



**JAARVERSLAG
2022**

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	16
CROSSMEDIA	17
De ES	17
De TGM	18
De CDJ	19
MediaWatch Panel	20
Technische Commissie en Strategische Comités	21
Perspectief 2023 voor de CrossMedia-studies	23
INTERNET	24
Inleiding	24
Methodologie van de Internet-studies	24
Technische Commissie en Strategisch Comité	27
Internetcontroles	28
Publicatie van de Internetresultaten	29
Perspectief 2023 voor de CIM Internet-studie	30
OUT-OF-HOME	32
Publicatie 2022-1, met een tweede update van de verplaatsingsgegevens en een nieuwe OSM kaart	32
Project "Evoluties van de traffic trends"	33
Verrijking en update van de verplaatsingsgegevens van de Out-of-Home studie	33
Onderzoek naar de integratie van "Shopping Malls & Retail" in de OOH-studie	34
Upgrade van de IDS-exploitatietool	34
Technische Commissie en Strategisch Comité	34
Perspectief 2023 voor de Out-of-Home studie	35

PERS	36
Echtverklaring Pers	36
Methodologie van de Echtverklaring Pers studie	36
Publicatie van de Echtverklaring Pers resultaten	37
Echtverklaring Pers Controles	38
Persbereiksstudie	38
Methodologie van de Persbereiksstudie	38
Technische Commissie en Strategisch Comité	39
Publicatie van de Persbereik resultaten	40
Perspectief 2023 voor de Persbereiksstudie	40
RADIO	41
Methodologie van de CIM Radiostudie	41
Technische Commissie en Strategisch Comité	43
RAM-controles	44
Publicatie van de Resultaten van de RAM-studie	45
Perspectief 2023 voor de Radiostudie	46
TELEVISIE	47
CIM TAM-studie	47
Methodologie van de CIM TAM-studie	47
HORODATAGE	49
Methodologie van de Horodatage studie	49
Technische Commissie en Strategisch Comité	50
Televisiecontroles	53
Publicatie van de resultaten van de CIM TV-studie	54
Perspectief 2023 voor de CIM TV-studie	59
FINANCIEN	60
Financiële controle	60
Budgettaire opvolging	60
COLOPHON	61

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 CIM 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 gezamenlijke initiatieven. Door zijn medewerking aan de vereniging te verlenen, verbindt elk lid er zich dan ook toe prioriteit en voorkeur te geven aan het best mogelijke voorstel om de vooropgestelde doelstellingen te bereiken. Elk lid verbindt er zich ook toe om 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 prestaties 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 verzamelen en verspreiden van informatie over de media.

Structuur

De structuur en het speelveld van het CIM:

- 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, producten en diensten
- Universiteiten, Hogescholen, Academici, Studenten
- De pers (journalisten)

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, ook de **tussenpersonen** genoemd;
- De media en mediaregies, ook 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 2022 vond de Gewone Algemene Vergadering plaats op 26 april.

In de loop van 2022 mocht het CIM de volgende bedrijven als (nieuwe) leden verwelkomen:

- Canal+ Brand Solutions sasu (FR65414949172)
- Sipro Media bvba (BE 0637.926.933)
- Mediahuis Luxembourg s.a. (LU 33793288)
- KBC Global Services n.v. (BE 0772.332.707)
- Mediawan LP sasu (FR58815074687)
- Solidararis (BE 0411.724.220)
- Delhaize Le Lion/De Leeuw n.v. (BE 0402.206.045)
- Groupe Sudmedia n.v. (BE 0464.786.980)

In 2022 hebben 15 leden het CIM verlaten (ontslag, fusie, faillissement...). Dit brengt op 31/12/2022 het totaal aantal leden op 163.

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 2022 voorgezeten door Mevrouw Helen WILLEMS. Haar mandaat van voorzitter eindigde in april 2022 maar het Bestuursorgaan heeft de verlenging van haar mandaat goedgekeurd voor enkele maanden, om toe te laten om de rol van de voorzitter te herdefiniëren en een nieuwe voorzitter te selecteren. Haar mandaat stopte eind juni 2022. Een nieuwe voorzitter, Stefan LAMEIRE, werd verkozen tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 13 september 2022.

Begin 2022 maakten de volgende personen deel uit van het Bureau:

- Helen WILLEMS, Voorzitter
- François CHAUDOIR, Ondervoorzitter
- Bart SWINGS, Secretaris
- Anny WUYTS, Schatbewaarder
- Luc EECKHOUT, lid.

De samenstelling van het Bureau blijft ongewijzigd, ook na de komst van de nieuwe voorzitter in oktober.

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 26 april 2022):

Mathias BEKE	HAVAS MEDIA BELGIUM	<i>Tussenpersonen</i>
Mieke BERENDSEN	DPG MEDIA	<i>Media</i>
Kim BEYNS	NGROUP	<i>Media</i>
François CHAUDOIR	SPACE	<i>Tussenpersonen</i>
Veerle COLIN	JC DECAUX	<i>Media</i>
Bernard COOLS	SPACE	<i>Tussenpersonen</i>
Mark DAEMEN	ROULARTA MEDIA GROUP	<i>Media</i>
Bart DEMEULENAERE	ADS & DATA	<i>Media</i>
Jean-Michel DEPASSE	GROUPM BELGIUM	<i>Tussenpersonen</i>
Wout DOCKX	VIA/BVAM	<i>Media</i>
Luc EECKHOUT	ADS & DATA	<i>Media</i>
Thierry HUGOT	ROSSEL & Cie	<i>Media</i>
Karina JACOBUS	PRODUPRESS	<i>Media</i>
Denis MASQUELIER	IP BELGIUM	<i>Media</i>
Sandrine PENNINGCKX	REGIE MEDIA BELGE	<i>Media</i>
Gauthier PIRET	TRANSFER	<i>Media</i>
Luc SUYKENS	UBA	<i>Adverteerders</i>
Bart SWINGS	LUMINUS	<i>Adverteerders</i>
Tim VAN DOORSLAER	DPG MEDIA	<i>Media</i>
Patricia VERMANDELE	ING BELGIE	<i>Adverteerders</i>
Anny WUYTS	VAR	<i>Media</i>

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Denis MASQUELIER is niet meer werkzaam bij IP Belgium vanaf einde juni en is dus geen bestuurder (VIA) meer van het CIM. Hij wordt opgevolgd door Wilfried CELIS (DPG Media) - RvB 13/09/2022.
- Mathias BEKE werkt niet meer bij Havas Media Belgium en is dus geen bestuurder (UMA) meer van het CIM. Julie WIJNS (Mediabrand) volgt hem op – RvB 06/12/2022.

Werkzaamheden van het Bestuursorgaan

In de loop van zijn 10 vergaderingen behandelde het Bestuursorgaan van het CIM in 2022 voornamelijk volgende dossiers:

ALGEMEEN

Bureau - Samenstelling

De Voorzitter stelt in mei 2022 voor om de samenstelling van het Bureau niet te wijzigen. Het Bureau zal dus ongewijzigd blijven totdat er een nieuwe voorzitter verkozen wordt. De bestuurders gaan hiermee akkoord.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van november (de nieuwe voorzitter werd in september verkozen) herinnert de Algemeen Directeur eraan dat de nieuwe voorzitter traditioneel zijn eigen Bureau samenstelt. De nieuwe voorzitter meldt dat hij momenteel de vertegenwoordigers van de sector ontmoet. Er werden al vragen gesteld over de structuur van het CIM en zijn instanties. Het is belangrijk om eerst een strategie te bepalen en dan de structuur aan te passen indien nodig. En niet omgekeerd. Hij stelt daarom voor om momenteel de huidige samenstelling van het Bureau te behouden. De bestuurders zijn het hiermee eens.

CIM - Verhuis

In juni 2022 krijgen de bestuurders bericht dat het gebouw waarin de CIM-kantoren zich bevinden verkocht is. De kans is groot dat dit gebouw een nieuwe (woon)bestemming krijgt en dat het CIM moet verhuizen.

In principe moet dat niet snel gebeuren, het huurcontract loopt tot einde april 2025. We moeten afwachten en zien wat het CIM wil doen: verder werken met de huidige gebouwbeheerder, samenwerken met één van de makelaarskantoren waarmee het CIM al contacten heeft en bekijken of we tegen aantrekkelijke voorwaarden uit het huidige huurcontract kunnen stappen. We moeten ook rekening houden met de post-Covid situatie: meer thuiswerk (= minder m²?), beduidend minder fysieke meetings (hebben we nog eigen vergaderzalen nodig?), blijft het CIM in dezelfde wijk?

De discussie wordt voortgezet tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan in september.

De bestuurders krijgen informatie over de contacten/bezoeken die plaatsgevonden hebben en de deadlines. Er wordt voorgesteld om dit dossier toe te vertrouwen aan de nieuwe voorzitter, zijn Bureau en de nieuwe algemeen directeur. De bestuurders zijn het hiermee eens. Wordt vervolgd....

Mandaat van de voorzitter en opvolging van de algemeen directeur

Ter voorbereiding van het Bestuursorgaan van februari 2022 schreef de Voorzitster een nota voor de bestuurders met een samenvatting van de huidige situatie van het CIM en de volgende vragen:

- Voor welke uitdagingen staat het CIM?
- Hoe kunnen we het CIM laten evolueren? Hoe maken we het CIM *future proof*?
- Welke kansen hebben we vandaag?
- Welke rol krijgt de voorzitter? En welke rol krijgt de algemeen directeur?

Er is een consensus over de rol van de nieuwe voorzitter: die moet een duidelijke missie en strategie uitwerken voor het CIM. De tijd is gekomen om keuzes te maken. Het is belangrijk dat de voorzitter afkomstig is uit de communicatiesector, de mediawereld... Dat is ook het moment om de hele governance van het CIM terug te bekijken.

Er werden twee scenario's ontwikkeld met verschillende en zeer specifieke taken voor de twee functies. Elk scenario vraagt een ander profiel van voorzitter. De keuze van het scenario is dus belangrijk.

Het Bureau stelt voor om het mandaat van de huidige voorzitter te verlengen tijdens de overgangperiode, de tijd om de rol en de scope van beide functies (de taken en het budget) te definiëren en om een nieuwe voorzitter te zoeken. De bestuurders gaan akkoord en vragen aan de huidige voorzitter om daartoe een kleine werkgroep samen te stellen. De verenigingen zullen zo snel mogelijk een kandidaat voordragen.

In maart worden de bestuurders geïnformeerd dat het eerste scenario weerhouden wordt voor de rollen van voorzitter: hij of zij zal actief de strategiebepaling en de transformatie begeleiden, en toezien op de goede werking van het bestuursorgaan. De algemeen directeur is verantwoordelijk voor de dagelijkse operationele taken. Het doel is om eerst een voorzitter en vervolgens een algemeen directeur te zoeken.

In april en mei geeft de Voorzitster een stand van zaken over de vooruitgang van de werkgroep (Wilfried CELIS, François CHAUDOIR, Thierry HUGOT, Bart SWINGS en zichzelf).

Ze meldt in de vergadering van juni dat de werkgroep interessante gesprekken heeft gehad met meerdere kandidaten maar nog niet tot een oplossing is gekomen waar iedereen achter staat. De besprekingen zullen tijdens de zomermaanden worden voortgezet om tot een conclusie te komen en het mogelijk te maken om te stemmen tijdens het Bestuursorgaan van september. Ze geeft ook aan dat ze haar missie als voorzitter op 30 juni beëindigt en bedankt het bestuursorgaan voor het vertrouwen. De bestuurders danken op hun beurt de Voorzitster voor haar mandaat van 3 jaar bij het CIM en wensen haar succes bij haar andere activiteiten.

Tijdens het Bestuursorgaan van september meldt François CHAUDOIR dat de werkgroep tijdens de zomer verschillende mensen heeft ontmoet voor de functie van voorzitter, een profiel dat vrij ingewikkeld is om te vinden. Eén persoon is weerhouden: Stefan LAMEIRE.

Hij meldt ook dat tegelijkertijd een andere discussie is gevoerd over de functie van algemeen directeur. En ook daar is er een kandidaat, met veel ervaring in de media, de sector en de studies. Beide kandidaten hebben de steun van de werkgroep.

De bestuurders geven hun akkoord over het voorgestelde duo.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van oktober, stelt Stefan LAMEIRE, de nieuwe voorzitter, zijn loopbaan voor, maakt hij een stand van zaken van de uitdagingen voor het CIM en stelt hij zijn opdracht binnen het CIM voor evenals de rol die hij van de bestuurders verwacht.

Status Strategische Comités

Tijdens elke vergadering van het Bestuursorgaan, wordt er verteld welke Comités een vergadering hebben gehouden en wat de vooruitgang van de werkzaamheden zijn.

Hieronder enkele specifieke elementen over de verschillende Strategische Comités:

- SC Listen:

Het SC Listen heeft vooral verschillende projecten opgevolgd zoals de studie Share of Ear of CIM Audio Time (gepubliceerd in februari), Audio on Demand (interne publicatie voor de media voorzien op 01/11/2022, publicatie voor de markt normaal gezien vanaf 01/01/2023) en de toekomst van de RAM-studie (het contract met GfK wordt verlengd voor 2023-2024).

- SC OOH:

Het SC OOH heeft uitgebreid gesproken over het al dan niet publiceren van gegevens van individuele panelen. De oorsprong van deze discussie is de gegevens die gebruikt worden in programmatic voor digitale OOH. Aan de basis zijn dat CIM-gegevens maar ze worden verwerkt en verrijkt, zodat het uiteindelijk geen CIM-gegevens meer zijn. Voor het eerst wordt hiermee de transparantie van data in programmatic op een CIM-agenda geplaatst.

Het Bestuursorgaan gaat akkoord met de voorgestelde samenstelling van de aankoopcommissie voor het verzamelen van verkeersevolutie-data:

- Gert DELGOUFFE (Clear Channel),
- Charles DEJEAN (Belgian Posters),
- Bernard COOLS (Space)
- Veerle COLIN (JC Decaux, voorzitter SC OOH),
- Jos VAN CAMPENHOUT (Outsight, voorzitter TC OOH)

Het SC OOH stemt in met de toekenning van een opdracht van 6 maanden voor het verzamelen van verplaatsingsindexen aan Spotzi. Dit is een korte termijn project: een eerste ervaring met 100% mobiele data om de variabiliteit van verplaatsingen van week tot week te evalueren (en niet langer enkel de gemiddelde week zoals vandaag).

Het SC OOH is ook begonnen aan een brede discussie over de actualisering van het verplaatsingsonderzoek. De doelstellingen die twee jaar geleden zijn vastgelegd, gelden nog steeds. Het zijn vooral het verzamelen van de data, de verwerkingen en de productietermijnen van de gegevens die korter en flexibeler moeten zijn. Er is hiervoor een nieuwe partner nodig. Het SC OOH heeft beslist om een nieuwe tender op te stellen, met het huidige systeem en de real time verkeersevoluties. Er zijn al contacten geweest met derden. De besprekingen worden voortgezet.

- SC Reading:

Het SC Reading is in januari 2022 gestart met een discussie over de RfP voor een NRS-studie 2023+, met als basis een nota van de uitgevers, herwerkt door Luc EECKHOUT en Ilse PEETERS, voorzitter van het SC Reading. Het SC Reading heeft in februari zijn visienota afgewerkt en de briefing aan de Technische Commissie voor de nieuwe RfP opgesteld.

Tijdens het Bestuursorgaan van maart 2022 heeft Ilse PEETERS de visienota van het SC Reading uitgebreid toegelicht aan de bestuurders. De nieuwe Belgian Publishing Survey (BPS) betekent geen grote revolutie of grote verandering in de bestaande Persbereiksstudie. De bedoeling is om de bestaande studie te optimaliseren, en uit te breiden met vragen over video en podcasts. Wat de Echtverklaring Pers betreft, zal een aparte taskforce kijken of de verklaringen vereenvoudigd kunnen worden en of er besparingen mogelijk zijn op dat niveau.

De tender Pers werd goedgekeurd door het Bestuursorgaan. Het document werd in april doorgestuurd naar de instituten. In juni wordt het Bestuursorgaan op de hoogte gebracht dat het SC Reading de resultaten van deze tender besproken heeft. Enkel het huidige instituut heeft een voorstel ingediend. Dat werd aanvaard, mits een wijziging in de rekruteringsmix (F2F, telefonisch, online access panel, via post en MediaWatch).

In december 2022 heeft het SC Reading de Echtverklaring Pers besproken. Deze gegevens blijven belangrijk voor de agentschappen. Het Comité heeft zijn akkoord gegeven over de door de Technische Commissie voorgestelde vereenvoudiging:

- Een extra categorie wordt toegevoegd voor formules waarbij de digitale editie op andere dagen wordt aangeboden dan de papieren versie.
- Gratis exemplaren worden niet meer ingediend behalve door de gratis pers.

Een en ander is van toepassing voor de verklaringen en controles voor 2022.

Het CIM heeft ook gekeken of het mogelijk was om het proces voor de echtverklaringen en de controles te vereenvoudigen, en of andere partijen dit op zich zouden kunnen nemen. Na overleg met MICC, blijkt dat het niet zo eenvoudig is.

- SC Watch:

Het SC Watch heeft de verschillende lopende projecten opgevolgd (xMM-project, digitale tender, ToVA (gepubliceerd in oktober 2022), online video advertising, RPD, ...).

Het SC Watch heeft in maart 2022 ook gekeken naar de definitie van contact op het eerste scherm en op de andere schermen. De consensus luidt als volgt: we blijven zoeken naar 1 consistente definitie van contact voor alle schermen, maar dan wel op het 'strikte' niveau van het eerste scherm.

Het SC Watch heeft ook gewerkt aan zijn visienota. Tim VAN DOORSLAER (voorzitter SC Watch) heeft die toegelicht tijdens het Bestuursorgaan van april 2022. Het SC Watch is vertrokken van de visienota uit 2017 om te evolueren naar een Total Video studie. Het Comité heeft geprobeerd om deze visie pragmatisch te vertalen naar de huidige context, met het oog op een full video platform meting (advertising + content), een continue meting van online video campagnes, met kwaliteitsdefinities en coherente doelgroepen. Dit allemaal laat toe om objectief en eerlijk te vergelijken. Het Bestuursorgaan heeft deze visienota goedgekeurd.

Er werd ook beslist om de CrossPlatform Survey te vernieuwen vanaf januari 2023 om de ToVA tool te updaten.

In december heeft het SC Watch 2 meetoplossingen besproken voor de streamingdiensten. Deze discussie wordt voortgezet binnen VIA.

- SC XMedia :

In januari 2022 werkte het SC XMedia voornamelijk aan een modulaire tender voor zijn digitale studie. De eerste twee modules zijn vergelijkbaar met wat het CIM vandaag heeft (internet trafiek en bereik). Nieuw was module 3: het meten van online video campagnes. Die module voorzag twee scenario's: een benadering via de meting van surfgedrag en gedragssegmentaties, en een meer klassieke R&F benadering met een sociodemografische profilering. Het Bestuursorgaan heeft in april 2022 de tender goedgekeurd.

In september 2022 heeft het Bestuursorgaan het voorstel van aankoopcommissie goedgekeurd:

- Tim VAN DOORSLAER (DPG, voorzitter SC Watch)
- Stéphanie RADOCHITZKI (Mediabrand, voorzitter TC Internet en SC XMedia)
- Luc EECKHOUT (Ads and Data)
- Robin GÉRONDAL (Mediaplus Group)
- Sébastien REPS (Maxus)

Een gemeenschappelijke vergadering van de Strategische Comités Watch en XMedia heeft de offertes voor de Digitale tender bekeken, samen met de 1^{ste} evaluatie van de Technische Commissie en de Aankoopcommissie. Geen enkele offerte voldeed aan alle eisen of was duidelijk beter dan de andere. Er is daarom voorgesteld om het contract met Gemius voor 2023 (en ev. voor 2024) te verlengen, mits een uitbreiding van de scope van de studie met een software panel.

Het SC XMedia heeft in 2022 ook gewerkt op andere dossiers: het MediaWatch panel (evaluatie van het panel, POC 2), de Establishment Survey (na problemen met het veldwerk en de dataverwerking bij het huidige instituut is het contract opgezegd en werd GfK aangezocht voor deze studie), de aanpassing van het reglement van de CIM Internet-studie, het vervolg van ToVA, het alternatief voor het meten van de online campagnes door Gemius gDE of DAR.

In december hebben het SC XMedia en het SC Watch een mogelijke samenwerking met een internationale auditor besproken. Er werd gekozen om samen te werken met Media Rating Council (MRC) uit de Verenigde Staten, de bekendste auditor van mediabereiksstudies in de wereld. Op vraag van het CIM heeft MRC een voorstel van lidmaatschap voor het CIM opgesteld: het CIM mag lid worden onder dezelfde voorwaarden als de andere leden van MRC, mits enkele beperkingen i.v.m. de toegang tot informatie over firma's/producten die ook actief zijn op de Belgische markt. De toegang is beperkt tot de leden van de Permanente Structuur die een NDA ondertekenen. De Technische Commissies hebben alleen toegang tot summier gegevens. Het Bestuursorgaan geeft zijn akkoord voor een lidmaatschap van één jaar.

Eventuele wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden ook ter goedkeuring van het Bestuursorgaan voorgelegd:

- Bestuursorgaan 25/01/2022
Gert DELGOUFFE is nu werkzaam bij Clear Channel en wordt opnieuw lid van het SC XMedia.

- Bestuursorgaan 22/02/2022
Gert DELGOUFFE vervangt Laurence WAEGEMANS (beiden Clear Channel) binnen het SC OOH.
- Bestuursorgaan 22/03/2022
Luc EECKHOUT vervangt Bart BOLLEN (beiden Ads & Data) binnen het SC Reading.
Geoffrey DEJEAN vervangt Nathalie LEGOUY (beiden Belgian Posters) in het SC OOH.
- Bestuursorgaan 21/06/2022
Corinne VERSTRAETE verlaat MediaCom en is geen lid meer van het SC Consumer Insight.
- Bestuursorgaan 13/09/2022
Ludovic DE BARRAU is niet meer werkzaam bij IP/RTL sinds midden juli en is dus geen lid meer van het SC Watch.
- Bestuursorgaan 04/10/2022
Yves WEMERS heeft een nieuwe functie bij BNP Paribas Fortis en maakt geen deel meer uit van het SC XMedia.
- Bestuursorgaan 08/11/2022
Esther BRASPENNING werkt niet meer voor WE MEDIA en is geen lid meer van het SC Reading.
- Bestuursorgaan 06/12/2022
Christine JEAN werkt niet meer voor AG Insurance en maakt geen deel meer uit van het SC OOH.
Stéphanie RADOCHITZKI en David LECOUVET stoppen met hun mandaat van medevoorzitter van het SC XMedia.

Technische Commissies - Voorzitters

Het mandaat van de huidige voorzitters en voorzitsters van de Technische Commissies eindigt op 31 december 2022 en moet vernieuwd worden vanaf 1 januari 2023.

De UMA stelt voor om de bestaande mandaten te verlengen voor een nieuwe periode van 3 jaren (01/01/2023 – 31/12/2025), behalve voor de Technische Commissie Internet waarin Stéphanie RADOCHITZKI vervangen wordt door een nieuwe voorzitter (maar lid blijft van de Technische Commissie):

TC CIM	Voorzitter(-tster)
CrossMedia	David LECOUVET
Internet - NEW	Sébastien REPS
Out of Home	Jos VAN CAMPENHOUT
Pers	Bernard COOLS
Radio	Stéphanie PIRET
TV	Remi BOEL

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 6 december 2022 keurt het Bestuursorgaan de vernieuwing van de bestaande mandaten en het voorstel van nieuwe voorzitter voor de TC Internet goed.

XMM-project

In december 2021 krijgen de bestuurders de eerste toelichtingen over het crossmediale project van de Vlaamse overheid. Dit zijn de belangrijkste elementen.

Er wordt een crossmediaal consortium (XMC) gevormd met 10 leden die bijna de hele Vlaamse mediasector vertegenwoordigen: Ads & Data, DPG Media, Mediafin, Mediahuis, Roularta, SBS Belgium, VAR, VRT, NORTV en WE MEDIA.

De missie van het consortium luidt als volgt:

*“Het bouwen van een **geavanceerd crossmediaal meetsysteem**, het xMM, dat **een totaalbeeld** kan geven van het mediagebruik in Vlaanderen, van alles wat bekeken (totaal video), beluisterd (totaal audio) en gelezen (totaal lezen) wordt”.*

Er zijn hier twee belangrijke elementen:

- **Crossmediaal meetsysteem** = alle types media, alle distributievormen (ook apps, websites...) en alle schermen en toestellen.
- **Globaal beeld** = geen duplicatie met de CIM currency studies maar een uitbreiding van de scope van de meting van de CIM-studies.

Er wordt een samenwerking met het CIM voorzien op 3 niveaus:

- Het beheer van het xMM-panel door het CIM (i.s.m. met het SC XMedia van het CIM).
- De ontwikkeling van algoritmes en modellering onder leiding van het CIM.
- Het gebruik van de gegevens van het xMM-panel door het CIM.

Het project moet op termijn nationaal uitgerold kunnen worden (er zou ook interesse zijn van Minister Linard aan de Franstalige kant).

In de loop van 2022 wordt het Bestuursorgaan regelmatig op de hoogte gebracht van de vooruitgang in dit dossier. De toelating van de Vlaamse overheid en het groene licht van de Europese Commissie zijn noodzakelijk voor dit project.

Er wordt een samenwerkingsakkoord uitgewerkt tussen XMC en het CIM, net als een budget, de timing en de eventuele overnamevoorwaarden van het panel door het CIM (waarde, technische voorwaarden, toegang tot de gegevens, ...). Dit werd toevertrouwd aan de advocaten van het CIM en van XMC. Daarbij spelen veel elementen een rol (definitie van de rol van het CIM, use cases, kwaliteitsvereisten, financiering, ...).

Een voorstel van samenwerkingsakkoord wordt goedgekeurd door het Bestuursorgaan tijdens de zitting van 6 december 2022. Het CIM en XMC hebben ook een document voorbereid met meer details over de use cases (projectlijnen, methodologische keuzes), dat complementair is met het contract en dat nog door de betrokken Strategische Comités goedgekeurd zal moeten worden.

Zodra het dossier goedgekeurd is en het bijkomende document gefinaliseerd, zal een Request for Proposal verstuurd worden naar mogelijke partners. Wordt vervolgd...

STUDIES

Echtverklaring Pers – Nieuwe tarieven

Tijdens het Bestuursorgaan van maart 2022 worden de bestuurders geïnformeerd dat de tarieven voor de Echtverklaring Pers aangepast zullen worden, aangezien MICC zijn tarieven heeft geïndexeerd. De verhoging verschilt per type perstittel.

Het Bestuursorgaan geeft zijn akkoord over de verhoging van de [tarieven](#).

Internet Studie – Aanpassing reglement

In maart 2022 wordt het Bestuursorgaan geïnformeerd van een dubbele aanpassing in het reglement van de CIM Internet-studie, op het niveau van de tagging en op het niveau van GDPR. De bestuurders keuren de aanpassingen goed.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van oktober 2022 keuren de bestuurders nog een aanpassing in hoofdstuk 2.4. i.v.m. de waiting room goed.

De aanpassing voorgesteld in hoofdstuk 1 over de objectieven werd in eerste instantie niet aanvaard door het Bestuursorgaan en werd opnieuw besproken door de Technische Commissie en het Strategisch Comité. Een toevoeging aan punten '2.1.6.1 – Page view: site' et '2.1.6.2. – Page view: app' wordt goedgekeurd tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 6 december 2022.

De volledige geüpdatet versie van het reglement is [hier](#) beschikbaar.

Internet Studie – Nieuwe tarieven

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van maart 2022 worden de bestuurders op de hoogte gebracht van een indexatie voor de deelname aan de CIM Internet-studie voor de Belgische en [Luxemburgse](#) intekenaars.

De bestuurders worden opnieuw geïnformeerd in oktober 2022 van een verhoging van de tarieven voor de Belgische intekenaars om de kosten van de studie te kunnen dekken. Er wordt voorgesteld om de tarieven zelf te verhogen met 22,5% voor iedereen, zonder de berekeningsformule te wijzigen. Het Bestuursorgaan gaat akkoord. De tarieven kunnen [hier](#) geraadpleegd worden.

Rekrutering via het MediaWatch panel

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van april, herinnert de Algemeen Directeur kort aan de historie van het dossier:

- In 2018 werd vastgesteld dat de rekruteringskosten voor de studies 44% van het CIM-budget bedroegen. Toch blijven er klachten over kwaliteit en representativiteit komen.
- In 2020 vinden er door Covid veranderingen plaats in de rekruteringsmix van alle studies.
- In 2021 kent het Bestuursorgaan de Proof Of Concept (POC) van een eigen CIM Media Panel toe aan IPSOS. Vraag is: kan een eigen CIM-rekruteringspanel een (gedeeltelijk) alternatief bieden voor de huidige rekrutering?
- In 2022 bedraagt het aandeel van de rekruteringskosten 49% (hoewel de rekruteringskosten bij dezelfde perimeter stabiel zijn). Maar er blijven klachten komen, deze keer vooral over de instabiliteit.

Het doel van dit panel is in eerste instantie om de kwaliteit en de stabiliteit van de rekrutering te garanderen, en in tweede instantie eventueel te besparen.

Er werd een uitgebreide evaluatie van de POC gemaakt: doelstelling, evaluatie van het retour% van de enquêtes per rekruteringskanaal, het effect van het interval tussen enquêtes, de volgorde en het onderwerp van de enquête, het rendement, ...

Er worden drie mogelijke toekomstscenario's voorgelegd met voor- en nadelen:

- de grootte van het MediaWatch-panel maximaliseren (bijvoorbeeld tot 10.000),
- een beperkte uitbreiding van het MediaWatch-panel testen (bijvoorbeeld tot 5.500),
- het MediaWatch-panel stoppen en conclusies trekken voor alle veldwerken van onze studies.

De tweede optie krijgt de voorkeur maar de drie scenario's zullen binnen het SC XMedia in detail worden onderzocht. De Permanente Structuur zal ook met IPSOS spreken, om op een zo compleet mogelijke manier de 'rent-a-panel' diensten te bepalen die een lange termijn financiering moeten mogelijk maken. Het Bestuursorgaan van de maand mei zal hierover een beslissing nemen.

Tijdens de vergadering van mei geven de bestuurders hun akkoord over de voorgestelde principes:

- Het potentieel van dit panel op lange termijn analyseren. Het panel wordt uitgebreid tot 5.500 personen. Dit vormt zowel een buffer als een potentieel voor nieuwe studies.
- Het potentieel van « Rent-a-Panel » gedurende deze periode analyseren.

Het MediaWatch panel is nog geen zekerheid maar dit project is te belangrijk om gestopt te worden zonder te checken wat er allemaal mogelijk is of niet.

- De discussie met IPSOS voortzetten over face to face (om de representativiteit te vergroten), het beheren door hen van adhoc projecten van derden (bepalen voor wie, maximaal gebruik mogelijk en tarieven).

Het Bureau

De voorzitter van het Bestuursorgaan is ook voorzitter van het Bureau dat verder bestaat uit een ondervoorzitter, een secretaris, een schatbewaarder en een gewoon lid. Alle leden van het Bureau worden door het Bestuursorgaan verkozen (cf. supra).

In 2022 zijn er 11 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.

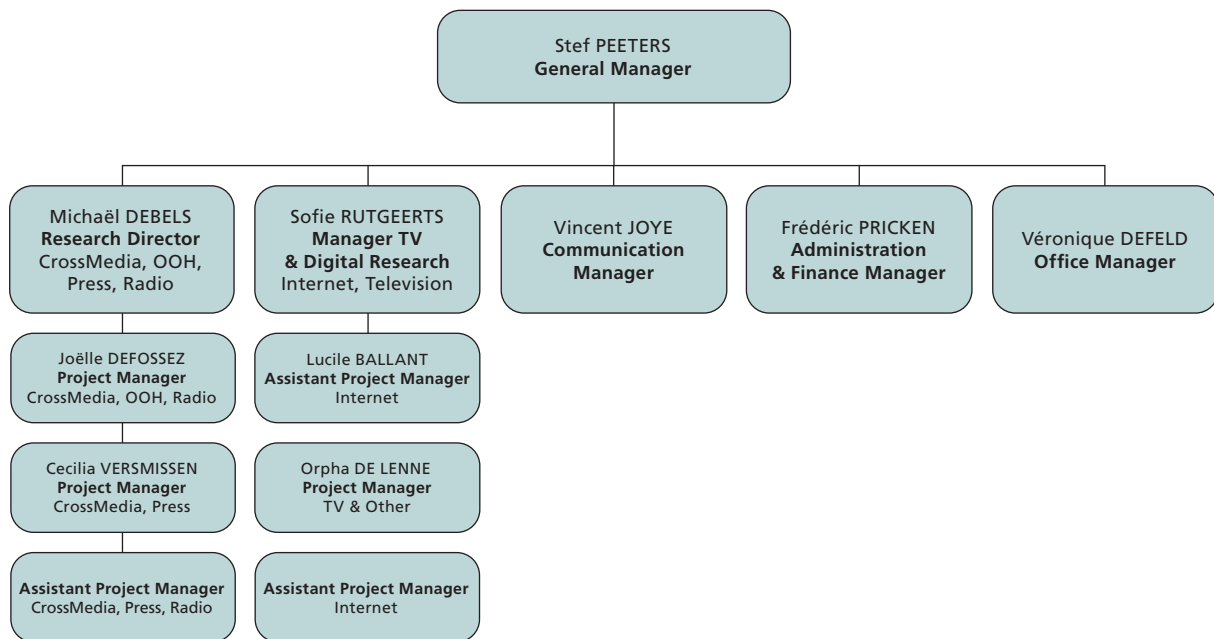
Om te vermijden dat technische beschouwingen het overleg binnen het Bestuursorgaan zouden belemmeren, komen deze aan bod binnen het Bureau. Daarom voorziet de vergaderkalender van het Bureau vergaderingen die tussen één week à veertien dagen vóór het Bestuursorgaan plaatsvinden om o.a. deze vergaderingen 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 2022 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 of 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 is oorspronkelijk samengesteld uit 14 leden:

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

De algemeen directeur van het CIM en de voorzitter of 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 in functie van zijn missie. Eenmaal 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.

Er bestaan een Strategisch Comité Listen (Audio), OOH (reclameborden), Reading (Pers) en een Strategisch Comité Watch (TV), evenals een Strategisch Comité Consumer Insight en een Strategisch Comité XMedia (Digitaal en CrossMedia).

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 of voorzitter die aangesteld wordt door het Bestuursorgaan. De voorzitter of 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 of 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 of 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. Hij of zij 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.

Het mandaat van de voorzitter(-tster)s van de Technische Commissies werd in december 2022 vernieuwd/verlengd voor 3 jaren:

TC CIM	Voorzitter(-tster)
CrossMedia	David LECOUVET
Internet	Sébastien REPS
Out of Home	Jos VAN CAMPENHOUT
Pers	Bernard COOLS
Radio	Stéphanie PIRET
TV	Remi BOEL

De leden van de Technische Commissies worden voor twee jaar benoemd. Hun mandaat kan vernieuwd worden. De voorzitter of 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 2022 één Technische Commissie per onderzoeksdomein en een Technische Commissie CrossMedia. Er zijn dus 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, 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 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.



CROSSMEDIA

Sinds 2016 worden het design en de opvolging van de strategische studies gegroepeerd en toevertrouwd aan de Strategische Comités en de Technische Commissie Crossmedia (zie hieronder). Zij hebben in 2022 vier verschillende projecten opgevolgd:

- De Establishment Survey (ES);
- De Target Group Monitor (TGM);
- De Consumer Decision Journey (CDJ);
- De tweede Proof Of Concept (POC) van het CIM MediaWatch Panel.

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 mediaconsumptie.

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;
- Een referentie over de nieuwe manieren om bepaalde media te consumeren;
- Rekrutering voor het tv-panel.

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

Veldwerk

Het ES veldwerk 2021-2022 werd toevertrouwd aan Profacts. Het veldwerk startte op 19 juli 2021 en eindigde op 30 juni 2022. Een nieuwe rekruteringsbron, het CIM MediaWatch panel, werd dit veldwerk toegevoegd (zie verder hoofdstuk "MediaWatch panel"). Er werden 5.806 personen ondervraagd, met volgende rekruteringsmix: 55% face-to-face, 26% OAP, 19% CIM MediaWatch panel.

Het nieuwe veldwerk 2022-2023 werd gestart in september 2022 en wordt toevertrouwd aan GfK. Het veldwerk 2022-2023 streeft volgende rekruteringsmix na: 50% face-to-face en 50% CIM MediaWatch.

Gegevensinzameling en vragenlijst

De respondenten die face-to-face gerekruteerd worden, vullen de vragenlijst zelf in op een laptop (CA-SI-modus).

De CIM MediaWatch respondenten vullen tijdens hun inschrijving in het panel het eerste deel van de ES vragenlijst zelfstandig online in. Nadien worden ze uitgenodigd om het tweede deel van de ES vragenlijst zelfstandig online in te vullen.

Publicatie van de resultaten

De ES resultaten van het veldwerk 2021-2022 werden op 25/10/2022 gepubliceerd. De resultaten van de ES publicaties zijn beschikbaar in verschillende softwares van tactische studies (Galileo en Sesame) en zijn toegankelijk voor de intekenaars die aan de financiering bijdragen (de intekenaars van de Radio-, TV- of Internet-studies). De voornaamste resultaten van de ES 2022 zijn ook beschikbaar via een dashboard op de [CIM-website](#).

De eerstvolgende publicatie van de ES, veldwerk 2022-2023, is voorzien in het tweede kwartaal van 2023.

De TGM

In de CIM Target Group Monitor 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 24 sectoren:

- 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

De rekrutering voor de TGM loopt via het CIM Pers veldwerk. Het veldwerk van de Persstudie wordt toevertrouwd aan IPSOS.

Het veldwerk startte in november 2021 en eindigde in juni 2022. De Persrekrutering werd aan de start van het veldwerk aangepast naar 16+ in plaats van 15+. Wegens verstoringen tijdens de laatste twee jaren, gerelateerd aan de gezondheidssituatie, en door toenemende capaciteitsproblemen in het face-to-face veldwerk, werd de rekruteringsmix van de Persstudie aangepast om flexibeler en minder afhankelijk van één methode te zijn. Tijdens dit veldwerk werden twee nieuwe rekruteringsmethodes toegevoegd: postale rekrutering via bpost en online rekrutering via het CIM MediaWatch panel (zie verder hoofdstuk "Media-Watch Panel").

Op het einde van het veldwerk 2021-2022 werden 8.202 personen ondervraagd voor de Persstudie, met volgende rekruteringsmix: 12% face-to-face, 26% OAP, 44% RDD, 11% postaal, 7% CIM MediaWatch panel. 3.973 personen hebben ook de TGM-vragenlijst ingevuld. Na cleaning door het instituut konden 3.944 enquêtes gebruikt worden.

Het nieuwe veldwerk 2022-2023 werd in september 2022 gestart met dezelfde rekruteringsmethodes.

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 respondenten achter en instructies over hoe ze de vragenlijst ook online kunnen invullen.

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

Aangezien de TGM-vragenlijst een lange vragenlijst is, werd de bevraging binnen het MediaWatch panel opgesplitst in 4 delen. De respondenten vullen zelf de online versies van de vragenlijst in. Enkel de MediaWatch respondenten die de Pers-vragenlijst en de 4 delen van de TGM op het einde van het veldwerk hadden ingevuld, werden opgenomen in de finale steekproef van 2022.

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).

Deze informatie wordt verzameld voor 15 verschillende economische sectoren:

- 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)

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

Veldwerk

Het veldwerk werd toevertrouwd aan Kantar TNS. Het derde veldwerk van de CDJ liep van oktober 2021 tot en met mei 2022. Op het einde van het derde veldwerk werden 8.139 respondenten ondervraagd.

Er werd besloten om de CDJ-studie momenteel niet te verlengen. Op dit moment is er geen veldwerk voor de CDJ-studie lopende.

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). Bij de online rekrutering werden quota gebruikt om de representativiteit van de steekproef te behouden.

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-)beslisser is voor de aankoop. Als de respondent (mede-)beslisser is voor een sector 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-)beslisser is. Vanaf de tweede deelname krijgt hij/zij dan maximaal vier sectorvragenlijsten per deelname.

Fusie van de gegevens

De resultaten van deze twee studies (TGM en CDJ) 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 die hier dus de receiver steekproef wordt.

Dit proces van fusie-ascriptie werd uitgevoerd in het derde trimester van 2022.

Publicatie van de resultaten

De resultaten van de derde gecombineerde CDJ-TGM studie werden op 23/11/2022 gepubliceerd. De resultaten zijn beschikbaar in de verschillende softwares van andere tactische studies (Galileo en Sesame) en zijn toegankelijk voor alle intekenaars van de tactische studies.

De volgende publicatie (veldwerk 2022-2023) is voorzien in november en zal een combinatie zijn van de TGM- en Pers-vragenlijsten.

MediaWatch Panel

Sinds enkele jaren kampen de CIM-studies met toenemende rekruteringsmoeilijkheden (aantal interviews, representativiteit, stijgende kosten...). De Covid-situatie heeft deze moeilijkheden versterkt en versneld, voornamelijk voor face-to-face rekrutering. Het CIM zoekt dus naar alternatieven voor de huidige rekruteringsscenario's en heeft in 2021 een volledig nieuw initiatief gelanceerd. Het CIM evalueert de mogelijkheid om een panel op te richten. Na talrijke gesprekken met verschillende soorten externe partners (instituten, panel providers, ...) over het concept en de haalbaarheid van het project, heeft het CIM in september 2021 een proof of concept (POC) gelanceerd. Na een uitgebreide evaluatie heeft het Bestuursorgaan besloten om het project te verlengen met 8 maanden en uit te breiden naar 5.500 panelleden. In september 2022 werd gestart met deze tweede proof of concept.

De doelstellingen van deze tweede proof of concept zijn:

- 5.500 panelleden (4.800 nieuw gerekruteerd).
- Met de volgende rekruteringsmix: 15% face-to-face, 25% RDD, 40% postaal via bpost, 10% ex-CIM respondenten en 10% online.
- De respondenten uit te nodigen voor verschillende CIM-studies (Pers, Radio, ES, TGM, ...), met een verschillende volgorde van vragenlijsten.
- Het grondig evalueren van de deelname en responspercentages van nieuwe panelleden (profiel, type vragenlijst, aantal deelnames, ...). Alsook de evaluatie van deelname en responspercentages op lange termijn, van panelleden die lid zijn sinds de eerste proof of concept.
- De interesse in en de haalbaarheid van het gebruik van het MediaWatch panel door CIM-leden, voor hun eigen studies (rent-a-panel concept), te testen.

De realisatie van deze POC werd toevertrouwd aan IPSOS.

Deze tweede POC loopt tot juni 2023. Voor de rekrutering van de nieuwe MediaWatch panelleden wordt gebruik gemaakt van volgende rekruteringsmix: face-to-face, RDD, bpost, online en ex-CIM respondenten. Afhankelijk van de rekruteringsbron worden er bepaalde quota gebruikt om een zo representatief mogelijk panel op te bouwen. Alle personen tussen 16 en 70 jaar, die in België wonen, kunnen lid worden van het panel.

De CIM MediaWatch panelleden worden twee keer per maand uitgenodigd om deel te nemen aan een CIM-studie. De respondent krijgt telkens een uitnodiging om aan een andere studie deel te nemen. De individuen die aanvaarden om deel te nemen, vullen zelf de online versie van de vragenlijst in.

Afhankelijk van de resultaten zal er beslist worden over de toekomst van het MediaWatch panel als nieuwe rekruteringsbron.

Technische Commissie en Strategische Comités

Technische Commissie CrossMedia

Samenstelling d.d. 31/12/22

David LECOUVET (Voorzitter TC)	Mediabrand Belgium
Mathilde DE MAERE	Havas Media Belgium
Stefan DELAETER	VAR
Brigitte GILSON	GroupM Belgium
Linda SCHEERLINCK	Roularta Media Group
Sabrina VAN IMPE	JC Decaux Belgium

Wijziging in de loop van het jaar:

- Mathilde DE MAERE (lid TC CrossMedia sinds RvB 22/03/2022) is niet meer werkzaam bij Dentsu Belgium, maar werkt nu bij Havas Belgium en blijft lid van de TC CrossMedia – RvB 04/10/2022.

Strategische Comités CrossMedia

Strategisch Comité Consumer Insight

Samenstelling d.d. 31/12/22

Leen SCHRAMME (Voorzitster SC)	Wavemaker
Veerle COLIN	JC Decaux Belgium
Yelena DE VUYST	MMS Communications Belgium
David LECOUVET (Voorzitter SC XMedia en TC CrossMedia)	Mediabrand Belgium
Linda SCHEERLINCK	Roularta Media Group

Wijziging in de loop van het jaar:

- Corinne VERSTRAETE verlaat MediaCom en is dus geen lid meer van het SC Consumer Insight – RvB 21/06/2022.

Strategisch Comité XMedia

Samenstelling d.d. 31/12/22

David LECOUVET (Voorzitter SC en TC CrossMedia)	Mediabrand Belgium
Stéphanie RADOCHITZKI (Voorzitster SC en TC Internet)	Mediabrand Belgium
Michaël BASSANELLO	Nationale Loterij
Gert DELGOUFFE	Clear Channel Belgium
Jean-Michel DEPASSE	GroupM Belgium
Luc EECKHOUT	Ads & Data
Zaki LAHBIB	UBA
Marco MARINI	IP Belgium
Sandrine PENNINGCKX	RMB
Tim VAN DOORSLAER	DPG Media
Coralie VRANCKEN	Rosel & Cie
Anny WUYTS	VAR

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Gert DELGOUFFE is nu werkzaam voor Clear Channel (vroeger Publifer) en blijft lid van het SC XMedia – RvB 25/01/2022.
- Yves WEMERS heeft een nieuwe functie gekregen binnen BNP Paribas Fortis en verlaat het SC XMedia – RvB 04/10/2022.

Werkzaamheden van de Technische Commissie

In 2022 hebben acht vergaderingen van de Technische Commissie plaatsgevonden en werd er vooral gewerkt aan:

- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de ES (Profacts en GfK);
- 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 POC CIM MediaWatch (IPSOS).

Perspectief 2023 voor de CrossMedia-studies

Op de agenda van de Technische Commissie CrossMedia staan voor 2023 alvast:

- De publicatie van de ES 2023;
- De controle van het goede verloop van de TGM- en ES-veldwerken;
- De publicatie van de TGM 2023;
- De evaluatie en toekomst van het MediaWatch panel.



INTERNET

Inleiding

Sinds 1 juni 2014 is Gemius verantwoordelijk voor de CIM Internet-studie in België en Luxemburg. 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 keer dat een surfer met zijn browser (bv. Internet Explorer, Safari, Firefox, Chrome, ...) een deelnemende site bezoekt, installeert het systeem cookies in die browser indien de surfer hiervoor zijn toestemming heeft gegeven. 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 nieuwe tijdsmeting gebruikt waarbij de tijd van de laatste page view nu beter gemeten wordt (heartbeat).

Deze resultaten zijn beschikbaar voor alle intekenaars van de studie 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 officiële gefilterde data waarover gecommuniceerd mag worden, zoals het aantal keren dat iemand site Z op dag 1 bezocht heeft. Een versie van eGemius beperkt tot views en sessies is beschikbaar voor de niet-intekenaars op de website van het CIM: <https://www.cim.be/nl/digitaal>

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 de html5 (webview) apps wordt dezelfde JavaScript tag als bij de sites gebruikt. Voor de native apps is een SDK voor iOS en Android beschikbaar. Voor de hybride apps wordt een combinatie van beide methodes gebruikt. Dit systeem laat toe om per app, en per appsectie, het aantal unieke browsers te onderscheiden en te tellen. Daarnaast worden overige metrics, zoals page views en visits, 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 (geplaatst op een site of in een app) van intekenaars van de CIM Internet-studie in kaart brengt. Elke deelnemende speler plaatst een asynchroon javascript (= tag) in de broncode van zijn 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 andere metrics, zoals stream views en visits, gerapporteerd. Deze 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.

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 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.

In 2021 heeft Gemius aanbevelingen ter beschikking gesteld om de streams te meten die gespeeld worden op native SmartTV apps of via casting devices zoals Chromecast. De trafiek die op het eerste scherm gemeten wordt, wordt alleen in Prism gerapporteerd. De meting van dit bereik is nog niet mogelijk omdat er in het panel om het bereik te meten geen gebruikers van SmartTV opgenomen worden (alleen mobile, tablet, computer).

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 de bereikscijfers 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 het 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 worden 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 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'.
- Sinds juli 2018 omvat de bereiksstudie bereikgegevens voor sites, players, apps en combinaties hiervan.
- Sinds 2021 wordt het bereik van de apps niet langer berekend op basis van cookies maar op basis van Device ID naar aanleiding van het probleem van het verwijderen van de cookies (zie hieronder). Net als bij de berekening van het bereik van de sites, houdt deze nieuwe formule rekening met gebruikers en browsers die het gebruik van de Gemius identifiers weigeren.
- Sinds 2022 wordt de trafiek die wordt gegenereerd op sites geopend vanuit apps van derden (b.v. Gmail) verwijderd uit de berekening van het bereik van deze sites om te voorkomen dat ze dubbel geteld worden (zie hieronder).

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;
- Maandelijks 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 bereikt 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 Belgische gegevens vanaf 1 april 2020: deze nieuwe rapporteringstool omvat het bereik van sites, apps en players
2. **Planning files**: Gemius levert mediaplanning bestanden aan de software houses.
3. **Excel rapporten**: offline rapporten voor Luxemburg.

Sinds 2020 worden de gegevens van de CIM Internet-studie gebruikt voor fusies met de CIM TV-, Radio- en Persstudies.

Technische Commissie en Strategisch Comité

Technische Commissie Internet

Samenstelling d.d. 31/12/22

Stéphanie RADOCHITZKI (Voorzitster TC)	Mediabrand s
Charles-Emmanuel AMAND	IPM Group
Philippe DELTENRE	RTBF
Joris DE RYCK	Roularta Media Group
Adrien DE WALQUE	RTL Belgium
Nicolas MAGAIN	Space
Mélanie PIERLOT	Rossel & Cie
Sébastien REPS	Maxus Belgium
Bernd STRAUVEN	DPG Media
Lauranne VAN CUTSEM	Mediafin/Trustmedia
Jochem VERMEIREN	Ads & Data

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Philippe DELTENRE (RTBF) vervoegt de TC – RvB 22/02/2022.
- Joris DE RYCK (Roularta) vervoegt de TC – RvB 04/10/2022.

Werkzaamheden van de Technische Commissie

Elke maand evalueert de Technische Commissie samen met de Permanente Structuur de opbouw en resultaten van alle deelstudies van de Gemius studie.

Strategisch Comité XMedia

Samenstelling d.d. 31/12/22

David LECOUVET (Voorzitter SC)	Mediabrand s
Stéphanie RADOCHITZKI (Voorzitster SC + TC Internet)	Mediabrand s
Michaël BASSANELLO	Nationale Loterij
Gert DELGOUFFE	Clear Channel Belgium
Jean-Michel DEPASSE	GroupM Belgium
Luc EECKHOUT	Ads & Data
Zaki LAHBIB	UBA
Marco MARINI	IP Belgium
Sandrine PENNINGCKX	RMB
Tim VAN DOORSLAER	DPG Media
Coralie VRANCKEN	Rossel & Cie
Anny WUYTS	VAR

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Gert DELGOUFFE is nu werkzaam voor Clear Channel en komt terug in het SC XMedia – RvB 25/01/2022.
- Yves WEMERS heeft een nieuwe functie binnen BNP Paribas Fortis en verlaat het SC XMedia – RvB 04/10/2022.

Werkzaamheden van het Strategisch Comité

Crossmedia

Met het oog op de meting van video en audio crossdevice, heeft het Strategisch Comité XMedia in de loop van 2020 scenario's uitgeschreven voor het creëren van een single source panel. Dergelijk panel is een eerste stap om de fusie van het kijkgedrag gemeten op televisie en andere schermen te kalibreren.

In 2021 wordt een initiatief van de Vlaamse Overheid gestart voor het opstart van een crossmedia panel (xMM), mede gefinancierd door een consortium van Vlaamse mediaondernemingen. Indien dit project goedgekeurd wordt, zal het CIM dit initiatief ondersteunen in het organiseren van een call for tender en het beheer van het project. In afwachting van een definitieve beslissing heeft het CIM in 2022 een samenwerkingsovereenkomst met het XMedia Consortium (XMC) uitgewerkt.

De Strategische Comité's Watch en XMedia hebben scenario's uitgeschreven waarin het xMM-project de rol van single source panel dat in 2020 besproken werd, zou kunnen overnemen.

Digital measurement

In 2022 hebben de leden van het Strategisch Comité Watch, in nauw overleg met de leden van het Strategisch Comité XMedia en de Technische Commissie Internet, een tender georganiseerd met verschillende modules:

- Digitale meting van crossdomein trafiek,
- Digitale meting van crossdomein bereik,
- Tracking van online video campagnes,
- Kwalificatie van een reclamecontract (viewability, brand safety en ad fraud).

De leden hebben de voorstellen van de kandidaten geëvalueerd en een aanbeveling gedaan:

- De digitale meting van crossdomein trafiek en bereik wordt opnieuw toegeschreven aan Gemius;
- Gemius bouwt een Software panel (1.000 leden op Desktop en 500 Smartphone) om de internetactiviteit op platformen van niet-intekenaars (YouTube, Facebook, etc.) te meten.
- De kwaliteit van de voorstellen voor het meten van online video campagnes en het kwalificeren van reclamecontacten is onvoldoende om deze modules toe te kennen aan één van de kandidaten. Het CIM is in 2022 gestart met het verkennen van alternatieve pistes:
 - Een samenwerking met gespecialiseerde ad kwalificatie partners (MOAT, IAS, etc.). Op basis van de eerste reacties is deze piste wellicht niet haalbaar.
 - Het gebruik van online campagne gegevens van media-agentschappen. De Taskforce ToVA zal in 2023 een aanbeveling doen voor het gebruik van deze data.
 - Een lidmaatschap met de Marketing Rating Council (MRC), om de interne kennis op te bouwen rond het auditeren en certifiëren van meetoplossingen die reclamecontacten kwalificeren. Als lid van de organisatie zal het CIM in 2023 actief deelnemen aan de activiteiten georganiseerd door MRC.

Internetcontroles

Elke intekenaar aanvaardt de mogelijkheid tot controle van zijn site, app of player, en het gebruik van de CIM Internet-gegevens 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:

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 taggingsinstructies (bijv. geen dubbel script plaatsen);
5. Het respecteren van de CIM-regels (bijv. autopromotie-inhoud wordt op een andere manier getagged dan redactionele inhoud);
6. Het respecteren van de toestemming van de internetgebruikers (geen hits sturen met cookies/identifiers als die geweigerd werden door de internetgebruiker).

In 2022 werd een ontwerp van controle dashboard voor de CIM-medewerkers uitgewerkt om anomalieën in trafiek- en bereikgegevens automatisch te melden. In 2023 wordt dit dashboard geïmplementeerd.

Publicatie van de Internetresultaten

Gegevens voor het grote publiek

Op de CIM-site kan men voor alle deelnemende sites, secties, apps en players het aantal Sessions 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, secties, apps en players 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/digitaal>

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, hoe evolueren de besturingssystemen... 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 (enkel gegevens van de eigen ingetekende sites, apps en players), eGemius en in de mediaplanning files (publieke resultaten).

De trafiek- en bereikdata in eGemius kunnen gefilterd worden op trafiek van Belgische IP-adressen of op de totale trafiek. De metrics (real users, UB/UA, Visits, Page Views, Time, ...) zijn beschikbaar voor PC, smartphone en tablet, en voor alle toestellen samen.

Sinds 2021 zijn de resultaten van streams in eGemius beschikbaar met een onderscheid volgens:

- de duur van de video (long form; short form; live);
- streams die gespeeld worden vanuit één of meerdere applicaties.

Sinds 2022 kunnen gebruikers een selectie maken van titels in de rapporten voor websites, apps, streams, media owners (dankzij de filter media channel).

De Luxemburgse intekenaars hebben toegang tot gemiusPrism voor de eigen resultaten. Publieke resultaten voor de periode 2018-2022 zijn beschikbaar via trafiek Excel-rapporten en vanaf 2023 via eGemius. De rapportage gebeurt op dag-, week- en maandbasis. Er is geen filter op de geografische herkomst van de surfers, alle trafiek 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
2021	278	14.643.397
2022	242	12.021.314

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
2021	36	5.281.103
2022	28	5.308.641

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
2021	30	2.724.710
2022	24	3.815.511

Perspectief 2023 voor de CIM Internet-studie

Een meting zonder third party cookies

Omdat meer en meer browsers het gebruik van cookies van derden beperken of blokkeren, is de modellering van het internetbereik grotendeels gebaseerd op de browsers die cookies van derden nog toelaten. De eerste oplossing die Gemius voorstelde, de SyncID technologie, werd in 2021 door Gemius stopgezet naar aanleiding van de discussies over de wettelijke naleving van dit project en de verwachte nieuwe beperkingen door browsers die het toepassingsgebied van SyncID beperken. Gemius ontwikkelde de FPC (first party cookies) matching technologie. Deze technologie maakt gebruik van een machine-learning methode om te voorspellen welke first party cookies van hetzelfde toestel komen. Deze oplossing laat toe om niet meer afhankelijk te zijn van de 3rd party cookies. In 2022 werd de FPC Matching getest en werd de implementatie van het systeem JAR (Joint Alternative Recognition) voorbereid:

1. Cookie matching (CM), de kern van de methode: de hercreatie van het cookie-panel door de unieke FPC-identificatiecodes aan elkaar te koppelen (aan één gebruiker toe te wijzen).
2. Browser number (BN), de methode om census gebaseerd bereik te schatten door de (de)duplicatie van browsers in kaart te brengen, nl. de verhouding van browseractiviteit op één site tegenover de totale trafiek.

In 2023 zullen de leden van de Technische Commissie de implementatie opvolgen en evalueren.

Het respect van de toestemming van de surfers in het kader van GDPR

In 2021 werd er gevraagd aan de intekenaars om de toestemming van de surfers te respecteren wat betreft het gebruik van Gemius identifiers (ID's), in overeenstemming met de GDPR: hits worden verzonden met ID's als de surfer deze aanvaardt, of zonder ID's als de surfer deze weigert. In dit tweede scenario meet Gemius alleen nog de trafiek (aantal page views), zonder de surfers te kunnen identificeren of te volgen die het gegenereerd hebben. Er wordt rekening gehouden met de trafiek zonder ID's in de berekening van het bereik dankzij een formule die het mogelijk maakt om het "echte" aantal gebruikers in te schatten.

De Technische Commissie heeft de deadline gesteld op:

- 31 december 2021 om het script van de sites aan te passen.
- 28 februari 2022 om de SDK van de apps aan te passen.

Sites en apps die na deze deadline niet conform de regels zijn, worden niet langer gepubliceerd. In afwachting van de nodige aanpassingen om de toestemming van de surfers te respecteren zijn er in januari 5 sites en in maart 12 apps tijdelijk niet gepubliceerd.

Rekenmethodologie van de RU voor apps

Analoog aan de toenemende beperkingen voor het gebruik van cookies door derden, gelden er steeds meer beperkingen op het gebruik van apparaat-identificatiecodes, Device ID's, en is men aangewezen op identificatie op niveau van de leverancier, Vendor ID's. In 2022 werd een aangepaste methodologie van RU voor apps ontwikkeld middels de appVisitor ID, die toelaat om het bereik binnen de apps te berekenen op basis van de best beschikbare identificatiecodes: Device ID of Vendor ID. Het gededuceerde bereik (tussen apps en tussen apps en sites) wordt nog steeds berekend op basis van de Device ID's die momenteel de enige beschikbare crossdomein identifiers zijn.

In 2023 worden de laatste ontwikkelingen van deze aangepaste methodologie uitgewerkt en getest ter implementatie.

Het meten van advertenties

- ToVA Planner

Het CIM heeft in 2021 het OVA Planner-project gelanceerd, deels om het gDE-project te vervangen dat in 2020 stopgezet werd. Het doel van dit OVA Planner-project is om een tool te ontwikkelen die het netto bereik van tv- en online video's berekent. In een eerste fase zal het toelaten om strategische en tactische plannen op te bouwen, en op termijn om individuele campagnes te evalueren. Na een call for tender door het CIM werd GfK in april 2021 gekozen om de tool te ontwikkelen. De tool zal in het eerste kwartaal 2022 beschikbaar zijn met een eerste fusie van gegevens (vanuit TAM, van DAM en internationale spelers). Deze fusie en haar frequentie zullen verfijnd worden in 2022.

- Video advertenties en autopromo voor streaming players

Sinds 2020 werden de opties voor het meten en rapporteren van advertenties verkend. In 2021 werd er besloten dat autopromo-inhoud apart van de redactionele inhoud moet gemeten en gerapporteerd worden. Momenteel is er geen oplossing om autopromo apart te rapporteren in de publieke resultaten. De uitgevers die de autopromo-inhoud van hun site willen laten meten moeten dus dit apart taggen zodat de trafiek alleen in Prism gerapporteerd kan worden. De intekenaars die vroeger hun autopromo-inhoud rapporteerden in eGemius moeten dit in 2022 aanpassen.

De meting van niet-CIM intekenaars

In 2023 zal Gemius een Software panel bouwen (1.000 Desktop en 500 Smartphone panelisten) om de internetactiviteit op platformen van niet-intekenaars (YouTube, Facebook, etc.) te meten. De leden van de Technische Commissie Internet zullen de rekrutering opvolgen en de eerste resultaten evalueren.

De rapportering van resultaten voor Luxemburg

De resultaten voor Luxemburg worden gepubliceerd in de vorm van Excel rapporten die beschikbaar zijn op de site van het CIM. In 2021 stelde Gemius voor om deze resultaten te integreren in hun internationale rapporteringstool (eGemius). Deze nieuwe oplossing heeft als gevolg een beter gemonitord en stabielere rekensysteem, evenals een interface met een gemakkelijkere toegang en een flexibele verwerking van de gegevens. In 2022 heeft het CIM de verschillende opties en de uitwerking van deze nieuwe rapportering besproken met de Luxemburgse intekenaars. Vanaf 2023 worden de resultaten voor Luxemburg in de nieuwe rapporteringstool gepubliceerd.

- De rapportering omvat extra analyseniveaus: voor sites, apps, secties en groepen.
- Niet-intekenaars kunnen net als intekenaars niet enkel dagrapporten, maar ook week- en maandrapporten consulteren.



OUT-OF-HOME

2022 is het zesde jaar van de publicatie van de Out-of-Home studie 2016-2022, waarin verplaatsingsgegevens uit klassieke interviews worden gecombineerd met big data.

Verscheidene belangrijke werkzaamheden vonden plaats in 2022:

- Publicatie van de resultaten van golf 2022-1, met een nieuwe update van de verplaatsingsgegevens van Be-Mobile, op basis van een nieuwe OSM kaart en de integratie van de nieuwe brongegevens.
- Project "Evoluties van de traffic trends";
- Onderzoek naar en evaluatie van mogelijke oplossingen en partners voor de verrijking en de update van de verplaatsingsgegevens van de Out-of-Home studie;
- Onderzoek naar de integratie van het "Shopping Malls & Retail" universum in de Out-of-Home studie;
- Verbetering van de functionaliteiten en prestaties van de IDS-exploitatietool.

Publicatie 2022-1, met een tweede update van de verplaatsingsgegevens en een nieuwe OSM kaart

Na de derde modellering van de verplaatsingsgegevens door de leverancier Be-Mobile, heeft de Technische Commissie in 2021 de resultaten geanalyseerd en gevalideerd in termen van bereik en mediaprestaties om de exploitatie van deze nieuwe resultaten mogelijk te maken.

Ter herinnering: deze nieuwe modellering houdt rekening met de volgende elementen:

- Een update van de virtuele populatie;
- Een update van de gegevensbronnen: mobiliteitsonderzoeken, trafiekgegevens (lokalisatie Telecom, Floating Car Data, Loop Detectors en andere officiële statistieken);
- Een update van de OSM kaart, om rekening te houden met de laatste evoluties in de verkeersomstandigheden;

De publicatie van deze resultaten heeft in maart 2022 plaatsgevonden, rekening houdend met een update van de inventaris van reclamepanelen én samen met de publicatie van de nieuwe officiële netwerken voorzien.

Project “Evoluties van de traffic trends”

In 2021 heeft het Strategisch Comité bevestigd dat het nodig was om de gegevens van de OOH-studie regelmatig up te daten op basis van recente en gedetailleerde verkeersgegevens, om de evoluties in de mobiliteit na de Covid-periode weer te geven.

Op basis hiervan heeft de Technische Commissie in 2021 potentiële leveranciers gebriefd en een eerste evaluatie van de ontvangen offertes gemaakt. Vervolgens werd er besloten om een Proof of Concept (POC) te organiseren met 3 kandidaat-leveranciers, om te kunnen beoordelen of ze op een praktisch geval kunnen reageren en om de nauwkeurigheid en kwaliteit van de geleverde gegevens te vergelijken.

In 2022 evalueerde de Technische Commissie de ontvangen gegevens om de leverancier te selecteren die het best aan de doelstellingen voldeed.

Aan het eind van het evaluatieproces door de Technische Commissie en de Aankoopcommissie is besloten:

- Om de omvang van het project te beperken tot verkeersevoluties per stad en per week, voor de 3 universums (roadside, stations en metro's);
- En om het project te beginnen met een testperiode van 6 maanden met de leverancier Spotzi, om de betrouwbaarheid van de gegevens te testen.

Vanaf juni heeft de Technische Commissie samen met Spotzi gewerkt aan de definitie en de uitvoering van het project, zodat de testperiode in september 2022 van start kon gaan.

Van oktober tot december 2022 heeft de Technische Commissie de ontvangen gegevens geanalyseerd en samengewerkt met de leverancier om inzicht te krijgen in de aard van de gegevens en de vastgestelde evoluties.

De Technische Commissie zal haar analyses in 2023 voortzetten (gegevens worden tot februari 2023 geleverd) om tot een conclusie te komen over:

- De betrouwbaarheid van de gegevens;
- Het mogelijke gebruik van deze indexen van de verkeersevoluties in het kader van de OOH-studie.

Verrijking en update van de verplaatsingsgegevens van de Out-of-Home studie

Bij de call for tender van 2020 is geen partner gevonden die aan de verwachtingen van het Strategisch Comité voldeed. Het Strategisch Comité bevestigt niettemin de noodzaak om de studie verder te laten evolueren om aan de behoeften van de markt te blijven voldoen.

In 2022 heeft het Strategisch Comité het onderzoek naar evoluties en innovaties op het gebied van gegevens en mogelijke oplossingen voortgezet en is een dialoog begonnen met één leverancier die gespecialiseerd is in mobiliteitsgegevens.

In 2023 zullen de Permanente Structuur en de Technische Commissie de methodologische aspecten verder onderzoeken en in detail beoordelen of de voorgestelde oplossing kan voldoen aan de specifieke behoeften van de OOH-studie.

Onderzoek naar de integratie van “Shopping Malls & Retail” in de OOH-studie

De Technische Commissie heeft de mogelijkheden geëvalueerd om de scope van de OOH-studie uit te breiden, door de integratie van de meting van het bereik van reclameborden in winkelcentra en verkooppunten, op basis enerzijds van de gegevens van de meest recente modellering van de verplaatsingen door Be-Mobile (2020) en anderzijds van de telgegevens in winkelcentra en verkooppunten die momenteel door JCDecaux worden verzameld.

Samen met leverancier Movias heeft de Technische Commissie de verschillende technische oplossingen geëvalueerd en een gedetailleerde methodologische beschrijving van het proces voorbereid voor:

- De verrijking van / de aanpassingen aan de Be-Mobile gegevens;
- De exploitatie van deze resultaten door MGE Data voor integratie in de exploitatiesoftware.

Om de goede werking van dit methodologische voorstel te controleren en te valideren heeft de Technische Commissie besloten een POC (Proof of Concept) te organiseren op basis van 3 verkooppunten en 12 maanden gegevens.

De Technische Commissie zal verder werken aan de organisatie van deze POC in 2023 om de haalbaarheid van dit project te valideren voordat het op grotere schaal wordt ingevoerd.

Upgrade van de IDS-exploitatietool

De Technische Commissie heeft samen met de leverancier MGE Data gewerkt aan de migratie naar een efficiëntere versie van de exploitatiesoftware, waarbij nieuwe functionaliteiten zijn geïntegreerd die beantwoorden aan de behoeften van de markt, zoals b.v. een functie voor de evaluatie van programmatic campagnes.

Technische Commissie en Strategisch Comité

Technische Commissie Out-of-Home

Samenstelling d.d. 31/12/22

Jos VAN CAMPENHOUT (Voorzitter TC)	Outsight
Alessandro ASPRONI	Havas Media Belgium
Hélène BAIRIOT	Dentsu Belgium
Veerle COLIN	JC Decaux Belgium
Valérie DE COSTER	Clear Channel Belgium
Thomas DE GREEF	GroupM Belgium
Geoffrey DEJEAN	Belgian Posters
Christophe GUISSSET	Mediabrand/Rapport

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Herlinde HENDRIKS (Clear Channel) wordt vervangen door Jens CALUWE (ook Clear Channel) – RvB 24/05/2022.
- Valérie DE COSTER is niet meer werkzaam voor Havas Media maar werkt voor Clear Channel. Ze blijft lid van het TC OOH als vertegenwoordiger van Clear Channel; Jens CALUWE (Clear Channel) verlaat de TC OOH – RvB 04/10/2022.
- Alessandro ASPRONI vervoegt de TC OOH als vertegenwoordiger van Havas Media – RvB 04/10/2022.

Strategisch Comité Out-of-Home

Samenstelling d.d. 31/12/22

Veerle COLIN (Voorzitster SC)	JC Decaux Belgium
Hélène BAIRIOT	Dentsu Belgium
Thomas DE GREEF	GroupM Belgium
Geoffrey DEJEAN	Belgian Posters
Gert DELGOUFFE	Clear Channel Belgium
Jos VAN CAMPENHOUT (Voorzitter TC)	Outsight
An-Sofie VANDERMAELEN	Mediabrand/Rapport

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Gert DELGOUFFE is niet meer werkzaam bij Publifer, gaat naar Clear Channel en vervangt Laurence WAEGEMANS (beide Clear Channel) in het SC OOH – RvB 22/02/2022.
- Geoffrey DEJEAN vervangt Nathalie LEGOUY (beiden 2 Belgian Posters) – RvB 22/03/2022.
- Christine JEAN is niet meer werkzaam bij AG Insurance en is dus geen lid meer van het SC OOH – RvB 06/12/2022.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2022 hebben het Strategisch Comité en de Technische Commissie gewerkt aan:

- De verfijning van de gegevens door integratie van gedetailleerde verkeersgegevens in de huidige studie om de reële verkeersevoluties in de bereikscijfers weer te spiegelen;
- De uitbreiding van de scope van de studie door integratie van nieuwe treinstations en evaluatie van de mogelijkheden van bereiksmeting in winkelcentra en verkooppunten;
- De verrijking en actualisering van de OOH-studie door de evaluatie van potentiële oplossingen en leveranciers die voldoen aan de behoeften van de markt op middellange termijn.

Er zijn in 2022 tien vergaderingen van de Technische Commissie Out-of-Home geweest. Boven de hierboven vermelde punten verdiepte de Technische Commissie zich voornamelijk ook in de volgende zaken:

- De kwaliteitsaudit van het panelenpark in IMS, na de overdracht naar de OSM kaart 2020;
- De uitbreiding van het aantal in de studie gemeten treinstations, met het maken van alle gedigitaliseerde kaarten voor het modelleren van de verplaatsingen binnen de treinstations;
- De organisatie van de migratie naar een versie 2.0 van de IDS-exploitatietool;
- De voorbereiding van de publicatie van de resultaten van de golf 2023-1.

Perspectief 2023 voor de Out-of-Home studie

In 2023 zullen het Strategisch Comité en de Technische Commissie ernaar streven om concrete oplossingen te bepalen voor de toekomstige OOH-studie met nog meer gedetailleerde en actuele gegevens.

De Technische Commissie OOH zal ook blijven werken aan:

- De voltooiing van het project “Evolutie van de traffic trends”, met de evaluatie door de Technische Commissie van de betrouwbaarheid van de gegevens en de mogelijke exploitatie ervan in de huidige studie.
- De integratie van het universum van winkelcentra en verkooppunten in de studie, via de organisatie van het POC, met het oog op een ontwikkeling op grotere schaal.
- De migratie naar versie 2.0 van de IDS-exploitatiesoftware.



PERS

Er bestaan twee verschillende CIM Persstudies:

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

Echtverklaring Pers

Methodologie van de Echtverklaring Pers studie

De "Echtverklaring Pers" van het CIM houdt in dat de oplage en de verspreiding of 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 abonnementenadministratie, de rekeningen en de staten van deponhouders, enz.).

Na elke echtverklaring geeft de expert de uitgever een kopie van het voorlopige proces-verbaal van echtverklaring waarna een definitief proces-verbaal wordt opgesteld. Dit proces-verbaal bevat 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 proces-verbaal wordt aan de betrokken publicatie gegeven. Dat geldt twaalf maanden vanaf de datum van aflevering van het overeenkomstige proces-verbaal van echtverklaring. Daarnaast 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 platform.

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 vollediger overzicht van de persmerken door in dezelfde fiche gegevens over Persbereik, Internetbereik en gegevens over de verspreiding op te nemen.

CIM Press Brand Report - October 2022																										
Title																										
Periodicity xxx	Readers (CIM NRS 2022)																									
Language xxx		<table border="0"> <tr> <td>Total Reach of total Brand</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>AIR Brand</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>AIR Print + Digital versions</td> <td>xxx</td> </tr> </table>	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																									
Universe xxx	Surfers (CIM internet Nov 21-Jun 22)																									
Number of issues xxx		<table border="0"> <tr> <td>Website avg. daily surfers (Real Users)</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Apps avg. daily surfers (Real Users)</td> <td>xxx</td> </tr> </table>	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																									
	Circulation (Jan-Dec 2021 Controlled)																									
		<table border="0"> <tr> <td>Print run</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid copies (>50%)</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid subscriptions (>50%)</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid sales (<50%)*</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid affiliates (incl. in membership)</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid third party**</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Free push</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Free pull</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Other distribution (differed & raw pull)</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid digital Replica circulation</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid digital Non Replica circulation</td> <td>xxx</td> </tr> <tr> <td>Paid Web only access</td> <td>xxx</td> </tr> </table>	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 Replica circulation	xxx	Paid digital Non Replica circulation	xxx	Paid Web only access	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 Replica circulation	xxx																									
Paid digital Non Replica circulation	xxx																									
Paid Web only access	xxx																									
		<p>* Average price Paid sales (<50%): xxx €</p> <p>** Average price Paid third party: xxx €</p>																								

De Brand Reports worden twee keer per jaar gepubliceerd:

- In oktober, samen met de publicatie van de Persbereiksstudie. Deze Brand Reports bevatten de cijfers van het voorbije jaar, die gecontroleerd werden door MICC.
- In april worden de Brand Reports, die gepubliceerd werden tijdens het laatste trimester van vorig jaar, geüpdatet met de cijfers van de verklaring op erewoord, die door de uitgever ingevuld werden.

De processen-verbaal van echtverklaringen worden altijd naar de betrokken uitgevers gestuurd.

Echtverklaring Pers Controles

De controles voor de echtverklaring gebeuren op verschillende niveaus:

- door de Permanente Structuur:
 - de verklaring op erewoord (opvolging van deadline en controle van de doorgestuurde cijfers),
 - de aanwezigheid en geldigheid van het CIM label in de publicaties.
- door het externe bureau (MICC) met het opstellen van het jaarlijks proces-verbaal van echtverklaring.

Persbereiksstudie

Methodologie van de Persbereiksstudie

Doel

De CIM Persstudie meet het lezen van perstitels zowel digitaal als op papier, en dat voor alle leesmomenen en ongeacht de manier of het formaat van verspreiding (papier of digitaal). De CIM Persstudie verstrekt 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 platformen omvat (papier, digitale editie en website). De gepubliceerde web en Total Brand resultaten zijn gebaseerd op de fusie van site en app gegevens gemeten in de CIM Internet-studie met de persgegevens.

De basis Persbereiksstudie is gebaseerd op ongeveer 8.000 enquêtes, met als doel het gemiddelde bereik per nummer (LDP) van titels te meten.

Het veldwerk is gerealiseerd door IPSOS België.

Veldwerk 2022 - National Readership Survey (NRS)

Het veldwerk van de studie 2022 begon op 24/11/2021 en eindigde op 30/06/2022. Op het einde van het veldwerk werden 8.202 individuen ondervraagd met volgende rekruteringsmix: 12% face-to-face, 26% OAP, 44% RDD, 11% postaal, 7% CIM MediaWatch panel.

Het referentie-universum bestaat uit alle individuen die in België wonen, van 16 jaar en ouder. Op 01/01/2021 bedroeg dit 9.462.733 individuen.

Op 12/10/2022 werden de Persbereikcijfers 2022 gepubliceerd, en dit na 2 jaar onderbreking wegens de gevolgen van Covid op het veldwerk van 2021.

Veldwerk 2023 – Belgian Publishing Survey (BPS)

In 2022, na de evaluatie van de NRS-studie, hebben het Strategisch Comité en de Technische Commissie een tender voor een nieuwe studie gelanceerd. De tender werd in maart 2022 gestuurd naar de instituten. De belangrijkste veranderingen ten opzichte van de NRS-studie zijn:

- De integratie van non-read formaten in de studie (podcasts, video's),
- De bevestiging van een multi-source rekruteringsmethode (face-to-face, OAP, RDD, postaal, Media-Watch panel), gebaseerd op ervaringen en lessen van de afgelopen jaren.

Op basis van offertes werd de studie, voor drie jaar, toegewezen aan IPSOS. Deze nieuwe studie met een bredere scope krijgt de naam BPS (Belgian Publishing Survey).

Het eerste BPS-veldwerk is op 05/09/2022 gestart met volgende theoretische principes:

- De realisatie van 8.000 enquêtes onder de 16+ bevolking gedurende 9 maanden.
- Een hybride rekrutering waarbij 18,8% van de respondenten face-to-face worden gerekruteerd, 18,8% online (via online access panel van IPSOS), 18,8% telefonisch (Random Digit Dialing), 18,8% postaal (via bpost) en 25% via het CIM MediaWatch Panel.

Vragenlijst

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

Sinds het veldwerk 2020-2021 wordt een volledig mobile friendly vragenlijst gebruikt. De structuur van de vragenlijst werd herzien voor het veldwerk 2022 zodat deze zo dicht mogelijk aanleunt bij de structuur van de studie uit 2020. Dezelfde structuur, met een toevoeging van de non-read formaten, werd behouden in het veldwerk 2023.

Beschikbaarheid van de resultaten

De resultaten van de Persstudie zijn beschikbaar op de website van het CIM in 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 bereikaccumulatie;
- De betrouwbaarheidsintervallen;
- De sociodemografische gegevens.

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

Technische Commissie en Strategisch Comité

Technische Commissie Pers

Samenstelling d.d. 31/12/22

Bernard COOLS (Voorzitter TC)	Space
Charles-Emmanuel AMAND	IPM Group
Remi BOEL	Omnicom Media Group
Françoise FAUCHEUX	Ads & Data
Brigitte GILSON	GroupM Belgium
Francine KENLER	Rossel & Cie
Bruno LIESSE	Newsworks
Ilse PEETERS	DPG Media
Isabelle ROTSAERT	Dentsu Belgium
Linda SCHEERLINCK	Roularta Media Group
Lauranne VAN CUTSEM	Mediafin

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Françoise FAUCHEUX vervangt Luc EECKHOUT (beiden Ads & Data) – RvB 22/03/2022.
- Ester BRASPENNING is niet meer werkzaam bij WE MEDIA en maakt geen deel meer uit van de TC – RvB 08/11/2022
- Isabelle ROTSAERT vervoegt de TC Pers – RvB 06/12/2022.

Strategisch Comité Reading (Pers)

Samenstelling d.d. 31/12/22

Ilse PEETERS (Voorzitster SC)	DPG Media
Jo BOONE	Delhaize
Bernard COOLS (Voorzitter TC)	Space
Mark DAEMEN	Roularta Media Group
Christine DEFOUR	Mediabrand Belgium
Anne DELAVARENNE	Rossel & Cie
Luc EECKHOUT	Ads & Data

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Luc EECKHOUT (Ads & Data) vervangt Bart BOLLEN (Mediahuis) – RvB 22/03/2022.
- Esther BRASPENNING is niet meer werkzaam bij WE MEDIA en maakt geen deel meer uit van het SC Reading – RvB 08/11/2022.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2022 zijn er veertien vergaderingen geweest van de Technische Commissie Pers met als belangrijkste onderwerpen:

- De opvolging van het veldwerk van de studie 2022;
- De analyse van de resultaten en de publicatie van het veldwerk 2022;
- De voorbereiding en opvolging van de nieuwe tender 2023-2025;
- De voorbereiding en uitvoering van de nieuwe BPS-studie 2023 met als toevoeging non-read formaten;
- De aanpassingen aan het reglement van de Echtverklaring Pers.

Publicatie van de Persbereik resultaten

De resultaten van de laatste Persbereiksstudie 2022 zijn beschikbaar via volgende gecertificeerde exploitatiesoftwares:

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

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 2023 voor de Persbereiksstudie

In 2023 zal de Commissie de volgende elementen van dichtbij opvolgen:

- De rekruteringsmix: face-to-face, RDD, Online, bpost en CIM MediaWatch;
- De volgende publicatie, met resultaten over non-read formaten;
- De opvolging van de aanpassingen aan het reglement van de Echtverklaring pers.



RADIO

Methodologie van de CIM Radiostudie

Radio Audience Measurement (RAM)

De studie wordt uitgevoerd door GfK Belgium.

De principes van de Radiostudie in 2022 blijven vergelijkbaar met het voorgaande jaar:

- 3 golven van 8.000 observaties per jaar,
- Gebaseerd op een hybride rekruteringsmix met:
 - 50% van de respondenten die via face-to-face gerekruteerd worden
 - 30% van de respondenten die via online access panels gerekruteerd worden
 - 20% van de respondenten die via random digital dialing gerekruteerd worden
- Een continu veldwerk.

In 2022 werden dus 3 golven gepubliceerd, met als referentie-universum alle individuen van 12 jaar en ouder, die in België wonen.

RAM September -December 2021

Van woensdag 1 september 2021 tot vrijdag 31 december 2021 voor de rekrutering;

Van dinsdag 31 augustus 2021 tot donderdag 6 januari 2022 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.096 interviews, met 7.304 luisteraars en 5.061 ingevulde luisterdagboeken.

RAM January-April 2022

Van zaterdag 1 januari 2022 tot vrijdag 30 april 2022 voor de rekrutering;

Van vrijdag 31 december 2021 tot vrijdag 6 mei 2022 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.428 interviews, met 7.404 luisteraars en 5.614 ingevulde luisterdagboeken.

RAM May-August 2022

Van zondag 1 mei 2022 tot woensdag 31 augustus 2022 voor de rekrutering;

Van zaterdag 30 april 2022 tot maandag 5 september 2022 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.052 interviews, met 6.987 luisteraars en 5.423 ingevulde luisterdagboeken.

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 aanvaarden 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 moeten 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 personen 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 Dynata. 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).

Voor de telefonische rekrutering via Random Digit Dialing – RDD waarbij de enquête en het dagboek online worden ingevuld, worden de respondenten 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 het web dagboek voor de respondenten die face-to-face gerekruteerd worden).

Methodologische veranderingen in 2022

Om de rekrutering te optimaliseren, heeft het CIM sinds juli 2021 een proces van herhaalde deelname voor een deel van de respondenten voorzien.

Tijdens de face-to-face en telefonische rekrutering worden:

- 50% van de respondenten via de gebruikelijke methodes gerekruteerd.
- 50% van de respondenten meerdere keren uitgenodigd om deel te nemen aan de studie.

Sinds januari 2022 wordt de panelisatie niet meer op de online rekrutering toegepast.

De bedoeling is dat de respondenten tot 4 keer over een periode van 13 maanden het dagboek invullen. Indien de respondent weigert, heeft hij/zij alsnog de mogelijkheid om (slechts) één keer deel te nemen.

Tijdens de eerste deelname worden alle respondenten in de steekproef opgenomen (met ascriptie voor degenen die hun dagboek niet hebben teruggestuurd). Voor de volgende deelnames worden alleen de ontvangen dagboeken gebruikt.

De eerste dagboeken gerealiseerd via panelisatie werden geïntegreerd in de golf januari-april 2022.

Sinds de golf van september-december, waarvan de resultaten in 2023 zullen gepubliceerd worden, wordt het CIM MediaWatch panel toegevoegd als vierde rekruteringsbron, ter hoogte van 10%.

Radio Stream Monitor

De nieuwe meting van de trafiek van Radio over IP (Radio Stream Monitor) 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. Momenteel werkt het CIM ook samen met NeuroMedia aan de integratie van Audio on Demand (AOD) content in de Radio Stream Monitor (uitgestelde uitzending en podcasts, in eerste instantie van de deelnemende zenders). De eerste resultaten zouden in 2023 gepubliceerd moeten worden.

CIM Audio Time

In 2022 heeft het CIM de tweede golf van de CIM Audio Time studie (CAT) georganiseerd, waarmee het algemene gebruik van de audio contents en radio's wordt gemeten. Het veldwerk vond plaats van september tot december 2022. De uitvoering van deze studie werd toevertrouwd aan IPSOS.

De principes van deze studie luiden als volgt:

- Steekproef: 4.000 respondenten tussen 12 en 74 jaar
- Rekrutering: 55% CAWI via het panel van IPSOS, 45% via het CIM MediaWatch panel
- Gegevensverzameling: vragenlijst + dagboek van de dag ervoor
- Jaarlijkse publicatie.

De publicatie van deze tweede golf van de CAT-studie staat gepland in februari 2023.

Technische Commissie en Strategisch Comité

Technische Commissie Radio

Samenstelling d.d. 31/12/22

Stéphanie PIRET (Voorzitster TC)	Omnicom Media Group
Stefan DELAETER	VAR
Gaetan DOUCY	GroupM Belgium
Marco MARINI	IP Belgium
Lien MIGOM	MMS Communications Belgium
Pierre PORTUGAELS	RTBF
Jo SNOECKX	DPG Media
Ferre VANDERVREKEN	VRT

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Stéphanie VAN DEN BOSCH (Dentsu) vervoegt de TC Radio – RvB 14/05/2022.
- Gaetan DOUCY vervangt Nathalie VANDERLINDEN binnen de TC Radio (beiden GroupM) – RvB 13/09/2022.
- Stéphanie VAN DEN BOSCH (Dentsu) verlaat de TC Radio – RvB 13/09/2022.
- Isabel SANCHEZ GARCIA verlaat de TC Radio en wordt vervangen door Lien MIGOM (beiden MMS Communications Belgium) – RvB 08/11/2022.

Strategisch Comité Listen (Radio)

Samenstelling d.d. 31/12/22

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

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2022 zijn er 11 vergaderingen geweest van de Technische Commissie Radio. De agenda bestond uit de volgende hoofdonderwerpen:

- De opvolging van het veldwerk van de RAM-studie en de voorbereiding van de publicaties;
- De opvolging van de integratie van het MediaWatch panel in de rekruteringsmix en de impact op de resultaten;
- De opvolging en validatie van een nieuwe ascriptie-methode van de resultaten voor 2023;
- De opvolging van de panelisatie van de respondenten van de RAM-studie en de impact op de resultaten;
- De opvolging van de tweede editie van CIM Audio Time (CAT);
- De opvolging van de integratie van AOD in de Radio Stream Monitor meting.

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 sociodemografische criteria;
- Algemeen overzicht van teruggestuurde dagboeken, met 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 planningssoftwares verdeeld aan hun klanten:

- Radio Reporter en Radio Planning van adWare
- Radiotrack van OMD
- PopRadio van PopCorn
- Eval Media van Peaktime
- AllMedia Desk Suite van All Media Desk

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 Noord – Cumul Sept 2021 – Augustus 2022

Zenders	Gemiddeld dagbereik (%)	Gemiddeld dagbereik ('000)	Marktaandeel (%)
Radio 2	21,0	1 202,8	28,60
Qmusic	13,4	770,8	12,80
MNM	9,2	528,7	7,60
Studio Brussel	7,8	445,3	7,90
Radio 1	10,2	587,4	8,70
Joe	7,9	454,0	10,10
Nostalgie NL (solo)	5,9	337,0	6,00
Klara	2,8	161,4	2,40
TopRadio	1,1	62,9	1,10
MNM Hits	1,0	56,2	0,80
Klara Continuo	0,6	34,6	0,50
NRJ Vlaanderen	0,5	30,4	0,40

Bereik Zuid – Cumul Sept 2021 – Augustus 2022

Zenders	Gemiddeld dagbereik (%)	Gemiddeld dagbereik ('000)	Marktaandeel (%)
Nostalgie (FR)	11,6	492,5	14,80
VivaCité (RTBF)	12,3	526,2	13,40
Contact FR	10,9	464,6	12,50
Bel RTL	10,1	430,1	11,10
Classic 21 (RTBF)	8,0	341,7	11,00
La Première (RTBF)	7,4	315,8	6,60
NRJ	5,9	252,1	5,10
Tipik (RTBF)	4,0	171,3	3,90
Fun Radio	3,0	128,2	2,30
Musiq'3 (RTBF)	1,9	81,1	2,00
DH Radio	1,1	45,6	1,10
Chérie	0,5	19,7	0,40

Perspectief 2023 voor de Radiostudie

In 2023 zal de Technische Commissie Radio de volgende dossiers nauwlettend blijven volgen:

- De uitvoering van een nieuwe RAM-contract met een uitbreiding van de panelisatie en het overnemen van de telefonische rekrutering door GfK (vroeger IPSOS);
- De toevoeging van het CIM MediaWatch panel als bijkomende rekruteringsbron;
- De publicatie van de 2^{de} golf van de CIM Audio Time studie;
- De opvolging en het opstarten van de Audio on Demand meting.



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 op het nationale grondgebied woont aan de hand van een representatief panel van deze bevolking (sinds 1997). Het Strategisch Comité Watch heeft een nieuw TAM-contract getekend met GfK Belgium voor de periode 2019-2025, met inbegrip van de vervanging van de Kantar meters door GfK 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 Persstudies die zich bereid verklaarden om deel te nemen aan andere CIM-studies;
- Een maandelijks selectie van 100 adressen of meer indien nodig;
- Telefonische contactnaam;
- Face-to-face gesprek;
- Installatie.

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

Sinds juni 2021 rekruteert GfK ook binnen het GfK Consumer Panel, op avondmarkten aan de kust, op babybeurzen en er werd een online campagne gelanceerd. De respons van deze nieuwe rekruteringsmethodes ligt hoger dan willekeurige telefoonnummers bellen. GfK heeft in 2022 jonge gezinnen gerekruteerd via babybeurzen en overweegt ook andere rekruteringsmethodes.

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

Sinds 26 oktober 2021 is het TAM-panel voor 100% voorzien van GfK Telecontrol-meters. Met het oog op de meting van digitale televisiezenders 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 die enkel gebruikt wordt in geval van simulcast: als hetzelfde geluid en beeld op meerdere zenders op hetzelfde moment.

Dataverzameling en -verwerking

De Telecontrol audimeters zijn uitgerust met een 4G module en sturen de gegevens (geluidsamples, wie kijkt, op welk toestel) op continue basis door naar GfK. De gegevens van de audimeter worden vervolgens vergeleken met de samples van de reference site om aan een zender toe te wijzen. De gegevens worden gecontroleerd op kwaliteit en betrouwbaarheid, en tot slot gewogen om geleverd te worden aan de markt.



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 (31/12/2022)

VRT	Canvas, Eén, Ketnet
DPG Media	Comedy Central, Discovery Channel (NL), Eurosport 1 (NL), Investigation Discovery, MTV (FR), MTV (NL), Nickelodeon (FR), Nickelodeon (NL), Nickelodeon JR (NL), TLC, VTM, VTM2, VTM3, VTM4, VTM Gold, VTM Kids
Ads & Data	BBC First, History Channel (NL), Njam!, Play Sports Open, Play4, Play5, Play6, Play 7, Dobbit TV (NL)
RMB	AB3, ABXplore, La Une, La Trois, Les News 24, Tipik
IP Belgium	Club RTL, Plug RTL, RTL-TVI, TF1, TMC
Transfer	13 ^{ième} rue (FR), C8, Canal Z (FR), Cartoon Network (FR), Cartoon Network (NL), Disney Channel (FR), Disney Channel (VL), Disney Junior (FR), Disney Junior (NL), Eclips TV, Eleven 1 (FR), Eleven 1 (NL), Eleven 2 (FR), Eleven 2 (NL), Eleven Pro League 1 (FR), Eleven Pro League 1 (NL), Eleven Pro League 2 (FR), Eleven Pro League 2 (NL), Fox, Kanaal Z (NL), Ment TV (NL), National Geographic (FR), National, Geographic (NL), PlattelandsTV, Syfy (FR), Xite

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

De identificatie gebeurt op 3 niveaus:

1. Uitzendingen (programma's of programmaonderdelen).
2. Advertenties (spots, jingles, autopromo).

In de horodatage worden alle uitgezonden spots en jingles opgenomen.

3. Reclameblokken.

Dit zijn de blokken met de jingles aan het begin en het einde van het reclameblok. Bij de aanmaak van de exploitatiebestanden worden de verschillende reclameblokken afgebakend. De duurtijd stemt overeen met de totale duurtijd van alle spots, autopromo plus eventueel de duurtijd van de jingles.

Voor de periode 2021-2022 gebeurde de CIM Horodatage door Nielsen volgens een gedifferentieerd systeem waarbij elke zender de perimeter van zijn horodatage kiest:

1. Normal: Programma's en reclame
2. Light: Alleen reclame

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

Technische Commissie en Strategisch Comité

Technische Commissie Televisie

Samenstelling d.d. 31/12/22

Remi BOEL (Voorzitter TC)	Omnicom Media Group
Pieter BERGER	Maxus Belgium
Bernard COOLS	Space
Ariane DEBEUR	RTL Belgium
Jo MARTENS	VRT
Jeroen PEETERS	DPG Media
Sandrine PENNINGCKX	RMB
Gauthier PIRET	Transfer
Isabelle ROTSAERT	Dentsu Belgium
Isabel SANCHEZ GARCIA	MMS Communications Belgium
Rikkert VAN LOO	Ads & Data

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Yvon COLLETTE vervangt Livy BEENENS (beiden MMS Communications Belgium) in de TC – RvB 22/03/2022.
- Pauline MADHLOOM (DPG Media) treedt toe tot de TC om Katrien BERTE en Tim VAN DOORSLAER (beiden ook DPG Media) te vervangen – RvB 21/06/2022.
- Pauline MADHLOOM heeft een nieuwe functie bij DPG Media. Tim VAN DOORSLAER vervangt haar tot december 2022 – RvB 13/09/2022.
- Isabel SANCHEZ GARCIA (MMS Communications Belgium) treedt toe tot de TC en vervangt Yvon COLLETTE die MMS Communications Belgium verlaat – RvB 08/11/2022.
- Jeroen PEETERS (DPG Media) treedt toe tot de TC om Tim VAN DOORSLAER (DPG Media) te vervangen – RvB 06/12/2022.
- Isabelle ROTSAERT (Dentsu) wenst lid te worden van de TC TV – RvB 06/12/2022.

Strategisch Comité Watch (TV)

Samenstelling d.d. 31/12/22

Tim VAN DOORSLAER (Voorzitter SC)	DPG Media
Remi BOEL (Voorzitter TC)	Omnicom Media Group
Wilfried CELIS	DPG Media
Bernard COOLS	Space
Ariane DEBEUR	RTL Belgium
Wout DOCKX	VIA
Luc ECKHOUT	Ads & Data
Sergio FERRI	GroupM Belgium
Quinten GALLE	DPG Media
Zaki LAHBIB	UBA
Frédéric MARTINS	ING België
Sandrine PENNINGCKX	RMB
Gauthier PIRET	Transfer
Stéphanie RADOCHITZKI	Mediabrand Belgium
Annelore VAN HOVE	Delhaize
Anny WUYTS	VAR

Wijziging in de loop van het jaar:

- Ludovic DE BARRAU verlaat IP/RTL Belgium en verlaat het SC – RvB 13/09/2022.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en het Strategisch Comité

Het Strategisch Comité Watch 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 onderzoekstrajecten uitgeschreven:

TV-content op alle schermen

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

Sinds september 2020 omvatten de openbare tv-resultaten ook kijkers die een volledig tv-programma op andere schermen kijken. Sinds 1 januari 2021 is dit ook het geval voor fragmenten, sinds 11 juni 2021 voor live programma's, en op 13 december 2022 hebben we preview gegevens voor tv-programma's uitgezonden vanaf 1 januari 2022.

In de loop van 2020 werd een database met dashboards gebouwd die toelaat om de OVC-gegevens in de verschillende tv-sofwares te kunnen identificeren en controleren. In 2021 werd dit platform verder ontwikkeld om het opsporen van incorrecte en ontbrekende gegevens te vereenvoudigen aan de hand van overzichtelijke dashboards, waaraan alerts per mail naar de betrokken personen gekoppeld waren. In 2022 hebben we bijkomende formules gedefinieerd en toegepast om de kwaliteit van live en preview te controleren. Deze verificatie wordt in 2023 geautomatiseerd en geïntegreerd in het OVC-Platform.

Momenteel wordt een deel van de online video consumptie noch door de TAM, noch door OVC gemeten: online video consumptie op het eerste scherm bekeken in preview en later dan 7 dagen na de live uitzending. Om het Total Video window compleet te maken, is in 2022 de implementatie gestart van de meting van online trafiek op het eerste scherm via ingebouwde Smart TV apps, ingebouwde STB-apps en via cas-

ting devices. In 2023 implementeren we het dataverwerkingsproces om de consumptie op het eerste scherm in preview en TSV+8- 28 (die niet door de TAM, noch door de huidige OVC-meting gedekt wordt) toe te voegen aan de rapportering.

Tot nu toe meten we tv-identieke programma's die online bekeken worden, terwijl broadcasters ook native web series en online afgeleiden van tv-programma's produceren. Vanaf 2023 zullen ook voor deze web exclusieve content ratings berekend worden zodat regies voor hun complete aanbod van tv en online video content over ratings beschikken.

De ontwikkeling van de ToVA Planner

In oktober 2022 werd de CIM Total Video Advertising Planner gelanceerd voor de strategische planning van tv, het instream video aanbod van lokale broadcasters en publishers, en YouTube. Deze perimeter zal verder uitgebreid worden in 2023 met het instream video aanbod van een tweede internationale speler (Twitch) en van lokale radiostations, en het aanbod van lokale outstream videospelers, internationale sociale media platformen en streaming services.

Eind 2022 is er een ToVA Taskforce samengesteld. Deze Taskforce zal in 2023 een aanpak uitwerken om gebruik te maken van geobserveerde gegevens van online campagnes (op lokale en internationale platformen) om de ToVA Planner verder te ontwikkelen voor tactische planning en post-buy campagne evaluaties.

Dynamic Ad Insertion (DAI) op het 1^{ste} scherm

Sinds 2018 wordt het bereik van spots binnen de TAM-resultaten gecorrigeerd voor addressable advertising (AA). Deze correctie wordt toegepast voor de regies die AA aanbieden. In 2019 was dit SBS Belgium, sinds maart 2020 ook DPG Media en IP Belgium en sinds eind 2021 RMB.

In de zomer startten DPG en SBS een samenwerking op met Telenet en Proximus voor de uitrol van reclameblokken voor en na uitgesteld bekeken programma's die niet kunnen doorgespoeld worden en waarvan de advertenties via digitale ad servers (adserver-to-adserver, kortweg A2A) uitgeleverd worden. In een eerste fase zijn de reclameadvertenties binnen die blokken identiek aan de lineaire blokken. Vanaf eind 2022 kunnen de blokken een mix zijn van lineaire en digitale campagnes.

Om de verschillende types van DAI (AA, A2A) te meten is er in 2021 een nieuwe research track gedefinieerd. In 2022 werd een meetoplossing geïmplementeerd die toelaat om de 'identieke' blokken in uitgesteld kijken correct toe te wijzen aan de zender. In 2023 wordt een oplossing uitgewerkt om de mix van lineaire en digitale advertenties te meten.

Verrijking van de TAM-meting met gegevens van set-top-boxen

Het gebruik van een panel alleen volstaat niet langer om het toenemend aantal zenders en de opkomst van DAI-campagnes voldoende granulair te meten. In 2021 is er een overeenkomst gesloten tussen de zenders in het Noorden en de telecom operatoren Telenet en Proximus om de gegevens van set-top-boxen te delen met het CIM ter verrijking van de TAM-gegevens.

De gegevens van deze set-top-boxen zijn potentieel waardevol:

- Het merendeel van de tv-consumptie gebeurt via de set-top-boxen van deze twee operatoren;
- De box registreert de bekeken kanalen, het tijdstip van kijken en omvat informatie over DAI.

Voor de uitwerking van dit project in 2022 heeft het CIM IPSOS Mori geselecteerd:

- In een eerste concept test worden de TAM- en Telenet-data onderzocht om een model te definiëren die de datasets samenbrengt.
- In een tweede concept test wordt ook gebruik gemaakt van Proximus-data om het model te testen, te valideren en te verfijnen.

In 2022 heeft het CIM een overeenkomst gesloten met Telenet en Proximus voor het gebruik van de geregistreerde kijksequenties van een representatieve staal aan set-top-boxes. In 2023 zal IPSOS Mori verschillende testen uitvoeren zodat het CIM kan beslissen of en hoe de gegevens geïntegreerd worden in de dagelijkse tv-currency.

Identificatie van Ander Scherm Gebruik op het 1^{ste} scherm

De TAM rapporteert:

- TV-kijken op niveau van de zender (122 zenders), programma's en reclame (voor 63 van de 122 zenders);
- Ander Scherm Gebruik zonder onderscheid tussen tv-zenders, streaming services of andere.

Om zoveel mogelijk Ander Scherm Gebruik te identificeren, zijn er verschillende oplossingen onderzocht. Eind 2022 is er beslist om te onderzoeken hoe de consumptie van de belangrijkste streaming services in kaart gebracht kan worden, met de bedoeling om in 2023 een meetoplossing te testen.

Besparingen in de horodatage

Op 1 januari 2021 gingen de volgende besparingsmaatregelen op de horodatage van kracht:

- 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 in Diemen voorzien.

Verder zijn er in de loop van 2020 tests gestart om de Time Logging te vervangen door As Runs en Planning Files. Deze files geven een overzicht van de geplande programma's en campagnes en hun bijhorende tijdstip. Voor zenders en regies die de files in eigen beheer hebben en waarvan het tijdstip weinig verschilt met het effectieve tijdstip (zoals vastgesteld in horodatage) kunnen deze files de horodatage en bijhorende kost ervan vervangen. In 2021 en 2022 werd de vervanging van Time Logging voorbereid:

- De ontwikkeling van een dashboard dat verschillen tussen de files weergeeft.
- De bepaling van een template, de As Runs, met specificaties over de inhoud.
- Een overzicht van zenders en regies die de overschakeling kunnen maken en op welk tijdstip de verschillende inhoudelijke elementen kunnen geleverd worden.
- De productie van As Run bestanden en validatie door Nielsen.

Tijdens gesprekken over het potentieel van As Runs was voorgesteld om een tender uit te werken voor de verschillende delen van Horodatage (Time Logging, Spot Certificatie, MDB Valorisatie). Uiteindelijk is in 2022 beslist om geen tender te organiseren. Vanaf 2023 staat Nielsen in voor de Horodatage en de monitoring van As Runs, en maakt hiervoor gebruik van de D-Mat codering. Op 1 januari zullen er 21 zenders Time Logging vervangen door As Runs.

Virtuele Populatie

Sinds 2019 wordt de Golden Standard voor de TV-studie gebaseerd op de virtuele populatie van het CIM. De Golden Standard bepaalt het tv-universum en de wegingscriteria van het TAM-panel. Ook in 2022 was de Golden Standard volledig gebaseerd op de virtuele populatie.

Crossmedia panel

Met het oog op de integratie van video kijken op alle schermen, heeft het Strategisch Comité XMedia in 2020 al een aantal scenario's uitgeschreven voor het creëren van een single source panel. Dat moet toelaten om de fusie van televisie en online kijken te kalibreren.

In 2021 is de Vlaamse overheid een crossmediaal meten initiatief gestart met gemengde financiering van de overheid en een consortium van Vlaamse mediabedrijven. Als dit project wordt goedgekeurd, zal het CIM dit ondersteunen, te beginnen met de organisatie van een tender en later met het projectmanagement. De Vlaamse Overheid heeft een aanmeldingsprocedure opgestart bij de Europese Commissie. In afwachting van een goedkeuring heeft de CIM een overeenkomst met het XMedia Consortium (XMC) uitgewerkt die de modaliteiten van de samenwerking en het gebruik van het panel voor de komende jaren bepaalt.

Binnen de Strategische Comités Watch en XMedia wordt bekeken of dit xMM panel de rol van single source panel kan vervullen.

Televisiecontroles

Gezinnen die over een langere periode van tijd een hoog percentage van uncovered viewing (UV) 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.

Zoals elk jaar werden er ook in 2022 twee coïncidente 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 regio's 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 31/12/2022 zijn er 65 deelnemers aan de Grote Audimetrie.

Maandelijkse zenderrapporten (MZR)

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

Op 31/12/2022 waren er 8 intekenaars voor de Kleine Audimetrie: Eleven 3 (FR), Eleven 3 (NL), Studio 100 (FR), Studio 100 (NL), Dobbit TV (FR), TV Plus, Sport 10 en E! Entertainment (NL).

Enkele resultaten van de CIM TV-studie

Het grote publiek heeft toegang tot een dagelijkse, wekelijkse en maandelijkse 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 en Zuid);
- De Top 100 allertijden van de best bekeken programma's sinds het begin van de meting (Noord en Zuid);
- De marktaandeelen 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 2022 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 2022 publiceert het CIM het aantal kijkers alle schermen (= de kijkcijfers van live en uitgesteld kijken op het klassieke tv-scherm en de online bekeken programma's en fragmenten die in preview, live of achteraf bekeken werden).
- Hoogste kijkcijfers van het jaar, reclameblokken niet inbegrepen.
- Programma's langer dan 15 minuten.
- De programma's zijn ontubbeld (= 1 programma kan slechts eenmaal in de toplist 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. bereik/1.000
1	THE MASKED SINGER	entertainment / music	VTM	28/01/22	1905,33
2	VB. WK. SCHIFT. - BELGIE/CANADA	sport / football	EEN	23/11/22	1893,70
3	TABOE	knowledge / human interest / society	EEN	9/01/22	1767,68
4	VB. WK. SCHIFT. - BELGIE/MAROKKO	sport / football	EEN	27/11/22	1764,07
5	VB. WK. FIN - ARGENTINIE/FRANKRIJK	sport / football	EEN	18/12/22	1680,82
6	FACTCHECKERS	knowledge / human interest / society	EEN	11/01/22	1604,29
7	VB. WK. SCHIFT. - KROATIE/BELGIE	sport / football	EEN	1/12/22	1597,93
8	TWEE ZOMERS	fiction / thriller	EEN	6/02/22	1585,28
9	CHATEAU PLANCKAERT	knowledge / human interest / society	EEN	20/02/22	1580,41
10	REIZEN WAES, NEDERLAND	lifestyle / travel / tourism	EEN	3/01/22	1468,67
11	DE MOL	entertainment / game	PLAY4	27/03/22	1422,80
12	CHANTAL	fiction / popular drama / comedy	EEN	18/09/22	1422,41
13	VB. WK. 1/2F - FRANKRIJK/MAROKKO	sport / football	EEN	14/12/22	1380,43
14	ANDERMANS ZAKEN	knowledge / human interest / society	EEN	31/01/22	1349,32
15	VREDE OP AARDE	entertainment / talk	EEN	5/01/22	1347,31
16	REIZEN WAES, WERELDSTEDEN	lifestyle / travel / tourism	EEN	17/04/22	1336,50
17	THUIS	fiction / popular soap	EEN	1/02/22	1310,84
18	DOWN THE ROAD	knowledge / human interest / society	EEN	29/08/22	1285,35
19	UNDERCOVER	fiction / psychologic drama / melodrama	EEN	9/01/22	1260,64
20	DWARS DOOR DE LAGE LANDEN	knowledge / human interest / society	EEN	18/04/22	1239,04
21	HET 7 UUR-JOURNAAL	information / general news	EEN	24/02/22	1229,27
22	DE ALLERSLIMSTE MENS TER WERELD	entertainment / game	PLAY4	10/11/22	1209,46
23	WIELRENNEN. RONDE VAN VLAANDEREN H.	sport / cycling (road)	EEN	3/04/22	1193,90
24	HET HUIS - WIM LYBAERT	knowledge / human interest / society	EEN	12/12/22	1179,82
25	SWITCH	entertainment / game	EEN	5/01/22	1170,94
26	VELDRIJDEN. WK. FAYETTEVILLE H.	sport / cycling (cross)	EEN	30/01/22	1166,43
27	DELPHINE, MIJN VERHAAL	knowledge / human interest / society	EEN	12/01/22	1149,54
28	IEDEREEN BEROEMD	knowledge / human interest / society	EEN	18/01/22	1127,78
29	DE VERRADERS	entertainment / game	VTM	7/02/22	1109,14
30	OEKRAINE 12-12	information / special event	EEN,VT-M,PLAY4	2022-03-17	1100,19
31	EUROVISIE SONGFESTIVAL - FINALE	entertainment / music	EEN	14/05/22	1090,52
32	VB. WK. 1/4F - NEDERLAND/ARGENTINIE	sport / football	EEN	9/12/22	1076,57
33	VB. WK. 1/2F - ARGENTINIE/KROATIE	sport / football	EEN	13/12/22	1075,27
34	VELDRIJDEN. MIDDELKERKE H.	sport / cycling (cross)	EEN	9/01/22	1059,52
35	ONDER VUUR	fiction / psychologic drama / melodrama	EEN	18/12/22	1056,42
36	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/POLEN	sport / football	VTM	8/06/22	1024,81
37	HET HOGE NOORDEN	knowledge / human interest / society	EEN	27/12/22	1023,01
38	DE JAREN 80 VOOR TIENERS	entertainment / variety	EEN	3/03/22	1020,53
39	SPORTWEEKEND	sport / all sports	EEN	6/02/22	1020,31
40	JAMES, DE MUSICAL	entertainment / music	PLAY4	13/01/22	1016,68
41	LOST LUGGAGE	fiction / police, spying, détective	EEN	20/03/22	1005,76
42	THE VOICE KIDS - THE BLIND AUDITIONS	entertainment / music	VTM	8/04/22	993,15
43	THE VOICE VAN VLAANDEREN - THE BLIND AUDITIONS	entertainment / music	VTM	7/10/22	983,64
44	1 JAAR GRATIS	entertainment / game	EEN	24/02/22	981,22
45	OVER ETEN	lifestyle / cooking / food / drink	EEN	31/08/22	974,43
46	HOTEL ROMANTIEK	entertainment / love / dating	EEN	23/10/22	970,18
47	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - POLEN/BELGIE	sport / football	VTM	14/06/22	959,05
48	BLIND GETROUWD	entertainment / love / dating	VTM	14/11/22	957,76

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. bereik/1.000
49	KAMAL KHARMACH, MAG IK EVEN?	entertainment / humour	EEN	31/12/22	947,72
50	PAOLA, COTE JARDIN	knowledge / human interest / society	EEN	20/02/22	944,57
51	FERRY	fiction / thriller	EEN	16/01/22	938,92
52	RESTAURANT MISVERSTAND	knowledge / human interest / society	EEN	16/03/22	927,71
53	PANO	information / current affair	EEN	2/02/22	919,85
54	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/NEDERLAND	sport / football	VTM	3/06/22	916,77
55	UNCLE MARTIN	knowledge / human interest / society	EEN	27/09/22	915,50
56	DE KEMPING	knowledge / human interest / society	EEN	1/03/22	910,48
57	VB. WK. 1/4F - ENGELAND/FRANKRIJK	sport / football	EEN	10/12/22	908,49
58	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - WALES/BELGIE	sport / football	VTM	11/06/22	908,24
59	NIEUWS 19U VTM	information / general news	VTM	18/02/22	899,61
60	CODE VAN COPPENS	entertainment / game	VTM	4/12/22	896,32
61	VB. WK. SCHIFT. - SPANJE/DUISSLAND	sport / football	EEN	27/11/22	893,70
62	BLIND GEKOCHT	lifestyle / home / decorating	PLAY4	26/05/22	890,75
63	NIETS GAAT OVER	knowledge / human interest / society	EEN	2/02/22	889,25
64	WIELRENNEN. RONDE VAN FRANKRIJK - RIT 18 LOURDES>HAUTACAM	sport / cycling (road)	EEN	21/07/22	885,40
65	TOKIO 2020	information / special event	EEN	9/01/22	885,31
66	DE VERHULSTJES	knowledge / human interest / society	PLAY4	7/02/22	875,00
67	FIFA WORLD CUP QATAR 2022	sport / football	EEN	23/11/22	873,94
68	LIEFDE VOOR MUZIEK	entertainment / music	VTM	11/04/22	871,53
69	DE NOODCENTRALE	knowledge / human interest / society	EEN	5/06/22	869,43
70	VELDRIJDEN. WK. FAYETTEVILLE - BELOFTEN H.	sport / cycling (cross)	EEN	29/01/22	863,76
71	LOSLOPEND WILD	entertainment / humour	EEN	22/02/22	863,30
72	WIELRENNEN. RONDE VAN FRANKRIJK - RIT 16 CARCAS-SONNE>FOIX	sport / cycling (road)	EEN	19/07/22	859,69
73	BLOKKEN	entertainment / game	EEN	31/01/22	853,84
74	DERTIGERS	fiction / psychologic drama / melodrama	EEN	17/01/22	849,55
75	WIELRENNEN. PARIJS-ROUBAIX H.	sport / cycling (road)	EEN	17/04/22	849,21
76	VLAANDEREN FEEST	entertainment / music	EEN	11/07/22	848,29
77	JUNIOR OP ZOEK NAAR DE LIEFDE	knowledge / human interest / society	EEN	19/04/22	847,35
78	FC DE KAMPIOENEN 4, VIVA BOMA	fiction / popular drama / comedy	EEN	1/01/22	845,21
79	#WEETIKVEEL	knowledge / human interest / society	EEN	13/01/22	842,26
80	HOMO UNIVERSALIS	entertainment / young amusement	EEN	1/10/22	835,38
81	RADIO 2 ZOMERHIT	entertainment / variety	EEN	20/08/22	832,83
82	KOM OP TEGEN KANKER, ALLES IN DE STRIJD	knowledge / human interest / society	EEN	3/11/22	831,15
83	FAMILIE	fiction / popular soap	VTM	6/01/22	827,21
84	ZORGEN VOOR MAMA	knowledge / human interest / society	EEN	6/06/22	822,87
85	VIVE LE VELO	sport / cycling (road)	EEN	3/07/22	822,84
86	VELDRIJDEN. HULST H.	sport / cycling (cross)	EEN	2/01/22	821,54
87	VB. WK. SCHIFT. - BRAZILIE/SERVIE	sport / football	EEN	24/11/22	820,94
88	FC DE KAMPIOENEN	fiction / popular drama / comedy	EEN	17/12/22	816,13
89	VELDRIJDEN. MIDDELKERKE - JUNIOREN H.	sport / cycling (cross)	EEN	9/01/22	814,89
90	VB. WK. B.FIN - KROATIE/MAROKKO	sport / football	EEN	17/12/22	806,49
91	FLIKKEN MAASTRICHT	fiction / police, spying, détective	EEN	5/06/22	803,83
92	DANCING WITH THE STARS	entertainment / music	PLAY4	12/02/22	800,57
93	VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/WALES	sport / football	VTM	22/09/22	786,86
94	MENEER VANNESTE	knowledge / human interest / society	EEN	26/05/22	777,15
95	DALGLIESH	fiction / police, spying, détective	EEN	7/01/22	770,88
96	WIELRENNEN. RONDE VAN VLAANDEREN D.	sport / cycling (road)	EEN	3/04/22	765,81
97	VB. WK. 1/4F - MAROKKO/PORTUGAL	sport / football	EEN	10/12/22	764,84

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. bereik/1.000
98	DE NOTARIS	knowledge / human interest / society	EEN	10/03/22	763,60
99	THE REPAIR SHOP	lifestyle / miscellaneous	EEN	29/08/22	762,38
100	ERFGENAAM GEZOCHT	knowledge / human interest / society	VTM	29/12/22	756,97

Top 100 Zuid

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. bereik/1.000
1	FOOT. CM. ELIM. - BELGIQUE/CANADA	sport / football	La Une	2022-11-23	1232,34
2	FOOT. CM. ELIM. - BELGIQUE/MAROC	sport / football	La Une	2022-11-27	1058,65
3	FOOT. CM. ELIM. - CROATIE/BELGIQUE	sport / football	La Une	2022-12-01	1024,82
4	FOOT. CM. FIN - ARGENTINE/FRANCE	sport / football	La Une	2022-12-18	968,59
5	FOOT. CM. 1/2F - FRANCE/MAROC	sport / football	Tipik	2022-12-14	935,31
6	RTL INFO 19H	information / general news	RTL-TVI	2022-02-28	722,70
7	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/POLOGNE	sport / football	RTL-TVI	2022-06-08	713,58
8	EDITION SPECIALE - LE 19.30	information / special event	La Une	2022-02-24	706,14
9	FOOT. CM. 1/4F - ANGLETERRE/FRANCE	sport / football	Tipik	2022-12-10	700,37
10	FOOT. CM. 1/2F - ARGENTINE/CROATIE	sport / football	Tipik	2022-12-13	693,99
11	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - POLOGNE/BELGIQUE	sport / football	RTL-TVI	2022-06-14	680,95
12	FACE AU JUGE	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-02-06	650,66
13	RTL INFO EDITION SPECIALE	information / general news	RTL-TVI	2022-02-27	646,64
14	LE 19.30	information / general news	La Une	2022-03-01	641,47
15	HPI, HAUT POTENTIEL INTELLECTUEL	fiction / police, spying, détective	La Une	2022-05-24	633,29
16	STAR ACADEMY	entertainment / music	TF1	2022-10-15	631,70
17	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/PAYS DE GALLES	sport / football	RTL-TVI	2022-09-22	628,13
18	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - PAYS-BAS/BELGIQUE	sport / football	RTL-TVI	2022-09-25	612,23
19	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/PAYS-BAS	sport / football	RTL-TVI	2022-06-03	599,50
20	PAOLA, COTE JARDIN	knowledge / human interest / society	La Une	2022-02-18	592,32
21	FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - PAYS DE GALLES/BELGIQUE	sport / football	RTL-TVI	2022-06-11	590,46
22	ENQUETES	information / current affair	RTL-TVI	2022-02-22	569,62
23	JEUDI EN PRIME	information / economy / politics / society affairs	La Une	2022-02-24	556,01
24	FOOT. CM. 1/4F - PAYS-BAS/ARGENTINE	sport / football	Tipik	2022-12-09	551,97
25	MARIES AU PREMIER REGARD	entertainment / love / dating	RTL-TVI	2022-04-03	551,12
26	TOP CHEF	lifestyle / cooking / food / drink	RTL-TVI	2022-02-21	541,25
27	FOOT. CM. 1/4F - MAROC/PORTUGAL	sport / football	Tipik	2022-12-10	531,11
28	APPEL D'URGENCE	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-03-06	530,49
29	LE GRAND BETISIER DES ANIMAUX	entertainment / humour	RTL-TVI	2022-01-01	529,51
30	STROMAE FORMIDABLE MAESTRO	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-02-20	504,03
31	RTL INFO LES BELGES FACE A LA CRISE, COMMENT S'EN SORTIR?	information / general news	RTL-TVI	2022-10-19	500,93
32	FOOT. AMICAL - BELGIQUE/BURKINA FASO	sport / football	La Une	2022-03-29	489,46
33	QR L'ACTU	knowledge / human interest / society	La Une	2022-01-31	483,72
34	RESTOS DU COEUR, UN AIR D'ENFOIRES	entertainment / variety	TF1	2022-03-04	480,46
35	FOOT. CM. ELIM. - FRANCE/AUSTRALIE	sport / football	Tipik	2022-11-22	475,39
36	FOOT. CM. 1/8F - FRANCE/POLOGNE	sport / football	Tipik	2022-12-04	466,98
37	L'AMOUR EST DANS LE PRE	entertainment / love / dating	RTL-TVI	2022-11-20	466,92
38	FOOT. C1 UEFA FIN - LIVERPOOL/R.MADRID	sport / football	RTL-TVI	2022-05-28	462,06
39	FOOT. CM. 1/4F - CROATIE/BRESIL	sport / football	Tipik	2022-12-09	451,75
40	LES ORAGES DE LA VIE	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-12-20	450,99
41	EN ROUTE AVEC LA POLICE	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-05-29	449,59

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. bereik/1.000
42	HARRY POTTER, RETOUR A POUDLARD 20E ANNIVERSAIRE	knowledge / photo / film / cinema	Tipik	2022-01-02	449,26
43	FOOT. CM. 1/8F - MAROC/ESPAGNE	sport / football	Tipik	2022-12-06	446,18
44	FOOT. CM. ELIM. - FRANCE/DANEMARK	sport / football	Tipik	2022-11-26	444,75
45	BALTHAZAR	fiction / police, spying, détective	La Une	2022-02-10	444,53
46	FOOT. CM. ELIM. - ESPAGNE/ALLEMAGNE	sport / football	Tipik	2022-11-27	442,35
47	FOOT. CM. ELIM. - QATAR/EQUATEUR	sport / football	La Une	2022-11-20	442,29
48	PANDORE	fiction / popular drama / comedy	La Une	2022-02-13	440,17
49	IMAGES A L'APPUI	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-03-07	437,72
50	EDITION SPECIALE - LE 13 HEURES	information / special event	La Une	2022-03-20	437,03
51	COUTE QUE COUTE	lifestyle / consumer advice	RTL-TVI	2022-01-19	436,73
52	FOOT. CM. ELIM. - BRESIL/SERBIE	sport / football	Tipik	2022-11-24	436,60
53	FOOT. CM. 1/8F - PORTUGAL/SUISSE	sport / football	Tipik	2022-12-06	431,06
54	MENACE SUR KERMADEC	fiction / psychologic drama / melodrama	La Une	2022-01-23	427,41
55	RTL INFO EDITION SPECIALE - ROYAUME-UNI	information / general news	RTL-TVI	2022-09-09	425,38
56	LE JARDIN EXTRAORDINAIRE	knowledge / nature / environment	La Une	2022-03-20	424,97
57	FRANCOIS PIRETTE, MAD IN BELGIUM	entertainment / humour	RTL-TVI	2022-12-25	423,42
58	FOOT. CM. FIN.B - CROATIE/MAROC	sport / football	Tipik	2022-12-17	422,02
59	THE VOICE BELGIQUE - LES BLINDS AUDITIONS	entertainment / music	La Une	2022-02-01	420,90
60	LES COMBATTANTES	fiction / psychologic drama / melodrama	La Une	2022-09-20	416,95
61	112 HELICO D'URGENCE	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-11-20	415,89
62	VIVA FOR LIFE	entertainment / miscellaneous	La Une	2022-12-23	414,39
63	RTL INFO 13H	information / general news	RTL-TVI	2022-03-20	413,71
64	CAMPING PARADIS	fiction / popular drama / comedy	RTL-TVI	2022-01-09	413,70
65	FOOT. CM. 1/8F - ANGLETERRE/SENEGAL	sport / football	Tipik	2022-12-04	412,87
66	FOOT. C1 UEFA 1/2F - R. MADRID/MANCHESTER C.	sport / football	Club RTL	2022-05-04	410,69
67	MEURTRES A PORQUEROLLES	fiction / police, spying, détective	La Une	2022-03-20	410,10
68	MEURTRES A FIGEAC	fiction / thriller	La Une	2022-03-27	407,96
69	DELPHINE, MON HISTOIRE - 1ERE PARTIE	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-01-12	404,78
70	MICHEL DAERDEN, IL ETAIT UNE FOIS PAPA	lifestyle / show business / variety / stars	RTL-TVI	2022-06-07	402,71
71	TOUT S'EXPLIQUE	knowledge / miscellaneous	RTL-TVI	2022-02-10	401,86
72	DES GENS BIEN	fiction / popular drama / comedy	La Une	2022-10-23	401,62
73	FOOT. CM. ELIM. - POLOGNE/ARGENTINE	sport / football	Tipik	2022-11-30	398,75
74	DIRTY DANCING, UNE SUCCESS STORY DE 35 ANS	knowledge / photo / film / cinema	RTL-TVI	2022-01-06	397,83
75	FOOT. CM. ELIM. - ANGLETERRE/ETATS-UNIS	sport / football	Tipik	2022-11-25	397,47
76	THE VOICE, LA PLUS BELLE VOIX	entertainment / music	TF1	2022-02-19	396,24
77	MEURTRES AU MONT-SAINT-MICHEL	fiction / police, spying, détective	La Une	2022-01-08	394,32
78	AU COMMISSARIAT	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-04-08	393,77
79	VU A LA TELE	entertainment / game	RTL-TVI	2022-05-01	391,16
80	PAPI SITTER	fiction / popular drama / comedy	La Une	2022-01-10	390,22
81	LE MEILLEUR PATISSIER	lifestyle / cooking / food / drink	RTL-TVI	2022-09-26	390,01
82	LA FOLIE TITANIC	knowledge / photo / film / cinema	RTL-TVI	2022-04-21	389,09
83	FOOT. CM. 1/8F - ARGENTINE/AUSTRALIE	sport / football	Tipik	2022-12-03	386,49
84	REPORTERS	knowledge / human interest / society	RTL-TVI	2022-04-01	385,91
85	FOOT. AMICAL - BELGIQUE/EGYPTE	sport / football	La Une	2022-11-18	385,76
86	FOOT. CM. ELIM. - PORTUGAL/URUGUAY	sport / football	Tipik	2022-11-28	384,74
87	FOOT. CM. 1/8F - BRESIL/COREE DU SUD	sport / football	Tipik	2022-12-05	384,74
88	SEPTANTE ET UN	entertainment / game	RTL-TVI	2022-01-19	384,02
89	FOOT. AMICAL - IRLANDE/BELGIQUE	sport / football	La Une	2022-03-26	383,92
90	LE 13 HEURES	information / general news	La Une	2022-03-01	383,69
91	MEURTRE A NANCY	fiction / police, spying, détective	La Une	2022-10-11	382,62
92	QU'EST CE QU'ON A ENCORE FAIT AU BON DIEU?	fiction / popular drama / comedy	RTL-TVI	2022-03-31	378,44

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. bereik/1.000
93	FOOT. CM. ELIM. - SENEGAL/PAYS-BAS	sport / football	Tipik	2022-11-21	377,63
94	FOOT. CM. 1/8F - JAPON/CROATIE	sport / football	Tipik	2022-12-05	376,73
95	MEURTRES A PONT-AVEN	fiction / police, spying, détective	La Une	2022-12-11	375,70
96	MANIPULATIONS	fiction / psychologic drama / melodrama	La Une	2022-01-20	375,08
97	LA STAGIAIRE	fiction / police, spying, détective	La Une	2022-06-02	373,91
98	KOH-LANTA, LE TOTEM MAUDIT	entertainment / game	TF1	2022-02-22	372,18
99	LE GRAND BETISIER DES VACANCES	entertainment / humour	RTL-TVI	2022-12-25	371,78
100	CONCOURS EUROVISION DE LA CHANSON - FINALE	entertainment / music	La Une	2022-05-14	368,03

Perspectief 2023 voor de CIM TV-studie

TV-content op alle schermen

In 2023 zal de Taskforce OVC Platform een aanbeveling doen over:

- De update van de TV Top publicaties met online video consumptie die later dan 7 dagen na de live uitzending bekeken werd.
- De publicatie van online video consumptie op het eerste scherm in preview en later dan 7 dagen na de live uitzending: een definitie, de evt. implementatie van het meetscript, tijdstip van lancering, etc.
- De rapportering van web exclusieve content: een definitie en bijhorende classificatie, de invoering of aanpassing van het meetscript, rapporteringsparameters, toegang tot gegevens, etc.
- De verdere ontwikkeling en optimalisering van controlefuncties in het OVC-dashboard.

De ontwikkeling van de ToVA Planner

In 2023 zullen de Technische Commissies TV en Internet de uitbreiding van het video aanbod in de ToVA Planner begeleiden.

De Taskforce ToVA zal een aanbeveling doen voor het gebruik van gegevens over online campagnes om de ToVA Planner uit te werken voor tactische planning en post-buy campagne evaluaties.

Dynamic Ad Insertion op het eerste scherm

In 2023 zal de Technische Commissie TV een aanbeveling doen om de mix van lineaire en digitale campagnes op het eerste scherm te meten.

De TV-meting op het eerste scherm verrijken met gegevens van set-top-boxen

In 2023 zal het CIM de meting op het eerste scherm ondersteunen bij de uitwerking van de concept testen. De leden van de Technische Commissie en het Strategisch Comité Watch zullen een aanbeveling doen wat betreft de dagelijkse publicatie van tv-cijfers, verrijkt met gegevens van set-top-boxen.

De meting van Ander Scherm Gebruik op het eerste scherm

In 2023 zal de Technische Commissie TV de implementatie van de SoDA oplossing van Digital-I begeleiden om het volume van de belangrijkste streaming services in kaart te brengen.

Overschakeling naar As Runs

In 2023 zal de Technische Commissie TV de overschakeling van Time Logging naar As Runs opvolgen en evalueren.

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 25 april 2023 zal De Heer DE WULF kenbaar maken dat de financiële staten van de vereniging afgesloten op 31 december 2022 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 maanden september en december 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