



Centre d'Information sur les Médias A.S.B.L.
Centrum voor Informatie over de Media v.z.w.

CIM

**Centrum voor Informatie over de Media
Vereniging Zonder Winstoogmerk**

Huishoudelijk Reglement

Goedgekeurd door de Algemene Vergadering van 26.03.2002
en aangepast door

- de A.V. van 25.04.2006,
- de A.V. van 29.04.2008,
- de A.V. van 27.04.2010,
- de A.V. van 26.04.2011,
- de A.V. van 24.04.2012,
- de A.V. van 30.04.2013,
- de A.V. van 29.04.2014,
- en de B.A.V. van 23.02.2016

Inhoud

Artikel 1 - Wijziging Huishoudelijk Reglement	3
Artikel 2 - Raad van Bestuur	3
Art. 2.1 Categorieën	3
Art. 2.2 Wijziging categorieën	4
Art. 2.3 Kandidaturen	4
Artikel 3 - Gedragscode	4
Art. 3.1 Currency voor de reclamemarkt.....	4
Art. 3.2 Respect voor CIM cijfers	4
Art. 3.3 Methodologische discussies	6
Art. 3.4 Geschillen betreffende publicatieregels.....	6
Art. 3.5 Geschillen met betrekking tot de deontologie	6
Artikel 4 - Ledenbijdragen	7
Artikel 5 - Budget van een studie	7
Artikel 6 - Financiering	7
Artikel 7 - Toegang tot de gegevens.....	8
Art. 7.1 Leden	8
Art. 7.2 Niet leden	8
Artikel 8 - Vertrouwelijkheid van de gegevens	9
Art. 8.1 Doelstelling	9
Art. 8.2 Vertrouwelijke informatie	9
Art. 8.3 Verplichtingen	9
Art. 8.4 Bijzondere modaliteiten voor bepaalde gegevenscategorieën	10
Art. 8.5 Gedwongen bekendmaking van de vertrouwelijke gegevens.....	10
Art. 8.6 Sancties.....	10
Artikel 9 - Mandaat van het CIM	11

Artikel 1 - Wijziging Huishoudelijk Reglement

Dit Huishoudelijk Reglement werd goedgekeurd door de Buitengewone Algemene Vergadering van het Centrum voor Informatie over de Media VZW, afgekort "het CIM", die plaats had op 23 februari 2016.

Conform de bepalingen van artikel 30 van de statuten van het CIM, kan dit Huishoudelijk Reglement worden aangepast bij een twee derde meerderheid van de aanwezige en/of vertegenwoordigde leden, bijeengeroepen voor een Algemene Vergadering op voorstel van de Raad van Bestuur.

Artikel 2 - Raad van Bestuur

Art. 2.1 Categorieën

De Raad van Bestuur van het CIM telt 21 leden en is samengesteld volgens onderstaand structuurschema, waarbij ieder vak met een categorie overeenkomt:

- 14 bestuurders uit de pool media

<p>2 Dagbladen 1 Vlaamse Nieuwsmedia 1 La Presse.be (vroeger JFB)</p>
<p>2 Periodieke pers 2 We Media (vroeger The Ppress/UPP)</p>
<p>1 Internet 1 DMA</p>
<p>6 Audiovisueel 6 BVAM</p>
<p>1 Out-of-Home 1 AEA</p>
<p>2 Individueel* *met uitzondering van de leden van de BVAM (TV en Radio), laPresse.be (vroeger JFB), VNM, We Media (vroeger The Ppress/UPP)</p>

- 7 bestuurders uit de pool van de niet-media

3 ACC / UMA	4 Tussenpersonen (Reclamebureaus & Mediabureaus)
1 INDIVIDUEEL	
2 UBA	3 Adverteerders
1 INDIVIDUEEL	

Art. 2.2 Wijziging categorieën

De lijst van categorieën die opgenomen zijn in het structuurschema onder voorgaand artikel, alsook het aantal betrokken vertegenwoordigers, kunnen worden gewijzigd volgens de bepalingen van artikel 23 van de statuten van het CIM.

Art. 2.3 Kandidaturen

Rekening houdend met de voorwaarden voorzien in artikel 2.1. van het huishoudelijk reglement worden de kandidaturen voor de functie van bestuurder gestuurd naar de Voorzitter van het CIM conform de bepalingen voorzien in artikel 27 van de statuten.

Artikel 3 - Gedragscode

Art. 3.1 Currency voor de reclamemarkt

Elk CIM lid aanvaardt de CIM bereiksgegevens als Currency in zijn sector. De CIM cijfers met betrekking tot bereik en verwante mediamaten (zoals dekking, marktaandeel, contacten, GRP, OTS, rating, luisterduur, visits, ...), en de overeenkomstige socio-demografische profielen worden dan ook als referentiewaarden aanvaard voor alle door het CIM onderzochte media. Elk CIM lid zal de CIM bereiksstudies loyaal gebruiken, met respect voor de gepubliceerde algoritmes.

Art. 3.2 Respect voor CIM cijfers

Het staat elk CIM lid vrij om, buiten het kader van het CIM, gelijk welk media onderzoek te organiseren. Elk lid zal zich even wel onthouden van acties die de geloofwaardigheid van de CIM bereiksgegevens ondermijnen. Elk CIM lid aanvaardt daarom voor wat betreft bereikscijfers, verwante mediamaten (zoals dekking, marktaandeel, contacten, GRP, OTS, rating, luisterduur, visits, ...), en socio-demografische profielgegevens, de volgende publicatieregels:

- Systematische en juiste referentiëring van cijfers.

Bij elk gebruik van CIM cijfers zal vermeld worden:

“Bron: CIM, het medium of de naam van de studie, de meetperiode (of de publicatiedatum indien enkel de modelisering van bestaande gegevens geactualiseerd werd).”

Vb. Bron: CIM TV studie, 1/3 – 28/3 2015.

Vb. Bron: CIM Internet, jan 2015.

Vb. Bron: CIM studie Out-of-Home, 2015-1.

Bij elk gebruik van cijfers uit alternatieve studies zal vermeld worden:

“Geschat(te) “maat” op basis van “Bron, meetmethode, periode en steekproefgrootte.”

Vb. Geschat bereik op basis van Instituut X – online enquête, 5/12 – 19/12 2014, n = 1.500.

Vb. Geschatte rating op basis van Instituut Y – dagboek, februari 2015, n = 304.

Vb. Geschat profiel% op basis van intern onderzoek – face-to-face enquête, januari 2014, n = 434.

b. Voorrang voor CIM gegevens.

Als de laatste CIM publicatie cijfers bevat voor een individueel medium, zullen alle CIM leden deze cijfers, en geen cijfers uit alternatief onderzoek, gebruiken in hun publicaties.

Deze algemene regel geldt niet voor:

- publicaties die enkel en alleen voor intern gebruik zijn bedoeld,
- publicaties van wetenschappelijke aard,
- publicaties voor het onderwijs,
- publicatie van aanvullende mediaparameters die niet in CIM publicaties zijn opgenomen,
- publicatie van identieke mediaparameters voor een niet gepubliceerd tijdsdeel (bij vb. zomer voor pers) of voor een uitzending van uitzonderlijke aard en die in de tijd is beperkt,
- publicatie van identieke mediaparameters voor een nieuw medium dat wordt gemeten in een CIM studie waarvan de publicatie pas twee of meer maanden later wordt verwacht,
- publicatie van mediagebruik door een specifieke doelgroep die binnen een ad hoc CIM steekproef minder dan 1.000, en in een CIM panel minder dan 500 observaties haalt, als die in de alternatieve studie significant beter wordt gemeten,
- publicaties waarbij ander (consumptie-)gedrag gefusioneerd wordt met CIM mediagegevens, volgens de procedure die door de Raad van Bestuur van 21/11/2006 werd goedgekeurd,
- elke publicatie waarvoor een voorafgaand akkoord van het CIM Bureau werd bekomen.

Niettemin zal ook in deze uitzonderlijke situaties geen publicatie van alternatieve cijfers plaatsvinden binnen een sperperiode van twee weken vóór, en twee weken na, een officiële CIM publicatie voor studies zonder dagelijkse publicatie.

Deze publicatieregels gelden voor persberichten, nieuwsbrieven, advertenties, commerciële presentaties en elk andere uiting, ongeacht haar doelgroep. De Raad van Bestuur kan op voorstel van een Technische Commissie of het Bureau van het CIM bijkomende mediums specifieke regels goedkeuren die in het reglement van een specifieke bereiksstudie worden opgenomen.

c. Respect voor vergelijkbaarheid van gegevens.

Elk CIM lid verbindt er zich toe om media enkel te vergelijken op basis van één zelfde studie, en nooit cijfers uit verschillende bronnen te mengen in één vergelijking.

De voorrang voor CIM gegevens geldt ook voor de vergelijking van individuele media. De enige uitzondering betreft situaties waarbij één of meer belangrijke individuele media niet opgenomen zijn in de CIM publicatie, of waarbij een marktspeler die geen lid is van het CIM een alternatieve studie gebruikt om zich te vergelijken met CIM leden.

Art. 3.3 Methodologische discussies

Elk lid is verantwoordelijk voor de publieke commentaren van zijn medewerkers met betrekking tot de CIM studies en de CIM resultaten.

Twijfels over de correctheid van gegevens en vragen over de studiemethode worden intern binnen het CIM besproken met de Permanente Structuur en de bevoegde Technische Commissie. Elk lid kan daartoe contact opnemen met de Permanente Structuur of de Voorzitter van de bevoegde Technische Commissie. De Permanente Structuur zal op basis van het daarop volgend overleg antwoorden op elke vraag.

Indien een publicatie van het CIM een fout bevat, zal het CIM gecorrigeerde cijfers publiceren of, indien dat niet mogelijk is, een methodologische nota over oorsprong en impact van het probleem communiceren.

Indien een lid meent dat het antwoord van de Permanente Structuur niet voldoet, kan hij zijn vragen en opmerkingen overmaken aan de Voorzitter van het CIM. Die zal in overleg met het Bureau van het CIM een antwoord formuleren of het dossier voorleggen aan de Raad van Bestuur. Een uitspraak van de Raad van Bestuur is bindend voor alle leden van het CIM.

Art. 3.4 Geschillen betreffende publicatieregels

Bij een vermeende overtreding van de publicatieregels zal de Permanente Structuur een onderzoek uitvoeren waarbij de mogelijke overtreder, en eventueel de klager, worden gehoord.

- Als de overtreder de fout erkent, kan de Permanente Structuur vragen om een correctie uit te sturen en/of zelf een correctie uitsturen en op de CIM site publiceren. Als de Permanente Structuur meent dat er geen sprake is van een fout, zal zij de klager hier in voorkomend geval van verwittigen.
- Als de vermeende overtreder of de klager het oordeel van de Permanente Structuur betwist, wordt het dossier voorgelegd aan het Bureau. Als deze een fout vaststelt, kan ze op haar beurt vragen aan de overtreder om een correctie uit te sturen en/of aan de Permanente Structuur om een correctie uit te sturen en te publiceren op de CIM site. Als deze géén fout vaststelt, zal de klager hier in voorkomend geval van worden ingelicht.
- Als de vermeende overtreder of de klager het oordeel van het Bureau betwist wordt het dossier voorgelegd aan de Raad van Bestuur. Die kan desgevraagd de vermeende overtreder en de klager horen, om dan autonoom te beslissen over een gepaste actie, sanctie of de doorverwijzing naar de Disciplinaire Kamer die geschillen met betrekking tot deontologie behandelt (Art. 3.5.).

Art. 3.5 Geschillen met betrekking tot de deontologie

De Disciplinaire Kamer (samengesteld volgens Art. 41 van de Statuten) die uitspraak doet over de geschillen die kunnen ontstaan op gebied van deontologie, kan tegen de leden de volgende sancties uitspreken:

- een waarschuwing,
- een berisping,
- de opschorting van het recht op communicatie van de door het CIM gemaakte studies,
- een voorstel tot uitsluiting van het CIM.

Artikel 4 - Ledenbijdragen

Volgens artikel 11 van de statuten bepaalt de Algemene Vergadering elk jaar de ledenbijdrage. Ze legt tevens één enkel en zelfde gereduceerd tarief vast voor

- de creatieve bureaus die via een contract gelinkt zijn aan een mediabureau dat al lid is van het CIM,
- of voor dochtermaatschappijen van media die al lid zijn van het CIM,
- en zelfstandigen die via een service contract gelinkt zijn aan een mediabedrijf dat al lid is van het CIM.

Artikel 5 - Budget van een studie

Elke beslissing van de Raad van Bestuur met betrekking tot het budget van een studie moet, om aanvaard te worden, enerzijds de toestemming bij meerderheid van de stemmen van alle aanwezige of vertegenwoordigde leden van de Raad krijgen, en anderzijds:

- de eenstemmigheid van de aanwezige of vertegenwoordigde leden van de betrokken media, als het gaat om een tactische studie,
- twee derde van de aanwezige of vertegenwoordigde leden die één of meerdere polen vertegenwoordigen, als het gaat om een studie die één of meerdere polen in zijn of hun geheel aanbelangt.

Artikel 6 - Financiering

De bijdragen afkomstig van het totale ledenaantal maken deel uit van de financiering van het CIM maar deze steunt vooral op het solidariteitsprincipe tussen de media en de tussenpersonen.

- Al wie deelneemt aan een tactische studie, neemt ook aan de financiering deel van het “niet tactische luik”: dit zijn de werkingskosten van de permanente structuur en de strategische studies, nl. de HUB studie en de doelgroepenstudie (Target Group Monitor of TGM).
- Elk mediatype is vrij om te investeren in zijn eigen tactische studie, volgens zijn mogelijkheden en zijn technische ambities, met inachtneming van wat in artikel 5 van huidig Reglement is voorzien.

De Algemene Vergadering van de leden d.d. 24 april 2012 heeft als volgt beslist over de financieringswijze voor de periode 2012-2015:

- De tussenpersonen dragen voor 9% bij tot de financiering van de “tactische” media bereiksstudies mits de beperking dat voor 2014 en 2015 geplafonneerd wordt op het bedrag van 2013 plus aanpassing van de gezondheidsindex.
- De media betalen hun eigen “tactische” media bereiksstudie, verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden. De Pers betaalt 95%, de Bioscoop betaalt 5% van het media aandeel in de Pers-Bioscoop studie.
- Tussenpersonen en media betalen elk 50% van de kosten van de permanente structuur, de doelgroepenstudie (TGM), de HUB studie en van de controle op de TV verspreiding (45% van de horodatage).

Het CIM zal de kosten tussen zijn leden verdelen volgens sleutels die elke ledencategorie voorstelt.

De pool van de tussenpersonen en elke mediacategorie (tv, radio, internet, pers, cinema, out of home) zullen deze verdeelsleutels bepalen voor de kosten die hen aan belangen. Deze sleutels zullen dus van toepassing zijn voor alle leden van de betrokken categorie voor zover ze door de Raad van Bestuur goedgekeurd werden. Deze regels zullen in bijlage van dit Huishoudelijk Reglement toegevoegd worden.

Behoudens een andersluidende beslissing van de Algemene Vergadering, wordt deze financieringswijze aangehouden na 2015.

Artikel 7 - Toegang tot de gegevens

Art. 7.1 Leden

Het feit van lid van het CIM te zijn geeft niet automatisch toegang tot de totaliteit van de door hem geleverde gegevens.

De toegang tot de gegevens van de ene of andere studie is enkel aan de leden voorbehouden die hun aandeel in de kosten, volgens de principes aangehaald in artikel 6, hebben gedragen.

Het gebruik van deze gegevens is onderworpen aan de regels van vertrouwelijkheid, zoals beschreven in artikel 8.

Art. 7.1.1 Leden van de categorie tussenpersonen

- a. Elke tussenpersoon die een toegang wenst tot de CIM gegevens moet eerst lid worden en moet zich er ook toe verbinden de gegevens enkel te verwerken met door het CIM erkende software.
- b. De UMA stelt zich garant voor het aandeel van de tussenpersonen in de financiering van het CIM. De bijdrage van iedere tussenpersoon die geen lid is van de UMA komt in mindering van dat bedrag. Het saldo wordt verdeeld tussen de leden van de UMA.

Art. 7.1.2 Leden van de categorie media

De media hebben toegang tot de CIM gegevens mits ze deelnemen aan de financiering volgens de bepalingen vermeld in artikel 6. Media die enkel intekenen voor de Echtverklaring kunnen toch toegang krijgen tot de HUB + Doelgroepenstudie, aan het tarief dat door de Raad van Bestuur werd beslist.

Art. 7.2 Niet leden

Niet leden kunnen toegang krijgen tot de CIM gegevens mits de Raad van Bestuur daarvoor zijn toestemming heeft gegeven en zich akkoord heeft verklaard met het type gegevens dat wordt geleverd.

Media Audit bureaus

De Media Audit Bureaus die door de adverteerders werden aangesteld om hun media-investeringen in België te auditeren, kunnen toegang krijgen tot de CIM gegevens mits de Raad van Bestuur daartoe zijn toestemming heeft gegeven en dat ze aan zijn criteria voldoen:

- enkel voor adverteerders werken,
- zelf geen enkele activiteit op gebied van media-aankoop, media planning of communicatieadvies ontwikkelen,
- geen enkele participatie hebben in vennootschappen die actief zijn in dat domein, of zelf deel uitmaken van hun aandeelhoudersbestand.

Net zoals de CIM leden, zijn deze audit bureaus verplicht:

- een vertrouwelijkheidclausule te ondertekenen (cfr art. 8),
- de CIM gegevens enkel te verwerken met door het CIM erkende software.

De meer gedetailleerde modaliteiten en de tariefcondities worden door de Raad van Bestuur van het CIM bepaald.

Artikel 8 - Vertrouwelijkheid van de gegevens

Art. 8.1 Doelstelling

In overeenstemming met artikel 40 van de statuten van het CIM, blijven de gegevens, de publicaties en de studies die door het CIM in het kader van zijn verschillende opdrachten aan de leden worden overgemaakt, zijn exclusieve eigendom en zijn ze vertrouwelijk.

Het Lid van het CIM verbindt er zich toe het vertrouwelijke karakter van die gegevens volgens de in huidig reglement vastgestelde modaliteiten na te leven.

Art. 8.2 Vertrouwelijke informatie

Onder “vertrouwelijke informatie” wordt alle informatie, in gelijk welke vorm (mondeling, schriftelijk, grafisch, elektronisch, enz.), die in het kader van de publicatie van de resultaten/gegevens van de studies worden meegegeeld, begrepen.

Deze vertrouwelijkheid is niet toepasselijk indien het Lid van het CIM het bewijs kan leveren dat de vertrouwelijke informatie:

- voor of na haar bekendmaking in het openbare domein was gevallen, voor zover deze omstandigheid niet voortvloeit uit een fout die hem toe te schrijven is;
- wettelijk verkregen werd van een derde partij die noch door een vertrouwelijkheidverplichting, noch door het beroepsgeheim was gebonden;
- door hem al bekend was, wat hij met het bestaan van passende stukken moet kunnen bewijzen;
- ontwikkeld werd door het Lid zelf, in alle onafhankelijkheid, zonder schending van huidig reglement, en voor zover deze autonome ontwikkeling duidelijk kan worden gedocumenteerd en gecontroleerd.

Art. 8.3 Verplichtingen

Het Lid van het CIM verbindt er zich toe:

- de vertrouwelijke informatie enkel voor de behoeften van zijn activiteit te gebruiken, zonder er echter handel mee te drijven. Wordt niet als handel beschouwd: welke vorm van financiële tussenkomst ook, die bij zijn klanten voor bepaalde verwerkingen of analyses worden gevraagd;
- de vertrouwelijke informatie enkel voor eigen rekening te gebruiken, zonder overdracht aan derden, tenzij interne behoeften dit vereisen;
- de toegang tot vertrouwelijke informatie enkel te verlenen aan die personeelsleden die noodzakelijk op de hoogte moeten worden gebracht om de inhoud ervan te kunnen evalueren;
- een vertrouwelijkheidclausule op te nemen in de arbeidsovereenkomst van al zijn bedienden die toegang hebben tot de door het CIM meegegeelde vertrouwelijke informatie, desnoods door een addendum aan de arbeidsovereenkomst toe te voegen als deze al in uitvoering is;
- een vertrouwelijkheidclausule op te nemen in de met onderaannemers gesloten bedrijfsvereenkomsten, desnoods door een addendum aan de overeenkomsten toe te voegen als die al in uitvoering zijn;
- de door het CIM meegegeelde vertrouwelijke informatie enkel indien het strikt noodzakelijk is te kopiëren;

- het CIM dadelijk op de hoogte te brengen als hij vaststelt of vermoedt dat vertrouwelijke informatie werd verspreid bij niet gemachtigde personen;
- op zijn eenvoudig verzoek, alle vertrouwelijke informatie, met inbegrip van de kopijen die ervan werden gemaakt, wat ook de drager is (papier, informatica, enz.), aan het CIM terug te geven.

Art. 8.4 Bijzondere modaliteiten voor bepaalde gegevenscategorieën

De Raad van Bestuur van het CIM, hierin bijgestaan door de betrokken Technische Commissies, bepaalt de bijzondere modaliteiten van de bovenvermelde verplichtingen in functie van, onder andere, het type van de door het CIM meegedeelde gegevens.

Deze modaliteiten betreffen, onder andere, de toegang zelf tot de gegevens, het type van bewerking dat er op kan worden toegepast, de validatie van de software voor de verwerking van de gegevens. Ze worden nader bepaald in het huishoudelijke reglement van elke Technische Commissie welke door de Raad van Bestuur werd goedgekeurd. Deze huishoudelijke reglementen zullen op de website van de vereniging toegankelijk worden gemaakt. De Technische Commissies kunnen ook een embargotermijn vastleggen die bepaalt op welke datum het Lid van het CIM de gegevens mag gebruiken en/of meedelen. Het Lid van het CIM krijgt kennis van deze termijnen door de Permanente Structuur of samen met de publicatie van de gegevens.

Voor sommige studies bezorgt het CIM twee types van databestanden, A en B genaamd. De leden die toegang krijgen tot de A bestanden mogen die noch geheel, noch gedeeltelijk aan derden bekend maken.

Art. 8.5 Gedwongen bekendmaking van de vertrouwelijke gegevens

In alle gevallen waarin het Lid van het CIM door een gezagsdrager waaraan hij wettelijk onderworpen is, verplicht zou worden geheel of gedeeltelijk de vertrouwelijke gegevens in zijn bezit bekend te maken, zal deze er dadelijk het CIM schriftelijk van op de hoogte brengen, om deze laatste in de mogelijkheid te stellen de rechterlijke en buitenrechterlijke bewarende maatregelen te nemen die hij gepast acht.

In elk geval zal het Lid van het CIM zich ertoe beperken enkel de strikt noodzakelijke vertrouwelijke informatie te leveren. Hij zal ook de overheid, aan wie de gegevens werden meegedeeld, op hun vertrouwelijke karakter wijzen.

Art. 8.6 Sancties

Het Lid van het CIM erkent uitdrukkelijk dat de vertrouwelijkheidverplichting een essentiële voorwaarde is van zijn ledenstatuut, in die zin dat het niet naleven ervan aanzienlijke schade kan berokkenen aan het CIM.

Bij twijfel over de draagwijdte van het vertrouwelijke karakter, of over de andere modaliteiten die in het huidige reglement werden bepaald, is het Lid van het CIM gehouden, vooraleer eender welk initiatief te nemen, het advies van het Bureau van het CIM te vragen.

De door het Bureau geleverde adviezen en de door de Disciplinaire Kamer van het CIM eventueel uitgesproken beslissingen worden toegepast onverminderd het recht van het CIM een verhaal in te dienen bij de rechtbanken om het stopzetten van alle inbreuken op huidig reglement alsook de vergoeding voor geleden schade te bekomen.

Artikel 9 - Mandaat van het CIM

Door zijn intekening op een CIM studie geeft de intekenaar automatisch mandaat aan het CIM om hem te vertegenwoordigen bij het instituut dat verantwoordelijk is voor deze studie.

Indien een lid zich benadeeld voelt naar aanleiding van een fout van één of meerdere instituten, mag hij zoals elk opdrachtgever handelen in eigen naam en voor eigen rekening tegen de instituten. Het CIM, waarvan de rol beperkt is tot het ontwerpen en het controleren van de uitvoering van de studies, kan in geen enkel geval verantwoordelijk gesteld worden voor deze fouten. De klachten over het instituut inzake de betrokken studie moeten geformuleerd worden door één of meerdere leden, en zullen eerst besproken worden binnen de bevoegde Technische Commissie, of tussen de betrokken leden en het CIM als er geen Technische Commissie bestaat. Daarna zullen eventueel het principe van een actie en haar modaliteiten besproken worden binnen de Raad van Bestuur.

Als het CIM tot een overeenkomst of een minnelijke schikking komt die binnen de instanties van het CIM besproken en goedgekeurd werd, zullen de leden alle bepalingen hiervan moeten respecteren en mogen ze geen individuele actie ondernemen die in strijd is met deze bepalingen.

Bijlage 1. Financieringsregels CIM TV-studie voor de media

(Goedgekeurd door de Raad van Bestuur van 27/02/2018 + 22/01/2019)

- Elke TV-zender of reclameregie die wenst deel te nemen aan de CIM-studies betaalt het CIM lidmaatschap dat momenteel 780,00 € per jaar bedraagt.
- Alle vermelde bedragen zijn exclusief btw en op jaar basis.
- De vermelde bedragen gelden op 01/01/2014 en worden jaarlijks geïndexeerd (basis 2014 = 100).
- Voor nieuwe toetreders is het gebruikelijk dat de bijdrage voor het eerste jaar pro rata temporis berekend wordt.

1. Toegang tot de volledige resultaten voor nationale TV-zenders en hun regies.

De TV-zenders die het volledige Noorden of Zuiden van het land bereiken, en hun reclameregies, die voor een volledige toegang tot de gegevens van de studie kiezen, krijgen toegang tot het dagelijkse ATA bestand dat gegevens per seconde bevat voor alle tv-zenders die binnen de CIM TV-studie gemeten worden.

(zie <https://www.cim.be/nl/televisie/methodologie> en <https://www.cim.be/nl/televisie/reglement-televisie>)

Elke intekenaar van de CIM TV-studie draagt bij tot de financiering van:

- de tactische tv-bereiksstudie(s), verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden. Momenteel gaat het om het GfK TV panel, de horodatage (55% van de kosten), de Establishment Survey (in 2018 59% van de kosten, elk jaar aan te passen volgens het percentage van het medium in de vragen, in de studiebudgetten en in MDB), en eventueel de Other Screen meting;
- de strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies. Momenteel zijn de strategische studies de Consumer Decision Journey (CDJ), de doelgroepenstudie (Target Group Monitor of TGM) en de horodatage (45% van de kosten).

De lijst van de tactische studies en de hoogte van de tactische en de strategische kosten kan jaarlijks door de Raad van Bestuur herzien worden.

De Algemene Vergadering van het CIM is de enige instantie die het budget van het CIM zoals voorgesteld door de Raad van Bestuur kan goedkeuren of aanpassen.

De **verdeelsleutel** van de kosten tussen de media is als volgt:

- 70% van de totale kosten, de zgn. “vaste kosten”, wordt gelijk verdeeld over alle regies - intekenaars.
- 30% van de totale kosten, de zgn. “variabele kosten”, wordt gedeeld volgens het aantal ingetekende zenders en verdeeld over de regies volgens het aantal zenders dat zij vertegenwoordigen. De zenders waarvan het “open venster” van korte duur is worden partieel meegerekend.

Vanaf 1 januari 2018 voorziet het CIM een gedifferentieerde horodatage. Elke broadcaster kiest zelf het detailniveau van de horodatage voor zijn zenders:

- Heavy: programma's, spots en alle andere elementen, bijv. auto promo's, jingles (= de horodatage vóór 1/1/2018),
- Medium: uitsluitend programma's en spots,
- Light: uitsluitend spots.

Medium horodatage kost 13% minder dan Heavy, Light horodatage kost 33% minder dan Heavy.

Een regie wordt enkel erkend als vertegenwoordiger van een zender als zij op erewoord verklaart minstens 66% van de spots uitgezonden binnen de reclameblokken van de betrokken zender te factureren, wat goed is voor het grootste omzetcijfer van alle commerciële vertegenwoordigers. Het CIM kan in geval van twijfel een audit laten uitvoeren van de boekhoudkundige stukken die verband houden met de reclameomzet van een betwiste zender.

De **facturatie** van de kosten gebeurt in drie schijven:

- een eerste schijf (35%) in november van het voorgaande jaar.
- een tweede schijf (35%) in mei van het betrokken jaar.
- het saldo (30%) in de zomer van het betrokken jaar.

In geval van uitzonderlijke bijkomende kosten in de loop van het jaar, kan uitzonderlijk een bijkomende factuur gestuurd worden.

2. Toegang tot de volledige resultaten voor regionale TV-zenders en hun regie.

Op de hoger beschreven algemene financieringsregels wordt één uitzondering gemaakt:

- voor de regionale zenders wegens hun geografische specificiteit (zij bereiken allemaal samen de volledige Nederlandstalige of Franstalige gemeenschap, maar hebben individueel een beperkt geografisch bereik),
- én voor zover **één enkele regie alle regionale zenders van één gemeenschap** commercialiseert,
- én voor zover voor alle regionale zenders uitsluitend de 'light' versie van de horodatage wordt toegepast, d.i. enkel de identificatie van spots.

In dat geval geldt per regio de volgende verdeelsleutel:

- De vaste kosten (altijd 70% van de totale kosten) worden niet langer gelijk verdeeld tussen regies. Het aantal regies wordt verhoogd met 0,15 en de regie die de regionale zenders beheert zal bijdragen voor een aandeel van 1,15.
- De variabele kost wordt gelijkgesteld met de kost voor één "nationale" zender (zie 1).

De bijdrage aan de vaste kosten komt bovenop de vaste basiskosten betaald door de regie voor nationale TV zenders (zie 1), behalve als de bruto-waarde van de portefeuille van de regie (volgens Nielsen's MDB) hoofdzakelijk afkomstig is van regionale zenders.

Indien een regie slechts een deel van de regionale zenders in het Noorden of het Zuiden commercialiseert, is de tarifiering in punt 2 niet van toepassing en wordt de financiering berekend volgens de verdeelsleutel in punt 1.

3. Beperkte toegang tot de resultaten van de studie

Voor zenders en reclameregies die niet wensen in te tekenen op de volledige toegang tot de CIM TV-studie bestaat de mogelijkheid om Maandelijke Zenderrapporten (MZR) te laten maken voor een eigen zender en/of een concurrerende zender, en dit voor een doelgroep en een uurschijf naar keuze.

Het MZR bevat de gemiddelde dag reach, week reach, maand reach voor de gewenste zender en de market share van alle intekenende zenders uit de regio (Noord of Zuid). De rapporten staan maandelijks ter beschikking van alle intekenaars op de CIM TV-studie. Zenders die intekenaar zijn van de Maandelijke Zenderrapporten kunnen op aanvraag een bijkomende fiche aankopen voor een specifieke dag en uurschijf bv. in het kader van een evenement.

Het **tarief** voor een MZR bestaat uit:



- a. bijdrage tot de strategische kosten. Wie niet via een andere tactische CIM-studie bijdraagt aan de strategische kosten betaalt een forfaitaire bijdrage van 9.087 €
- b. bijdrage voor MZR van eerste zender
- universum 4jr. en ouder + 1 extra doelgroep: 17.106 €
 - bijkomende doelgroep of bijkomend uurblok: 5.128 €
 - speciale ad hoc fiche: 1.424 €
- c. bijdrage voor MZR van bijkomende zender
- universum 4jr. en ouder + 1 extra doelgroep: 5.128 €
 - bijkomende doelgroep of bijkomend uurblok: 2.512 €
 - speciale ad hoc fiche: 356 €
- d. technische kost
- De berekeningen en rapporten worden op vraag van het CIM aangemaakt door een gecertificeerd software house dat hiervoor bijkomend een technische kost zal aanrekenen, en rechtstreeks factureren, aan de aanvrager.

De **facturatie** gebeurt in één keer in januari van het betrokken jaar.

Bijlage 2. Financieringsregels CIM Radiostudie voor de media

(Goedgekeurd door de Raad van Bestuur van 27/02/2018 + 24/04/2018 + 22/01/2019)

- Elke radiozender of reclameregie die wenst deel te nemen aan de CIM-studies betaalt het CIM lidmaatschap dat momenteel 780,00 € per jaar bedraagt.
- Alle vermelde bedragen zijn exclusief btw en op jaar basis.
- De vermelde bedragen gelden op 01/01/2014 en worden jaarlijks geïndexeerd (basis 2014 = 100).
- Voor nieuwe toetreders is het gebruikelijk dat de bijdrage voor het eerste jaar pro rata temporis berekend wordt.

1. Volledige toegang tot de resultaten van de studie

Momenteel zijn er 6 golven in het veldwerk per jaar. Iedere golf leidt tot een publicatie. Wie kiest voor een volledige toegang tot de gegevens van de studie krijgt toegang tot het volledige databestand (gegevens opgesplitst per kwartieren per gepubliceerde radio) en heeft recht om deze gegevens met een gecertificeerde software te gebruiken.

Elke intekenaar van de radiostudie draagt bij tot de financiering van:

- de tactische radiobereiksstudie, verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden. Momenteel gaat het om de RAM studie (zie <https://www.cim.be/nl/media/radio/23> en <https://www.cim.be/nl/radio/reglement-radio>), de Radio over IP studie en de Establishment Survey (in 2018 24% van de kosten, elk jaar aan te passen volgens het percentage van het medium in de vragen, in de studiebudgetten en in MDB).
- de strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies. Momenteel zijn de strategische studies de Consumer Decision Journey (CDJ), de doelgroepenstudie (Target Group Monitor of TGM) en de horodatage (45% van de kosten).

De lijst van de tactische studies en de strategische kosten kan jaarlijks door de Raad van Bestuur herzien worden.

De Algemene Vergadering van het CIM is de enige instantie die het budget van het CIM zoals voorgesteld door de Raad van Bestuur kan goedkeuren of aanpassen.

De **verdeelsleutel** van de radiostudie is eenvoudig: de totale kosten worden gelijk verdeeld over alle intekenaars (ongeacht het aantal radiozenders dat zij vertegenwoordigen, hun bereik of hun reclame-inkomsten).

De **facturatie** van de kosten gebeurt in drie schijven:

- een eerste schijf (35%) in november van het voorgaande jaar.
- een tweede schijf (35%) in mei van het betrokken jaar.
- het saldo (30%) in de zomer van het betrokken jaar.

In geval van uitzonderlijke bijkomende kosten in de loop van het jaar, kan uitzonderlijk een bijkomende factuur gestuurd worden.

2. Beperkte toegang tot de resultaten van de studie

De radiozenders die niet geïnteresseerd zijn in een volledige toegang tot de studie hebben de mogelijkheid een beperkte toegang tot de resultaten te krijgen, met name onder de vorm van fiches.

Zij betalen een forfaitaire bijdrage tot de strategische kosten van 8.847 € en betalen een bijdrage tot de tactische kosten van de radiostudie in functie van de gewenste resultaten:

- Scenario 1. Eén resultaat voor een geheel van radio's (bv op netwerkniveau).
 - o Basisforfait voor fiche 12+ (1 fiche per golf): 29.406 €
 - o Fiche voor extra doelgroep: 3.812 €

- Scenario 2. Aparte resultaten voor elke radio afzonderlijk (die deel uitmaakt van een groep van radio's)
 - o Basisforfait voor fiches 12+(1 fiche per golf): 33.763 €
 - o Totaalfiche voor extra doelgroep: 3.812 €
 - o Fiche 12+ voor deelverzameling van zenders: 8.713 €
 - o Fiche voor extra doelgroep voor deelverzameling van zenders: 3.812 €

De **facturatie** gebeurt in één keer in januari van het betrokken jaar.

Bijlage 3. Financieringsregels CIM Internet studie voor de media

(Goedgekeurd door de Raad van Bestuur van 27/02/2018 + 24/04/2018 + 22/01/2019 + 28/05/2019)

1. Voorwerp van de financiering

Elke intekenaar van de CIM Internet studie draagt bij tot de financiering van:

- a. De tactische internet studies, verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden: het gaat om de Gemius trafiekmeting, om de Gemius bereiksstudies en om de Establishment Survey (in 2018 17% van de kosten, elk jaar aan te passen volgens het percentage van het medium in de vragen, in de studiebudgetten en in MDB).
- b. De strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies: het gaat om de Consumer Decision Journey (CDJ), de doelgroepenstudie (Target Group Monitor of TGM) en de TV horodatage (45% van de kosten).

De lijst van de tactische studies en de hoogte van de tactische en de strategische kosten kunnen jaarlijks door de Raad van Bestuur herzien worden.

De Algemene Vergadering van het CIM is de enige instantie die het budget van het CIM zoals voorgesteld door de Raad van Bestuur kan goedkeuren of aanpassen.

2. Principes van de financiering

1. Elke intekenaar moet lid zijn van het CIM en de jaarlijkse ledenbijdrage betalen (780 € voor individuele leden en 450 € voor geassocieerde leden, zie <https://www.cim.be/nl/lid-worden>).
2. Elke uitgever betaalt voor elke ingeschreven site, applicatie en player een variabele kost in functie van het aantal gemeten visits per maand. Er worden géén vaste kosten meer gefactureerd.
3. Externe regies die reclameruimte verkopen voor derden betalen een forfaitaire jaarbijdrage.

De tarieven hieronder zijn zonder BTW en worden jaarlijks geïndexeerd.

3. Tarieven voor sites, applicaties en streaming.

De variabele kosten worden berekend op basis van het aantal bezoeken tijdens het afgelopen trimester afzonderlijk voor sites, voor apps en voor players maar wel telkens getotaliseerd per uitgever.

De berekening voor 1 site/app/player verschilt van die van 2 of meer sites/apps/players:

- 1 site/app/player: $€ 0,300 * \sqrt{Visits(Quarter)} * 1,15$
- 2 sites/apps/players : $€ 0.300 * \sqrt{Visits(Quarter)} * \sqrt{Nr\ of\ Sites/Apps/Players}$

Rekenvoorbeelden voor 1 SITE of 1 APP of 1 PLAYER

Visits/quarter	1 site/app/player
5.000	24,40 €
10.000	34,50 €
20.000	48,79 €
50.000	77,14 €
100.000	109,10 €
200.000	154,29 €
500.000	243,95 €

Visits/quarter	1 site/app/player
1.000.000	345,00 €
2.000.000	487,90 €
5.000.000	771,44 €
10.000.000	1.090,99 €
20.000.000	1.542,89 €
50.000.000	2.439,52 €
100.000.000	3.450,00 €

Rekenvoorbeelden voor 2 SITES of 2 APPS of 2 PLAYERS

Visits/quarter	2 sites/apps/players
5.000	30,00 €
10.000	42,43 €
20.000	60,00 €
50.000	94,87 €
100.000	134,16 €
200.000	189,74 €
500.000	300,00 €

Visits/quarter	2 sites/apps/players
1.000.000	424,26 €
2.000.000	600,00 €
5.000.000	948,68 €
10.000.000	1.341,64 €
20.000.000	1.897,37 €
50.000.000	3.000,00 €
100.000.000	4.242,64 €

Facebook Instant Articles (IA) en Google Accelerated Mobile Pages (AMP) worden voor de facturatie gelijkgesteld met sites.

4. Tarief voor externe regies

Externe regies die reclameruimte verkopen voor sites en secties van derden betalen een forfaitaire jaarbijdrage van € 3 444,33.

5. Facturatieschema

Trimester 1: variabele kosten trimester 1;

Trimester 2: ledenbijdrage, variabele kosten trimester 2 (in 2019 worden in trimester 2 75% van de vaste kosten aangerekend in trimester 1 gecrediteerd);

Trimester 3: variabele kosten trimester 3;

Trimester 4: variabele kosten trimester 4.

We signaleren dat een intekenaar met een constant aantal sites/applicaties/players en bij een gelijk volume van bezoeken in 2019 met de nieuwe tarieven niet meer zal betalen dan op basis van de tarieven van 2018.

Vanaf 2020 wordt de nieuwe formule integraal toegepast voor bepaling van de variabele kosten.

Bijlage 4. Financieringsregels CIM Pers bereiksstudie voor de media

(Goedgekeurd door de Raad van Bestuur van 28/04/2015 + 24/04/2018 + 22/01/2019)

1. Voorwerp van de financiering

Elke intekenaar van de CIM Pers bereiksstudie draagt bij tot de financiering van:

- a. De kosten van de tactische pers bereiksstudie, verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden.
- b. De strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies (zoals de doelgroepenstudie TGM, de Consumer Decision Journey).

De lijst van de tactische studies en de hoogte van de tactische en de strategische kosten kunnen jaarlijks door de Raad van Bestuur herzien worden.

De Algemene Vergadering van het CIM is de enige instantie die het budget van het CIM zoals voorgesteld door de Raad van Bestuur kan goedkeuren of aanpassen.

2. Principes van de financiering

- a. Elke intekenaar moet lid te zijn van het CIM en de jaarlijkse ledenbijdrage betalen (780 € voor individuele leden en 450 € voor geassocieerde leden, zie <https://www.cim.be/nl/lid-woorden>).
- b. Elke intekenaar betaalt een vaste bijdrage van 2.500 € per jaar per gepubliceerde individuele fiche.
- c. Elke intekenaar betaalt een vaste bijdrage van 750 € per jaar per gepubliceerde gegroepeerde fiche.
- d. Elke intekenaar betaalt een variabele bijdrage afhankelijk van zijn marktaandeel in het totale bereik van alle gepubliceerde titels.
Het totale bereik van alle gepubliceerde titels wordt gedefinieerd als de som van het “lectuur laatste periode” bereik voor de papieren en digitale versies van alle gepubliceerde titels.
Voor de berekening van de variabele bijdrage wordt het marktaandeel toegepast op de resterende kosten van de pers, dit zijn totale kosten verminderd met de som van alle vaste bijdragen en de som van alle gegroepeerde fiches.
- e. Nieuwe titels betalen bij inschrijving de vaste bijdrage van 2.500 €. De variabele bijdrage en eventuele gegroepeerde fiches worden gefactureerd na de eerste publicatie.
- f. Een titel die de studie verlaat, blijft de vaste en variabele kosten van het lopende veldwerk verschuldigd.

3. Jaarlijks facturatieschema in geval van publicaties in trimester 1 en 3

Trimester 1

De helft van de jaarlijkse vaste bijdrage (1.250 €),
+ een provisie op de variabele bijdrage (= het marktaandeel volgens de publicatie in trimester 3 van het vorige werkjaar toegepast op 25% van het totaal van de variabele bijdragen voor het vorige werkjaar).

Trimester 2

De ledenbijdrage,
+ de vaste kosten van de gegroepeerde fiches in de publicatie van trimester 1 (375 €),
+ het saldo van de variabele bijdrage (= het nieuwe marktaandeel volgens de publicatie van trimester 1 toegepast op 50% van het totaal van de variabele bijdragen voor het lopende werkjaar minus de provisie gefactureerd in trimester 1).

Trimester 3

De helft van de jaarlijkse vaste bijdrage (1.250 €),
+ een provisie op de variabele bijdrage (= het marktaandeel in de publicatie van trimester 1 toegepast op 25% van het totaal van de variabele bijdragen voor het lopende werkjaar).

Trimester 4

De vaste kosten van de gegroepede fiches in de publicatie trimester 3 (375 €),
+ het saldo van de variabele bijdrage (= het marktaandeel in publicatie van trimester 3 toegepast op 50% van het totaal van de variabele bijdragen voor het lopende werkjaar minus de provisie gefactureerd in trimester 3).

Bijlage 5. Financieringsregels CIM Out-of-Home voor de media

(Goedgekeurd door de Raad van Bestuur van 23/06/2015 + 24/04/2018 + 22/01/2019)

1. Voorwerp van de financiering

Elke eigenaar van door het CIM gemeten Out-of-Home panelen draagt bij tot de financiering van:

- a. De tactische Out-of-Home studies, verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden: het gaat om de verplaatsingsstudie(s), de modellering van bereikresultaten voor out-of-home netwerken, en de inplanting- en exploitatiesoftware.
- b. De strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies (o.m. de doelgroepenstudie TGM, de Consumer Decision Journey).

De lijst van de tactische studies en de hoogte van de tactische en de strategische kosten kunnen jaarlijks door de Raad van Bestuur herzien worden.

De Algemene Vergadering van het CIM is de enige instantie die het budget van het CIM zoals voorgesteld door de Raad van Bestuur kan goedkeuren of aanpassen.

2. Principes van de financiering

- a. Elke intekenaar moet lid zijn van het CIM en de jaarlijkse ledenbijdrage betalen (780 € voor individuele leden en 450 € voor geassocieerde leden, zie <https://www.cim.be/nl/lid-woorden>).
- b. Elke intekenaar draagt bij tot de tactische kosten voor OOH in functie van zijn marktaandeel in de totale bruto-omzet volgens MDB in jaar n-1 van al zijn Out-of-Home producten, van het type door het CIM gemeten.
- c. Elke intekenaar draagt bij tot de strategische kosten voor Out-of-Home in functie van zijn marktaandeel in de totale bruto-omzet volgens Nielsen MDB in jaar n-1 van al zijn Out-of-Home producten, ongeacht of ze door het CIM gemeten worden.
- d. De declaratie van de bruto omzetten aan Nielsen MDB van de totaliteit van Out-of-Home producten, met uitzondering van lange termijn borden en acties met een evenementieel karakter, die door een ondertekenaar gecommmercialiseerd worden, is dan ook een absolute toetredingsvoorwaarde tot de CIM Out-of-Home studies.
- e. Deze rekenregels zijn voor iedereen dezelfde en de verdeling ligt vast voor een volledig kalenderjaar. Deze verdeling kan enkel herzien worden indien één van de intekenaars een belangrijk contract wint of verliest, met een verwachte significante invloed op de marktaandelen. In dat geval komen de betrokken intekenaars overeen wat hun nieuwe geschatte marktaandelen zijn.
- f. Elke intekenaar die beslist niet langer deel te nemen aan het CIM-onderzoek, engageert zich om de kosten voor de duurtijd van de lopende studie mee te blijven dragen volgens de geldende rekenregels. Bij ontbreken van gedeclareerde bruto omzetten aan Nielsen MDB, zal het laatst gekende volledige marktaandeel toegepast worden.
- g. Variabele kosten die ontstaan door de meting van een product eigen aan één enkele intekenaar, worden 100% door deze intekenaar gedragen.

3. Jaarlijks facturatieschema

Trimester 2
ledenbijdrage



+ 2de provisie voor het lopende jaar berekend op basis van het marktaandeel in de periode januari-december van het vorige jaar;

Trimester 3

afrekening variabele kosten voor het lopende jaar op basis van marktaandeel in de periode januari-december van het vorige jaar;

Trimester 4

eerste provisie voor het volgende jaar, berekend op basis van het marktaandeel in de periode januari-december van het vorige jaar.

Bijlage 6. Tussenpersonen: financieringsregels CIM studies

(Goedgekeurd door de Raad van Bestuur van 06/12/2016 + 22/01/2019)

1. Definities

Tot de familie Tussenpersonen, zoals bepaald in artikel 5 van de statuten van het CIM, behoren:

- agentschappen die advies verlenen in mediaplanning en/of mediastrategie en media-aankopen uitvoeren die aan hen door de media gefactureerd worden en dat ze daarna herfactureren aan de adverteerders,
- creatieve agentschappen, agentschappen die advies verlenen in mediaplanning en/of mediastrategie, die niet door de media gefactureerd worden.

Het aantal personeelsleden van de tussenpersonen wordt bepaald door het aantal full time equivalenten -FTE's- geregistreerd in het kalenderjaar ervoor.

In het kader van deze financieringsregels worden de lokale of internationale firma's die mediaprestaties auditeren gelijk gesteld met agentschappen van maximum 8 FTE's, die diensten verlenen die niet door de media gefactureerd worden (zie punt 2.4).

2. Financieringsprincipes

- 2.1. Elke tussenpersoon die toegang wenst tot de CIM gegevens moet lid zijn van het CIM (zie artikel 7.1 van het huishoudelijk reglement) en de verplichtingen respecteren die vermeld staan in artikel 8.3 van dit huishoudelijk reglement.
- 2.2. De UMA stelt zich garant voor de financiële bijdrage van de tussenpersonen in de kosten van het CIM (cf. artikel 7.1 van het huishoudelijk reglement).
- 2.3. Voor elke tussenpersoon waarvan het aantal personeelsleden meer dan 8 FTE's bedraagt, wordt de financiering van de CIM studies berekend volgens de interne verdeelsleutel van de UMA:
 - a. Elke tussenpersoon moet jaarlijks een verklaring op erewoord indienen:
 - van de totale facturatie van media-aankopen (volgens de criteria van de UMA),
 - of de tariefwaarde van de geplande campagnes (advies, planning van campagnes voor adverteerders). In dit geval: toepassing van een korting van 35% op de tariefwaarde (schatting van de gemiddelde tariefkorting om de bijdrage gelijk te stellen met de facturatie van media-aankopen gedeclareerd volgens de UMA criteria in onderhandelde waarde).
 - b. Het totaal van de facturatie gedeclareerd door alle tussenpersonen van meer dan 8 FTE's wordt het nieuwe "Totaal 100%".
 - c. De CIM kosten die door de Tussenpersonen betaald worden, min de bijdrage van de Tussenpersonen "van maximum 8 FTE's" (zie 2.4.), zullen verdeeld worden pro rata van het percentage dat elke tussenpersoon vertegenwoordigt in het "Totaal 100%" zoals hierboven berekend, met een minimum bedrag van 35.000 €.
- 2.4. Voor elke tussenpersoon waarvan het aantal personeelsleden maximum 8 FTE's bedraagt, of de gelijkgestelde firma's (zie 1.), wordt de financiering als volgt berekend:
 - Kost voor toegang tot de 1ste CIM studie + TGM studie (Target Group Monitor) + CDJ (Consumer Decision Journey) = 20.000 €.
 - Kost voor toegang tot elke bijkomende CIM studie = 3.000 €/studie, met een maximum van 35.000 € voor alle studies.



Al deze bedragen zijn geldig voor het kalenderjaar 2017. Daarna zullen ze aangepast worden aan de indexatie die van toepassing is bij het CIM voor het totale bedrag van de deelname van de tussenpersonen.