20	489,0	11,1	38,7
53	CELINE DION, MA VIE SANS RENE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	30/12/20	487,0	11,0	30,5
54	AU COMMISSARIAT	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	10/05/20	486,8	11,0	29,0
55	CANDICE RENOIR	fiction / police, spying, détective	La Une	30/04/20	484,1	10,9	26,2
56	TOUT S'EXPLIQUE	knowledge / miscellaneous	RTL-TVI	26/03/20	483,4	10,9	25,5
57	CAPITAINE MARLEAU	fiction / police, spying, détective	La Une	23/02/20	482,9	10,9	28,5
58	LA STAGIAIRE	fiction / police, spying, détective	La Une	31/03/20	482,0	10,8	23,7
59	MEURTRES EN CORREZE	fiction / police, spying, détective	La Une	26/01/20	477,3	10,7	30,6
60	THE VOICE, LA PLUS BELLE VOIX	entertainment / music	TF1	25/01/20	473,3	10,7	35,9
61	SKYSCRAPER	fiction / action	RTL-TVI	19/11/20	472,2	10,7	28,3
62	LES BRONZES FONT DU SKI	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	01/01/20	471,1	10,7	32,5
63	EDITION SPECIALE - LE 13 HEURES	information / special event	La Une	27/03/20	470,1	10,6	42,3
64	CRIME DANS L'HERAULT	fiction / police, spying, détective	La Une	09/02/20	467,8	10,5	28,0
65	QU'EST-CE QU'ON A FAIT AU BON DIEU?	fiction / popular drama/comedy	La Une	11/12/20	464,5	10,5	26,5
66	C'EST DU BELGE	knowledge / human interest/ society	La Une	20/03/20	460,3	10,4	24,1
67	LES BRONZES 3, AMIS POUR LA VIE	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	12/01/20	459,3	10,4	27,4
68	MEURTRES DANS LE JURA	fiction / police, spying, détective	La Une	02/02/20	459,2	10,3	27,4
69	RADIN!	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	29/10/20	458,5	10,4	27,4
70	MEURTRES EN PAYS CATHARE	fiction / police, spying, détective	La Une	01/03/20	455,4	10,2	27,0
71	ALEX HUGO	fiction / police, spying, détective	La Une	03/03/20	455,3	10,2	27,1
72	PIRATES DES CARAIBES V, LA VENGEANCE DE SALAZAR	fiction / action	RTL-TVI	02/04/20	453,5	10,3	27,4
73	JUGE D'UN JOUR	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	05/04/20	451,9	10,2	25,2
74	WHITNEY HOUSTON, LE DESTIN BRISE D'UNE DIVA	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	02/01/20	451,6	10,2	28,9
75	BALTHAZAR	fiction / police, spying, détective	La Une	24/11/20	450,7	10,1	26,9
76	ASTRID ET RAPHAELLE	fiction / police, spying, détective	La Une	19/03/20	450,2	10,1	26,5
77	9-1-1	fiction / action	RTL-TVI	29/03/20	449,2	10,2	22,1

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers abs*1.000	Gemid. kijkers %	Markt-aandeel
78	NCIS - LOS ANGELES	fiction / police, spying, détective	RTL-TVI	15/04/20	448,7	10,1	25,2
79	LES BRONZES, LES SECRETS DE LA SAGA CULTE	knowledge / photo/film/cinema	RTL-TVI	01/01/20	447,4	10,1	33,1
80	CRIME DANS LE LARZAC	fiction / police, spying, détective	La Une	13/10/20	446,5	10,0	30,7
81	VIVA FOR LIFE	entertainment / miscellaneous	La Une	23/12/20	446,2	10,1	30,2
82	#INVESTIGATION	knowledge / human interest/ society	La Une	28/10/20	443,9	10,0	24,7
83	I COMME	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	18/04/20	443,7	10,0	26,3
84	PLANETE ZOO	knowledge / nature/environment	RTL-TVI	31/10/20	443,7	10,0	27,0
85	ESPRITS CRIMINELS	fiction / police, spying, détective	RTL-TVI	30/06/20	440,5	9,9	27,1
86	LA VRAIE VIE DES MISS	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	28/12/20	436,6	9,8	29,0
87	CAMPING PARADIS	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	09/02/20	434,7	9,8	25,8
88	LES TUCHE 3	fiction / popular drama/comedy	La Une	20/04/20	433,1	9,8	20,9
89	LE CANAL DES SECRETS	fiction / police, spying, détective	La Une	23/01/20	431,9	9,7	29,2
90	MEURTRES A TOULOUSE	fiction / police, spying, détective	La Une	27/12/20	431,7	9,7	23,8
91	DONOVAN MAGICIEN	entertainment / circus/magic/ paranormal	RTL-TVI	16/02/20	430,5	9,7	26,2
92	LE VOYAGEUR, LE VILLAGE ASSASSINE	fiction / police, spying, détective	La Une	12/11/20	430,4	9,7	24,4
93	TOUBIBS	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	13/11/20	430,2	9,7	27,3
94	CORONAVIRUS, LA BELGIQUE A L'ARRET	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	18/03/20	429,9	9,7	23,9
95	LE LIVRE DE LA JUNGLE	fiction / adventure	RTL-TVI	02/07/20	424,6	9,6	30,1
96	LES ENFANTS DE LA COLLABORATION	knowledge / human interest/ society	La Une	25/11/20	423,1	9,5	25,3
97	INVISIBLE	fiction / psychologice drama/ melodrama	La Une	22/11/20	423,1	9,5	22,7
98	LA MONTAGNE ENTRE NOUS	fiction / action	RTL-TVI	09/01/20	422,7	9,6	27,9
99	AVENGERS, INFINITY WAR	fiction / action	RTL-TVI	26/03/20	422,7	9,6	25,6
100	LE VOYAGEUR, LE VOLEUR DE NUITS	fiction / police, spying, détective	La Une	22/10/20	422,6	9,5	27,2

Perspectief 2021 voor de CIM TV-studie

TV-content op nieuwe schermen

In 2021 zal de Taskforce OVC Platform een aanbeveling doen wat betreft:

- De publicatie van fragmenten, previews en live kijken: een definitie en bijhorende classificatie per type (fragment, live, preview), het tijdstip van lancering, etc.
- De relevantie en gebruiksgemak van de reeds ontwikkelde en te ontwikkelen controlefunctionaliteiten in het dashboard en het bijhorend communicatiesysteem.

De ontwikkeling van de OVA Planner

In 2021 begeleidt de Taskforce OVA de ontwikkeling van de tool en verwante projecten:

- De OVA Planner: de aanstelling van de toolontwikkelaar, voorafgegaan door een evaluatie van potentiële kandidaten door de leden van de Technische Commissies TV en Internet;
- De crossplatform survey: van het aanschrijven van kandidaten tot de integratie van de resultaten in de tool;
- De gegevens van online campagnes afkomstig van media agentschappen en de analyse van de resultaten.

Besparingsmaatregelen op vlak van horodatage

Het CIM zal de overschakeling van horodatage naar as runs in 2021 ondersteunen via:

- De ontwikkeling van een dashboard dat verschillen tussen de horodatage en as runs weergeeft: naar begin- en eindtijd, naar type (zender, programma formats, etc.), periode, etc. Op basis van dit dashboard kunnen regies de haalbaarheid van het gebruik van as runs inschatten alsook de pijnpunten identificeren om op termijn over te schakelen naar as runs.
- Het uitwerken van een implementatieplan om – voor de regies die overschakelen - as runs in tv-software te integreren.

FINANCIEN

Financiële controle

De controle op de financiële toestand, de jaarrekening en de regelmatigheid, ten aanzien van de wet en de statuten, van de in de jaarrekening weergegeven verrichtingen, wordt opgedragen aan een commissaris revisor die lid is van het Instituut der Bedrijfsrevisoren, Vincent DE WULF van de firma CdP DE WULF & C° bv.

Deze stelt naar aanleiding van de jaarrekening een omstandig schriftelijk verslag op. Met het oog daarop overhandigt de Permanente Structuur van het CIM hem de nodige stukken, en dit ten minste één maand vóór de oproeping van de Gewone Algemene Vergadering. Het verslag van de commissaris vermeldt in het bijzonder:

1. Hoe hij zijn controletaak heeft verricht en of hij van het Bureau de ophelderingen en inlichtingen heeft gekregen die hij heeft gevraagd;
2. Of de boekhouding is gevoerd en de jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften die daarop van toepassing zijn;
3. Of naar zijn oordeel de jaarrekening een getrouw beeld geeft van het vermogen, van de financiële toestand en van de resultaten van het CIM, rekening houdend met de wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften die daarop van toepassing zijn, en/of een passende verantwoording is gegeven in de toelichting;
4. Of het jaarverslag de vereiste inlichtingen bevat en in overeenstemming is met de jaarrekening;
5. Of de resultaten die aan de Algemene Vergadering worden voorgelegd, in overeenstemming zijn met de statuten en de wet;
6. Of hij kennis heeft genomen van verrichtingen gedaan of beslissingen genomen in overtreding met de statuten of met de wet.

In zijn verslag vermeldt en rechtvaardigt de commissaris nauwkeurig en duidelijk het voorbehoud en de bezwaren die hij meent te moeten maken. Zo niet, dan vermeldt hij uitdrukkelijk dat hij voorbehoud noch bezwaar te maken heeft. Tijdens de Algemene Vergadering van 27 april 2021 zal De Heer DE WULF kenbaar maken dat de financiële staten van de vereniging afgesloten op 31 december 2020 een getrouw beeld gaven van het vermogen en van de financiële toestand en zal hij een verklaring zonder voorbehoud doen over de financiële staten.

Budgettaire opvolging

Buiten de controle van de revisor wordt het Bestuursorgaan ook regelmatig op de hoogte gehouden van de budgettaire toestand van het boekjaar. In de loop van de maand september of oktober krijgen de bestuurders een budgettaire herschatting voor het betrokken boekjaar en een budgetvoorstel voor het komende boekjaar waarover dan gediscussieerd kan worden. Eventuele aanpassingen kunnen dan indien nodig worden aangebracht. Bij afsluiting van het boekjaar wordt het definitieve resultaat aan het Bestuursorgaan voorgelegd alsook een ultieme versie van het budget van het lopende jaar. Het zijn deze versies die door het Bestuursorgaan aan de jaarlijkse Algemene Vergadering van de Leden worden voorgesteld vóór eind april en die naar hen vóór de Vergadering opgestuurd worden. Nochtans om over voldoende geldelijke middelen te beschikken voor het nieuwe jaar, factureert het CIM een provisie aan de intekenaars van de studies op het einde van het boekjaar. Deze provisie wordt berekend op basis van het bedrag van de intekening van het boekjaar dat beëindigd wordt.



COLOPHON

Lay-out en productie: Pastabal

Redactie: Permanente Structuur CIM

Coördinatie: Véronique Defeld



CIM
Herrmann-Debrouxlaan 46
1160 Brussel
Tel. 02 / 661 31 50
<https://www.cim.be>
info@cim.be