



**JAARVERSLAG  
2018**

# INHOUDSTAFEL

|                                                                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INLEIDING</b>                                                                                            | <b>3</b>  |
| Historiek en definitie van het CIM                                                                          | 3         |
| Mission statement                                                                                           | 3         |
| Structuur                                                                                                   | 3         |
| <b>CIM ORGANEN</b>                                                                                          | <b>4</b>  |
| De leden van het CIM.                                                                                       | 4         |
| De Algemene Vergadering                                                                                     | 4         |
| De Raad van Bestuur                                                                                         | 5         |
| Het Bureau                                                                                                  | 15        |
| De Permanente Structuur                                                                                     | 16        |
| De Strategische Comités.                                                                                   | 16        |
| De Technische Commissies                                                                                    | 17        |
| <b>CIM STUDIES</b>                                                                                          | <b>18</b> |
| BIOSCOOP                                                                                                    | 19        |
| Methodologie van de Bioscoop studie                                                                         | 19        |
| Technische Commissie Bioscoop                                                                               | 20        |
| Publicatie van de bereikresultaten Bioscoop                                                                 | 20        |
| Perspectief 2019 voor de Bioscoop studie                                                                    | 20        |
| CROSSMEDIA                                                                                                  | 21        |
| De ES                                                                                                       | 21        |
| De TGM                                                                                                      | 22        |
| De CDJ                                                                                                      | 23        |
| Technische Commissie CrossMedia                                                                             | 23        |
| Strategisch Comité CrossMedia                                                                              | 23        |
| Perspectief 2019 voor de CrossMedia studies                                                                 | 24        |
| INTERNET                                                                                                    | 25        |
| Inleiding                                                                                                   | 25        |
| Methodologie van de Internetstudies                                                                         | 25        |
| Technische Commissie Internet                                                                               | 27        |
| Strategisch Comité Digitaal (Internet)                                                                     | 28        |
| Internetcontroles                                                                                           | 29        |
| Publicatie van de Internetresultaten.                                                                       | 29        |
| Perspectief 2019 voor de Internetstudie.                                                                    | 30        |
| OUT-OF-HOME                                                                                                 | 31        |
| Publicatie 2018-1 en integratie van het Metro universum                                                     | 31        |
| Vorbereiding van de publicatie 2019-1 en integratie van de digitale schermen                                | 32        |
| Vorbereiding van de publicatie 2019-2 met update van verplaatsingsgegevens en integratie van treinstations. | 32        |
| Technische Commissie Out-of-Home.                                                                           | 33        |
| Strategisch Comité OOH                                                                                     | 33        |
| Perspectief 2019 voor de Out-of-Home studie.                                                                | 34        |

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>PERS</b> .....                                         | <b>35</b> |
| Echtverklaring Pers .....                                 | 35        |
| Methodologie van de Echtverklaring Pers studie .....      | 35        |
| Technische Commissie Echtverklaring Pers .....            | 36        |
| Publicatie van de Echtverklaring Pers resultaten .....    | 37        |
| Echtverklaring Pers Controles .....                       | 37        |
| Perspectief 2019 voor de Echtverklaring Pers studie ..... | 37        |
| Pers bereikstudie .....                                   | 38        |
| Methodologie van de Pers bereikstudie .....               | 38        |
| Technische Commissie Pers-Bioscoop .....                  | 40        |
| Strategisch Comité Reading (Pers) .....                   | 41        |
| Publicatie van de Pers Bereik resultaten .....            | 42        |
| Perspectief 2019 voor de Pers Bereikstudie .....          | 42        |
| <b>RADIO</b> .....                                        | <b>43</b> |
| Methodologie van de CIM Radiostudie .....                 | 43        |
| Technische Commissie Radio .....                          | 45        |
| Strategisch Comité Luisteren (Radio) .....                | 45        |
| RAM-controles .....                                       | 46        |
| Publicatie van de Resultaten van de RAM-studie .....      | 46        |
| Perspectief 2019 voor de Radiostudie .....                | 47        |
| <b>TELEVISIE</b> .....                                    | <b>48</b> |
| CIM TAM studie .....                                      | 48        |
| Methodologie van de CIM TAM studie .....                  | 48        |
| Rekrutering .....                                         | 49        |
| HORODATAGE .....                                          | 50        |
| Methodologie van de Horodatage studie .....               | 50        |
| Technische Commissie Televisie .....                      | 51        |
| Strategisch Comité Kijken (TV) .....                      | 52        |
| Televisiecontroles .....                                  | 53        |
| Publicatie van de resultaten van de CIM TV studie .....   | 53        |
| Perspectief 2019 voor de CIM TV studie .....              | 59        |
| <b>FINANCIEN</b> .....                                    | <b>60</b> |
| Financiële controle .....                                 | 60        |
| Budgettaire opvolging .....                               | 60        |
| <b>COLOPHON</b> .....                                     | <b>61</b> |

# INLEIDING

## Historiek en definitie van het CIM

---

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

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

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

## Mission statement

---

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

Deze informatie wordt vergaard via studies die door zijn bemiddeling werden ontworpen en omschreven, en door zijn toedoen werden uitgevoerd, gecontroleerd en voor echt verklaard. 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 de echtverklaring van gegevens over oplage, verspreiding en/of de distributie van de media;*
- *exclusief onderzoek naar het bereik van de media door middel van studies of enquêtes;*
- *het inzamelen en verspreiden van informatie over de media.*

## Structuur

---

De structuur van het CIM en zijn omgeving:

Adverteerders, Reclamebureaus, Mediabureaus, Regies, Media

Algemene Vergadering

Raad van Bestuur

Bureau

Algemeen Directeur

Permanente Structuur

Strategische Comités

Technische Commissies

Instituten voor onderzoek en enquêtes, Audits

De consumenten van media en producten en diensten

# CIM ORGANEN

## De leden van het CIM

---

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

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

Ondernemingen en verenigingen die deel willen uitmaken van het CIM moeten schriftelijk een aanvraag richten tot de Voorzitter van de Raad van Bestuur 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 de Raad van Bestuur die beslist binnen de twee maanden.

## 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,*
- *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,*
- *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 vereniging in een vennootschap met sociaal oogmerk,*
- *De interpretatie van de statuten.*

In 2018 vond de Gewone Algemene Vergadering plaats op 24 april.

Gewoonlijk is er jaarlijks één Gewone Algemene Vergadering waarop de boeken ter goedkeuring worden voorgelegd en waar statutaire verkiezingen plaatsvinden.

In de loop van 2018 mocht het CIM de volgende firma's als (nieuwe) leden verwelkomen:

|                                  |                        |
|----------------------------------|------------------------|
| AB LP sas                        | Real Estate Media s.a. |
| Cathobel asbl                    | Retail Concepts n.v.   |
| Lion Communications Belgium sprl | RTL Nederland B.V.     |
| Mag Advertising s.a.             | Teads France sas       |
| maRadio.be scr1                  | Wavemaker s.a.         |
| Media61 bvba                     | Zimmo bvba             |
| Mediapub s.a.                    |                        |

In 2018 hebben 23 leden het CIM verlaten (ontslag, fusie, faillissement...).

## De Raad van Bestuur

De Raad van Bestuur leidt de zaken van de vereniging en vertegenwoordigt deze in en buiten rechte. Hij is bevoegd voor alle aangelegenheden die de wet of de huidige statuten niet uitdrukkelijk aan de Algemene Vergadering verlenen.

Sinds begin 2016 wordt de Raad van Bestuur samengesteld uit 21 leden verkozen door de jaarlijkse Algemene Vergadering:

14 bestuurders uit de Media pool

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

7 bestuurders uit de Niet-Media pool

|                                                           |                                           |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>Tussenpersonen</b><br>(Reclamebureaus en Mediabureaus) | <b>3 UMA of ACC</b>                       |
|                                                           | <b>1 individuele zetel Tussenpersonen</b> |
| <b>Adverteerders</b>                                      | <b>2 UBA</b>                              |
|                                                           | <b>1 individuele zetel Adverteerders</b>  |

Behalve in geval van onmogelijkheid, bijvoorbeeld bij gebrek aan kandidaturen, wordt de Raad van Bestuur vanaf nu 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.

De Raad van Bestuur verkiest een Voorzitter voor een duur van drie jaar, hetzij onder zijn leden hetzij iemand van buiten de Raad, die omwille van zijn deskundigheid en onafhankelijkheid unanieme erkenning geniet.

De Raad van Bestuur verkiest tevens, 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.

Begin 2018 maakten de volgende personen deel uit van het Bureau:

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

De Raad van Bestuur heeft einde mei 2018 het voorstel goedgekeurd om de samenstelling van het Bureau niet te wijzigen.

Bij het nemen van beslissingen in verband met het ontwerpen en uitvoeren van studies en diensten baseert de Raad van Bestuur 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.

De Raad van Bestuur werd in 2018 voorgezeten door Thierry KEYEN.

De Raad van Bestuur is als volgt samengesteld (na de Gewone Algemene Vergadering van 24 april 2018):

|                       |                      |                       |
|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Philippe BELPAIRE     | ROULARTA MEDIA GROUP | <i>Media</i>          |
| Thierry BRYNAERT      | WAVEMAKER            | <i>Tussenpersonen</i> |
| Wilfried CELIS        | MEDIALAAN            | <i>Media</i>          |
| François CHAUDOIR     | SPACE                | <i>Tussenpersonen</i> |
| Bernard COOLS         | SPACE                | <i>Tussenpersonen</i> |
| Yves DE VOEGHT        | COCA-COLA SERVICES   | <i>Adverteerders</i>  |
| Philippe DEGUELDRE    | PEBBLE MEDIA         | <i>Media</i>          |
| Bart DEMEULENAERE     | CLEAR CHANNEL        | <i>Media</i>          |
| Luc EECKHOUT          | L'AVENIR ADVERTISING | <i>Media</i>          |
| Yves GÉRARD           | REGIE MEDIA BELGE    | <i>Media</i>          |
| Thierry HUGOT         | ROSSEL & Cie         | <i>Media</i>          |
| Trui LANCKRIET        | MEDIAHUIS            | <i>Media</i>          |
| Denis MASQUELIER      | IP BELGIUM           | <i>Media</i>          |
| Sandrine PENNINCKX    | REGIE MEDIA BELGE    | <i>Media</i>          |
| Peter QUAGHEBEUR      | SBS BELGIUM          | <i>Media</i>          |
| Hugues REY            | HAVAS MEDIA BELGIUM  | <i>Tussenpersonen</i> |
| Simone RUSELER        | UBA                  | <i>Adverteerders</i>  |
| Patrick VAN DIJCK     | BRIGHTFISH           | <i>Media</i>          |
| Nadine VAN RENSBERGEN | FIMARE CONSULTING    | <i>Media</i>          |
| Patricia VERMANDELE   | ING BELGIE           | <i>Adverteerders</i>  |
| Anny WUYTS            | VAR                  | <i>Media</i>          |

Wijziging na de Algemene Vergadering:

- Luc EECKHOUT is niet meer werkzaam bij L'Avenir Advertising en is ook geen bestuurder (zetel The Ppress/UPP) meer. Hij wordt opgevolgd door Inge CLAERHOUT (Roularta Media Group) – RvB 26/06/2018.

## Werkzaamheden van de Raad van Bestuur

In de loop van zijn 10 vergaderingen behandelde de Raad van Bestuur van het CIM in 2018 voornamelijk volgende dossiers:

### ALGEMEEN

#### Aanvraag toegang tot CIM-gegevens/ Gebruik CIM gegevens voor een niet-CIM project

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 23 januari 2018 werden twee aanvragen voor toegang tot CIM-gegevens door derden besproken. Het betreft in beide gevallen een toegang tot CIM TV-gegevens:

- Profacts (voor Playright CVBA)

Ze vragen gegevens per uitzending voor Playright, een firma die de bedragen van auteursrechten verdeelt. De BVAM gaat niet in op deze aanvraag want het betreft individuele programma's en ze is mogelijk in tegenstelling tot het zenderbelang.

- KU Leuven (Professor Verboven)

Professor Verboven wenst een Franse studie te repliceren over de invloed van een zender wissel op het bereik van een programma (incl. aanwezigheid of afwezigheid van reclame) in de Vlaamse markt.

Hij wenst toegang tot de bruto valorisatie van de reclamespots, en de bereikgegevens van individuele programma's voor enkele jaren.

De BVAM gaat niet in op deze aanvraag wegens inhoudsredenen:

- Hoe kan een bruto valorisatie van reclamespots hier nuttig zijn? (de zenders mogen geen netto cijfers leveren),
- Het algemeen effect van de zender is zelfs niet opgenomen in de motivatie.

De Raad van Bestuur volgt de aanbeveling van de BVAM in beide dossiers.

Tijdens de zitting van de Raad van Bestuur van 27 maart wordt een aanvraag van YACAST voor CIM Radio-gegevens voorgesteld. Deze Franse firma biedt de broadcasters playlists om te weten wat er veel of weinig gedraaid wordt... Ze wenst deze lijsten te wegen met het bereik (volgens de radiozender, het uur, ...) en vraagt een toegang tot de overeenkomstige CIM Radio-gegevens. De BVAM keurt dit gebruik van CIM Radio-gegevens door YACAST goed maar de prijs moet nog bepaald worden. De Raad van Bestuur geeft zijn akkoord voor dit gebruik van CIM Radio-gegevens door YACAST.

Tijdens de vergadering van 22 mei 2018 worden de bestuurders op de hoogte gebracht van een nieuwe officiële aanvraag voor gebruik van CIM-gegevens door een lid voor een niet-CIM project. Het betreft het gebruik van verplaatsingsgegevens van de OOH-studie door een media. Deze aanvraag die al geanalyseerd en goedgekeurd werd door het expertcomité, wordt ook door de Raad van Bestuur goedgekeurd.

## Antitrust policy

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 24 april 2018 wordt een concreet voorstel van integratie van antitrust policy clauses in de statuten van het CIM besproken. Dit onderwerp kwam eerder aan bod naar aanleiding van de zoektocht naar kandidaten door de adverteerders voor de statutaire verkiezingen. Voor sommige mensen was het ontbreken van een antitrust policy in de statuten van het CIM een breekpunt.

Het voorbereidend document dat aan de bestuurders wordt voorgelegd, is geïnspireerd door de regels van de UBA in dit verband. De Voorzitter stelt voor dat de bestuurders de tekst lezen en intern door hun juristen laten controleren.

Tijdens de zitting van 26 juni 2018 wordt afgesproken dat in september een globaal voorstel van aanpassing van de statuten voorzien wordt, inclusief de antitrust policy.

## Bureau: samenstelling

De Raad van Bestuur heeft de samenstelling (dezelfde) van het Bureau zoals voorgesteld door de Voorzitter goedgekeurd tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 22 mei 2018:

- Thierry KEYEN, Voorzitter
- François CHAUDOIR (Space), Ondervoorzitter
- Patricia VERMANDELE (ING België), Secretaris
- Philippe BELPAIRE (Roularta), Schatbewaarder
- Anny WUYTS (VAR), lid.

## Financieringsregels

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur in december 2017 werd beslist om de financieringsregels verder te bespreken in 2018.

Daartoe is een historisch overzicht gemaakt van de verdeling van de financiering van het CIM, zoals gevraagd door de UMA. Dit werd in detail voorgesteld en besproken tijdens de vergaderingen van de Raad van Bestuur op 23 januari en 27 februari 2018.

De financiering wordt in twee stappen geregeld sinds 2012:

1) Het budget:

Tactische studies betaald voor 91% door de media en 9% door de agentschappen.

Strategische studies, Permanente Structuur en distributie TV: 50% media, 50% agentschappen.

De cash bijdrage van de agentschappen werd bevroren op 1,7 mio. € (2017, = geïndexeerd bedrag 2005). Het is een forfaitair bedrag en geen plafond. De bijdrage (cash + gebruikte reserves) van de agentschappen wordt eerst gebruikt voor de strategische studies, dan verdeeld tussen de tactische studies.

2) Controle van wat er effectief gebruikt werd:

Indien wat er effectief gebruikt werd kleiner is dan het budget, worden er reserves samengesteld.

Tussen 2005 en 2017 hebben de media 93,8 mio. € betaald en hebben ze reserves samengesteld voor een totaal van 3,9 mio. €. De agentschappen hebben 21,3 mio. € cash betaald en hebben 127.000 € aan reserves samengesteld.

Zonder « capping » zouden de agentschappen 20,8 mio. € betaald hebben. De capping wordt berekend op de cash bijdrage; de reserves komen bovenop.

Het Bureau stelt dus voor:

- Dat de agentschappen de extra reserves voor de periode 2005-2017 (127.000 €) terugbetalen aan de media.
- Dat de door de agentschappen betaalde reserves vanaf 2018 in rekening worden gebracht in het forfaitaire bedrag (en dus de reserves te verminderen van de cash bijdrage).

Voor het budget 2018 betekent dit dat:

- 338.000 € extra moeten betaald worden door de media,
- 127.000 € uit de reserves van de agentschappen worden teruggestort naar de reserves van de media.

Er blijft dus 211.000 € extra te betalen door de media (opgenomen uit de reserves).

De impact voor 2019 is moeilijk te bepalen. Alles hangt af van het ritme waarmee de agentschappen hun reserves opnemen en de verhouding tussen strategische studies en tactische studies.

Tijdens de vergadering van 24 april 2018 stelt de Algemeen Directeur een document voor met alle stappen voor het opmaken van het budget van één jaar (schatting van de kosten, schatting van de inkomsten, voorbereiding van het budget en de forecast, afsluiting, ...).

## GDPR

Tijdens de vergadering van 24 april 2018 vraagt een bestuurder de stand van zaken van de GDPR binnen het CIM.

De Algemeen Directeur legt uit dat het CIM een firma is zoals een andere en dat de interne functionering conform de GDPR moet zijn. Hij heeft de mening van de advocaat van het CIM gevraagd over de procedure voor het verzamelen van gegevens over onze leden en hun medewerkers. De advocaat heeft bevestigd dat onze huidige procedures met een CIM Contact Manager per lid die verantwoordelijk is voor de update van de gegevens GDPR-proof zijn.

Wat de CIM-studies betreft, worden bijlagen van de contracten met de instituten besproken. Het CIM geeft de voorkeur aan de "Joint controller" formule (en niet CIM=controller en Instituut=processor): het CIM bepaalt het doel van de studies maar is niet op de hoogte van de structuur van de gegevens, van hun stockage, van de veiligheid noch van de procedures die van toepassing zijn bij de instituten.

Het CIM is natuurlijk betrokken en doet wat het moet.

De Voorzitter meldt dat het CIM een VZW is en daarom een relatief neutrale functie heeft: het CIM meet de gedragingen van de consumenten maar probeert niet de consumenten daarna te beïnvloeden. Maar achter het CIM zijn er media, agentschappen en adverteerders die inkomsten krijgen op basis van CIM-gegevens en dit zou het CIM meer aandacht kunnen trekken.

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 22 mei 2018 wordt er gemeld dat de naleving verder ontwikkeld wordt, o.a. voor de contracten met de instituten.

Aan de advocaat van het CIM is ook advies gevraagd over de CIM-disclaimer in de internet studie, het contract tussen het CIM en zijn intekenaars, evenals over interne gegevens.

Tijdens de zitting van 26 juni 2018 wordt de GDPR opnieuw besproken.

De verschillende contractaanpassingen worden opgevolgd. De CIM-disclaimer voor de CIM Internet-studie wordt herzien en de privacy tool van Gemius moet nog verfijnd worden.

Een nieuwe stand van zaken wordt voorzien voor september.

Tijdens de vergadering van 9 september 2018 wordt de GDPR opnieuw vermeld.

Alles wordt opgevolgd. Het CIM moet nog een DPO aanduiden en GDPR-clausules toevoegen aan de verlenging van het contract Radio-over-IP met Neuromedia.

## Huishoudelijk Reglement – bijlagen: aanpassingen

Naar aanleiding van een opmerking over horodatage tijdens de vergadering van december 2017 wordt er voorgesteld tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 23 januari 2018 om een aantal elementen toe te voegen over horodatage in de bijlage over de TV studie in het Huishoudelijk Reglement van het CIM. Er werd ook een aantal elementen geschrapt die niet meer correct waren (HUB-studie, Other Screen barometer, ...).

Naar aanleiding van een opmerking van één van de bestuurders wordt de Establishment Survey toegevoegd in de lijst van strategische studies, met het percentage voor de betrokken media (59% TV, 24% Radio en

17% Internet). De voorgestelde tekst wordt goedgekeurd tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 27 februari.

Tijdens de vergadering van 24 april 2018 wordt een extra aanpassing voorgesteld. "HUB-studie" verdwijnt ook van de Radio-, Internet-, OOH- en Pers-bijlagen van het Huishoudelijk Reglement. De Raad van Bestuur keurt het voorstel goed.

## Statuten - wijzigingen

Tijdens de vergadering van 11 december 2018, signaleert de Voorzitter dat er twee soorten wijzigingen in de Statuten en het Huishoudelijk Reglement voorgesteld worden:

- Een herziening van de tekst geïnspireerd door een voorstel van de advocaat van het CIM (formulering, verduidelijking van bepaalde definities, ...),
- Toevoeging van antitrust regels.

De bestuurders hebben beide teksten vóór de zitting via mail gekregen. Er wordt ook nog een exemplaar uitgedeeld.

De Voorzitter legt uit dat er momenteel enkel een FR-versie bestaat. Het is de bedoeling om de wijzigingen eerst te laten goedkeuren door de Raad van Bestuur, daarna te laten controleren door de advocaat van het CIM en dan pas over te gaan tot een vertaling in het Nederlands.

Hij stelt voor dat de bestuurders de wijzigingen in detail analyseren en hun eventuele opmerkingen doorgeven tijdens de vergadering van januari 2019.

## Strategische Comités

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 23 januari 2018 wordt een samenvatting gegeven van wat er in de Strategische Comités gebeurd is sinds de laatste vergadering van de Raad van Bestuur in december 2017. Drie vergaderingen hebben plaatsgevonden (SC Digitaal, SC OOH en SC Kijken).

Naar aanleiding van de discussie tijdens de laatste Raad van Bestuur in 2017 over de samenstelling van en de deelname in de Strategische Comités werd aan alle leden van alle Strategische Comités gevraagd om hun bereidheid om deel te nemen te bevestigen en een vervanger aan te duiden. Enkele wijzigingen werden uitgevoerd (nieuw lid, ontslag, vervanging, ...).

De vertegenwoordiging van de media binnen het Strategisch Comité Digitaal moet nog vervolledigd worden, zoals afgesproken in december 2017 (25% TV, 25% Radio, 25% Pers en 25% pure Internet players).

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### SC CrossMedia

Trui LANCKRIET geeft haar ontslag als lid van het SC CrossMedia en wordt vervangen door Françoise FAUCHEUX (beiden Mediahuis).

Bruno LIESSE verlaat Dentsu Aegis en is geen lid meer van het SC CrossMedia.

### SC Digitaal

Wim STAELENS (SBS Belgium) wenst geen lid te blijven van het SC Digitaal.

### SC OOH

Julie WIJNS wordt vervangen door Sandra CEURENS als effectief lid. Ze blijft wel de officiële vervangster van Sandra CEURENS (beiden Mediabrand (Rapport)).

Out: Benoît VAN COTTEM (Posterscope)

### SC Pers

Christine DEFOUR verlaat Lion Communications Belgium (voorheen Vivaki Belgium) einde januari om bij Mediabrand aan de slag te gaan en wenst lid te blijven van het SC Pers.

### **SC Radio**

Thierry MARS (Dentsu Aegis) verlaat het SC Radio en wordt vervangen door Sophie ALDERWEIRELDT (ook Dentsu Aegis).

Out: Nathalie VANDERLINDEN (Wavemaker, voorheen Mediaedge:Cia)

### **SC Kijken**

Tim VAN DOORSLAER (Medialaan) vervoegt het SC Kijken.

Tijdens de zitting van de Raad van Bestuur van 27 februari 2018 wordt er een stand van zaken over de Strategische Comités sinds de laatste Raad van Bestuur voorgesteld. Er hebben één of twee vergaderingen voor elk Strategisch Comit  t plaatsgevonden (1 CrossMedia, 1 Digitaal, 1 OOH, 2 Pers en 2 Radio). Er werd ook een gemeenschappelijke vergadering georganiseerd van het SC Kijken en het SC Digitaal waarin o.a. de eerste resultaten van de vragenlijst over digitaal bij het CIM in de toekomst ook besproken werden.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### **SC Digitaal**

Didier ACKERMANS verlaat Dentsu Aegis en maakt geen deel meer uit van het SC Digitaal.

Extra leden:

- Vertegenwoordiger Pers: Céline BRANDERS (Rossel & Cie)
- Vertegenwoordigers TV en Radio:
  - Tim VAN DOORSLAER (Medialaan)
  - Sandrine PENNINCKX (RMB)
  - Marco MARINI (IP Belgium), met Ariane DEBEUR als vervangster
  - Melissa ADRIAENSENS (SBS Belgium), met Jeroen COEYMANS als vervanger
  - Anny WUYTS (VAR), met Thijs VANDERHAEGEN als vervanger
  - Birgitta DE SMET (Transfer)

Tijdens de Raad van Bestuur van 27 maart 2018 wordt er gemeld dat twee vergaderingen van Strategische Comités sinds de laatste Raad van Bestuur plaatsgevonden hebben, nl. SC Digitaal en SC Kijken.

Er wordt ook gevraagd aan de bestuurders om de voorgestelde samenstelling van de Aankoopcommissie CrossMedia goed te keuren. Deze aankoopcommissie zal een beslissing moeten nemen over het instituut dat verantwoordelijk zal zijn voor de studies TGM en CDJ. De volgende samenstelling wordt goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

Hugues REY, voorzitter SC CrossMedia  
David LECOUVET, voorzitter TC CrossMedia  
Veerle COLIN, JC Decaux  
Françoise FAUCHEUX, Mediahuis  
Tim VAN DOORSLAER, Medialaan

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### **SC Digitaal**

Jo SNOECKX wordt de officiële vervanger van Tim VAN DOORSLAER als hij niet kan deelnemen aan het SC Digitaal (beiden Medialaan).

Birgitta DE SMET werkt niet meer bij Transfer en maakt geen deel meer uit van het SC Digitaal.

### **SC OOH**

Gert DELGOUFFE (Publifer) vervoegt het SC OOH.

### **SC Pers**

Ilse PEETERS is de nieuwe vervanger van Bart DE PROOST als hij niet kan deelnemen aan het SC Pers.

### SC Kijken

Wout DOCKX vervoegt het SC Kijken, als vertegenwoordiger van de BVAM.

Koenraad DERIDDER werkt niet meer bij Transfer en maakt geen deel meer uit van het SC Kijken. Hij wordt opgevolgd door Michel DUPONT (Transfer).

Birgitta DE SMET werkt niet meer bij Transfer en is dus geen vervanger meer voor de vertegenwoordiger van Transfer binnen het SC Kijken.

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 24 april 2018 wordt er gesignaleerd dat twee vergaderingen van Strategische Comités plaatsgevonden hebben sinds de laatste Raad van Bestuur, nl. SC Pers en SC Radio.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### SC Pers

Zeger LINDEMANS (Delhaize) vervoegt het SC Pers, als vertegenwoordiger van de adverteerders.

Luc EECKHOUT (L'Avenir Advertising) vervoegt het SC Pers.

### SC Kijken

Yves WEMERS (BNP Paribas Fortis) vervoegt het SC Kijken, als vertegenwoordiger van de adverteerders.

Tijdens de zitting van de Raad van Bestuur van 22 mei 2018, wordt er een nieuwe stand van zaken opge maakt van de werkzaamheden van de Strategische Comités. De volgende Strategische Comités hebben een vergadering gehouden: SC OOH en SC Kijken. Er waren twee vergaderingen van het SC Digitaal.

Binnen het SC Digitaal is er meer en meer ongenoegen over het gebrek aan vooruitgang en het gebrek aan dialoog binnen het CIM tussen media en agentschappen over een digitale strategie. Uit alle discussies blijkt dat de partijen nog altijd naast elkaar spreken en de dingen op een andere manier zien. Daarom werd er een paar maanden geleden voorgesteld om een informele dialoog buiten het CIM te organiseren maar er is voorlopig nog niets gebeurd... Wat de agentschappen betreft, stelt men een probleem vast op het niveau van de aanwezigheden van de vertegenwoordigers van de agentschappen binnen dit Strategisch Comité evenals een gebrek aan een duidelijk standpunt van de UMA.

Er wordt dus voorgesteld om de vergaderingen van het SC Digitaal voorlopig op te schorten.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### SC Digitaal

Melissa ADRIAENSENS wordt vervangen door Brenda LIEBENS (beiden SBS Belgium).

### SC OOH

Nathalie LEGOUY (Belgian Posters) vervangt Patrick SION (pensioen) vanaf 1 juli binnen het SC OOH.

### SC Pers

Bart DE PROOST (De Persgroep Publishing) geeft zijn ontslag als voorzitter van het SC Pers en wordt opgevolgd door Trui LANCKRIET (Mediahuis).

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 26 juni 2018 wordt er gemeld dat weinig vergaderingen van Strategische Comités plaatsgevonden hebben, alleen SC Radio en SC Kijken.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### SC Digitaal

Marco MARINI (IP Belgium) verlaat het SC Digitaal en wordt vervangen door Sabrina BAKALLI (RTL Belgium).

### SC Pers

Ilse PEETERS (De Persgroep Publishing) vervoegt het SC Pers als lid (ze was al de officiële vervangster van Bart DE PROOST, vroegere voorzitter van het SC Pers).

Thierry HUGOT verlaat het SC Pers en wordt vervangen door Gonda LONTINGS (beiden Rossel & Cie).

### SC Radio

Steven VAN DEN AUDENAERDE verlaat IP Belgium einde juni en is dus geen lid meer van het SC Radio. Marco MARINI (ook IP Belgium) volgt hem op.

### SC Kijken

Olivier VANDERMEULE wordt aangeduid als de officiële vervanger van Michel DUPONT (beiden Transfer) binnen het SC Kijken.

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 11 september 2018 wordt opnieuw een stand van zaken gegeven van de werkzaamheden van de Strategische Comités. Er waren drie vergaderingen sinds de laatste Raad van Bestuur: SC Pers, SC Kijken en SC Radio.

Net als in december 2017 werd een status voorgesteld van de samenstelling van de verschillende Comités (aantal leden, ontslag, vervanging, ...), hun vergaderingen (aantal effectieve vergaderingen, aantal afgeschaft) en de deelname van de leden aan de vergaderingen. Het goede nieuws is dat het percentage aanwezig voor bijna alle Comités stijgt

Er wordt ook aan de bestuurders herinnerd dat er aan de Algemeen Directeur gevraagd werd om de discussies over digitaal te herlanceren. Een vergadering tussen UMA en het CIM over de verwachtingen van de agentschappen tegenover het CIM zal ook gebruikt worden om te polsen of er bij de agentschappen een gemeenschappelijke visie bestaat over digitaal.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### SC Pers

Luc EECKHOUT is niet meer werkzaam bij L'Avenir Advertising en maakt geen deel meer uit van het SC Pers.

Sophie VANDERWINKEL werkt niet meer bij Sanoma en is geen lid meer van het SC Pers.

### SC Kijken

Steven VAN DEN AUDENAERDE (Mediaaan) vervangt Jo SNOECKX (ook Mediaaan) in het SC Kijken.

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 9 oktober 2018 wordt gemeld dat er twee vergaderingen van Strategische Comités plaatsgevonden hebben sinds de laatste Raad van Bestuur, nl. SC Digitaal en SC Kijken. Er wordt uitgelegd wat er besproken werd tijdens deze vergaderingen.

Daarnaast wordt feedback gegeven over de vergadering CIM-UMA. Daarvoor werd er een gedetailleerd overzicht van alle CIM-studies (tactische, crossmedia, strategische) gemaakt. Ook digitaal is besproken. De agentschappen hebben laten weten dat het voor hen moeilijk is om terzake hun gemeenschappelijke behoeften te bepalen; ze zullen eerst zelf proberen om een "common ground" in digitaal te vinden.

Een overzichtstabel geeft de Raad van Bestuur de vooruitgang (of niet) van de verschillende subprojecten van elk Strategisch Comité (zelf voor de Comités waarvoor er sinds de laatste Raad van Bestuur geen vergadering was).

De volgende wijziging in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM werd goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

### SC Pers

Mieke BERENDSEN (Mediaaan/De Persgroep) wordt voorgesteld als officiële vervangster van Ilse PEETERS (De Persgroep) als ze niet aanwezig kan zijn.

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 13 november 2018, wordt opnieuw een stand van zaken gegeven van de werkzaamheden van de Strategische Comités. Er waren vier vergaderingen van drie verschillende Strategische Comités sinds de laatste Raad van Bestuur: SC Radio, SC Pers en SC Kijken.

De Algemeen Directeur geeft bij deze gelegenheid een aantal persoonlijke observaties weer.

- Voor Total Video is hij bezorgd over de ongestructureerde manier waarop de beslissingen i.v.m. het TAM-dossier genomen worden en het doorslaggevend belang van de kosten om iets te beslissen.
- In de klassieke Radiostudio is het veldwerk niet meer onder controle, ondanks de oplossingen die aangereikt worden vanuit het Strategische Comité.
- Wat Digitaal betreft, heeft het instituut problemen om zijn verplichtingen en beloftes na te komen (nieuwe projecten, planning, communicatie).
- Binnen het CIM lijkt niemand de reflex te hebben om schaalvoordelen te zoeken voor al deze projecten. Vandaar het idee om eventueel één grote tender op te stellen voor zowel Total Video, Total Audio als Digital (met termijnen die voor elk medium verschillen, rekening houdend met de termijn van elk lopend contract). Bedoeling is om te zien of er synergiën gevonden kunnen worden, of er eventueel bespaard kan worden en waar samenwerking tussen instituten toegelaten of gewenst is (cfr. OOH studie). Er volgt een discussie.

Dit dossier zal dus deel uitmaken van een discussie binnen het Bureau waarvoor de Algemeen Directeur ook een analyse van alle kosten van de CIM-studies zal voorstellen én een overzicht van de verschillende projecten, hun perimeter en methodologie, hun toegevoegde waarde en hun beperkingen. Dit moet helpen te bepalen wat het CIM kan meten of niet, wat mogelijk is of niet.

Daarna zal een grotere groep mensen de oefening moeten doen om te zien wat veranderd is, wat de markt nodig heeft en om in te schatten wat de toekomstige evoluties zouden kunnen zijn. Deze brainstorming kan daarna voorgelegd worden aan de Raad van Bestuur.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door de Raad van Bestuur:

#### SC Digitaal

Katrien BERTE vervangt Trui LANCKRIET in het SC Digitaal (beiden Mediahuis).

#### SC Radio

Sophie ALDERWEIRELDT is niet meer werkzaam bij Dentsu Aegis Network Belgium en is geen lid van het SC Radio meer.

Tijdens de zitting van de Raad van Bestuur van 11 december 2018, wordt er gemeld dat er twee vergaderingen van Strategische Comités plaatsgevonden hebben, nl. een extra SC Radio en SC Pers. Er wordt uitgelegd wat er besproken werd tijdens beide vergaderingen.

De Algemeen Directeur komt daarna terug op het idee van de "Grote Tender" dat tijdens de vorige Raad van Bestuur voorgesteld werd. Bedoeling van het voorstel was om synergiën tussen de studies te zoeken, de verwachtingen en objectieven duidelijker te bepalen, tot een gemeenschappelijke visie te komen, en eventueel kosten te besparen. Uit de reacties tijdens de vorige Raad van Bestuur bleek dat de bedoeling van het voorstel niet helder was: gaat het om het optimaliseren van CIM-projecten en operaties, of gaat het erom de missie van het CIM opnieuw te definiëren? Het antwoord is: beide.

Verskillende pistes worden voorgesteld om de operaties binnen het CIM te optimaliseren. Zo zou het CIM moeten overwegen:

- om synergiën tussen studies te maximaliseren (b.v. delen van meet-, steekproeftechnologieën of panel, of eventueel van datastromen ?),
- om synergiën tussen instituten te maximaliseren (de instituten moeten gebruikt worden voor hun belangrijke vaardigheden, ze zijn niet allemaal goed in alles),
- om de samenwerking tussen instituten te bevorderen (ook internationaal, zoals voor de huidige OOH studie),
- om intern de Strategische Comités en Technische Commissies te laten werken aan een gemeenschappelijk begrip van de hybride methodes die tegenwoordig door het CIM gebruikt worden om complexe projecten tot een goede einde te brengen,
- om eventueel de kosten te verminderen maar dit is niet de hoofddoelstelling.

Inzake de herdefinitie van de missie van het CIM, merkt de Algemeen Directeur op dat er binnen bepaalde Strategische Comités een heel goede visienota bestaat voor één silo, maar met grote verschillen in aanpak tussen de silo's. Er zou beter een gemeenschappelijke visie ontwikkeld worden op de behoeften van de markt (vooral in digitaal). Daarom zijn er een aantal vragen die beantwoord moeten worden.

1. Waarvoor worden CIM-gegevens gebruikt?

Consumer insight, Content and competition analysis, Trading needs? Zijn de parameters die vandaag geproduceerd worden noodzakelijk / voldoende? Op welk niveau situeert zich de vraag naar 'consumer centric' gegevens? Met welke betrouwbaarheid moeten de GAFA's gemonitord worden?

2. Welke trading praktijken moet het CIM ondersteunen?

Is een 'Total' currency (Video, Radio...) nodig of niet? Met welk niveau van detail? Wat is morgen currency (b.v. inclusief viewability)? Moet het CIM klassieke mediaplanning en programmatic ondersteunen?

3. Hoe diepgaand moet het CIM reclame meten?

4. Kan het CIM bijdragen tot de kwaliteit en de betrouwbaarheid in programmatic trading?

Bijv. input data verbeteren (b.v. met nieuwe gedragssegmentaties, delen van 1st party media data om profielen te verbeteren), kwaliteitsgegevens ter beschikking te stellen van media en agentschappen, data auditeren...

De Algemeen Directeur stelt twee documenten voor aan de Raad van Bestuur: een overzicht van alle CIM (deel)projecten (hun doel, methode, voordelen en beperkingen) en een kostenanalyse van alle CIM- studies.

Het Bureau stelt voor om het vervolg van de discussie te structureren in twee stappen:

- Voor het herdefiniëren van de missie, kan de Raad van Bestuur misschien de zitting van februari voorbehouden? Daartoe zal een lijst met onderwerpen, vragen en mogelijke antwoorden voorgelegd worden in januari 2019.
- Voor het optimaliseren van de operaties moet misschien een nieuwe crossmedia taskforce samengesteld worden door de Permanente Structuur: met technische profielen maar tegelijk mensen met ervaring en oversight.

De Voorzitter stelt vast dat er veel vragen beantwoord moeten worden. Ze moeten heel precies gesteld worden want dit zal het succes van dit proces bepalen. Hij bedankt de Algemeen Directeur voor dit kwaliteitsvol en diepgaand werk.

De bestuurders gaan akkoord met het voorstel van het Bureau:

- 1) De Permanente Structuur identificeert/kiest de personen om de 'taskforce Operations CIM' samen te stellen. Het aantal personen wordt beperkt, kwaliteit moet gemaximaliseerd worden, voorkeur moet gegeven worden aan competentie, beschikbaarheid, inzet en professionele kwaliteit. Ze zal de samenstelling van deze werkgroep voorleggen aan de Raad van Bestuur.
- 2) De Raad van Bestuur identificeert de duidelijke vragen die gesteld moeten worden om de missie van het CIM te herdefiniëren (voor te leggen tijdens de vergadering van januari 2019 en te bespreken tijdens de zitting van februari 2019).

Wordt vervolgd....

## STUDIES

### CrossMedia – Tender TGM-CDJ

Tijdens de vergadering van de Raad van Bestuur van 26 juni 2018 keuren de bestuurders de aanbeveling van de aankoopcommissie TGM/CDJ goed.

De vragenlijst van de Target Group Monitor (de TGM, of de vroegere PMP) wordt overhandigd aan de respondenten van de Persstudie die aanvaard hebben om eraan deel te nemen. De Consumer Decision Journey studie (CDJ) is een aparte online studie over de rol van tientallen touchpoints in 4 communication tasks (cruciale stappen in het beslissingsproces en de beleving van de consument) voor 15 sectoren.

De bedoeling is om de Persstudie, de TGM en de CDJ te fusioneren in één enkele database (vandaar TGM-haakvragen in de Pers- en de CDJ-studie) met informatie over doelgroepen en de rol van touchpoints in de communicatie.

De Aankoopcommissie heeft de oorspronkelijke taakverdeling tussen het instituut voor de TGM en het instituut voor de CDJ aangepast:

- IPSOS zal verantwoordelijk zijn voor de rekrutering, de vragenlijst en de cleaning van de TGM;
- Kantar TNS verzorgt de CDJ en alle ascripties en fusies.

### Echtverklaring Pers: nieuwe tarieven

De nieuwe tarieven voor de Echtverklaring Persstudie werden besproken en goedgekeurd door de betrokken beroepsverenigingen. De Raad van Bestuur heeft geen bezwaar en keurt deze tarieven goed tijdens de vergadering van 23 januari 2018.

### Het Bureau

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

In 2018 zijn er 10 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 de Raad van Bestuur en is er het uitvoerende orgaan van. Bij delegatie van de Raad van Bestuur, is hij 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 de Raad van Bestuur verantwoorden.

Het Bureau bereidt de vergaderingen van de Raad van Bestuur 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 hij de personeelsleden aan, ontslaat ze, beslist over hun taken en salarissen, en informeert er de Raad van Bestuur over.

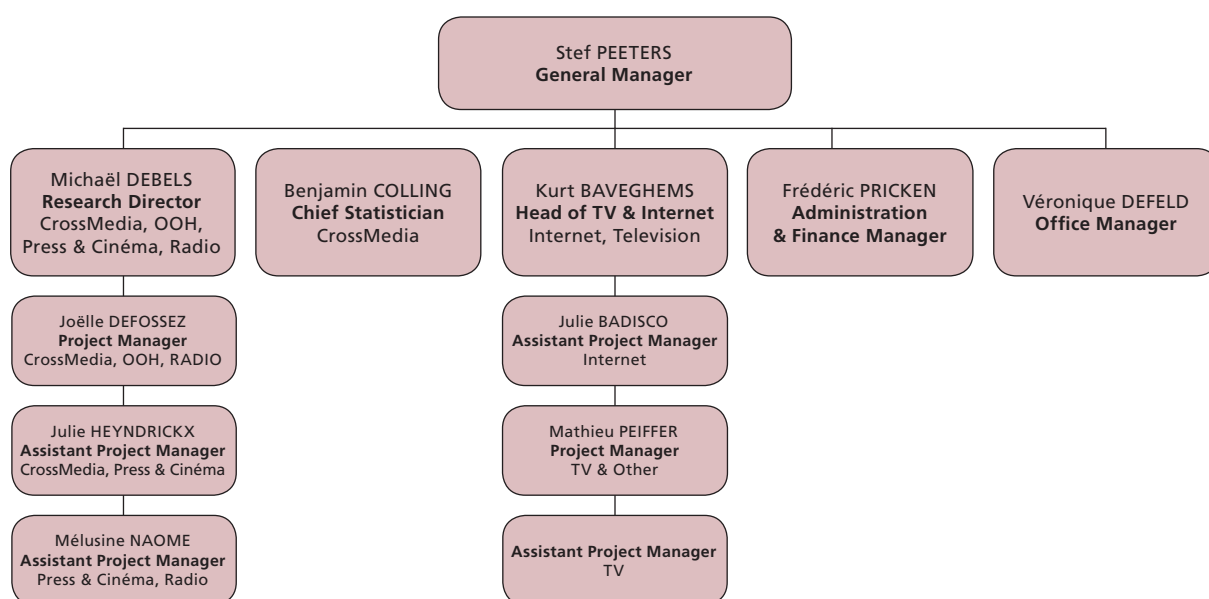
Het Bureau waakt ook over de deontologie betreffende het gebruik van de CIM-data.

Om te vermijden dat technische beschouwingen het overleg binnen de Raad van Bestuur zouden belemmeren, komen deze beschouwingen aan bod binnen het Bureau. Daarom voorziet de vergaderkalender van het Bureau vergaderingen die tussen één week à veertien dagen vóór de Raad van Bestuur plaatsvinden om 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 de Raad van Bestuur 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 2018 zag het operationele organogram er als volgt uit:



## De Strategische Comités

De Strategische Comités werken een lange termijn visie 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 Mediacategorie  n die betrokken zijn in de studie (de 'verkopers' van reclameruimte moeten samen minstens 75% vertegenwoordigen van het gefinancierde bedrag van de betrokken CIM studie),
- en uit de Tussenpersonen en Adverteerders (minstens 3 commissarissen vertegenwoordigen de 'pool van de kopers' van reclameruimte).

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

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

- 7 beslissingsnemers van de Tussenpersonen en Adverteerders, de 'pool van de kopers' van reclameruimte,
- en 7 beslissingsnemers van de Media (1 Dagbladen, 1 Periodieke Pers, 1 TV, 1 Radio, 1 Bioscoop, 1 Internet, 1 Out-of-Home), de 'pool van de verkopers'.

De voorzitter van dit Strategisch Comité wordt aangeduid door de 'kopers'.

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

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

Er bestaan momenteel een Strategisch Comité CrossMedia, Digitaal (Internet), Listen (Radio), OOH, Reading (Pers) en Watch (Televisie).

## De Technische Commissies

---

Voor elk type studie kan de Raad van Bestuur, voor zover nodig, een Technische Commissie oprichten.

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

De Technische Commissies worden voorgezeten door een voorzitter die aangesteld wordt door de Raad van Bestuur. De voorzitter van de Technische Commissie van een tactische studie is lid van de Tussenpersonenfamilie, en wordt gekozen door de leden van de mediacategorie die de studie financiert.

De voorzitter van de Technische Commissie van de CrossMedia studies is lid van de Tussenpersonenfamilie en wordt gekozen door de leden van de Tussenpersonenfamilie.

De voorzitter van een Technische Commissie stelt een lijst met kandidaat commissieleden samen die hij/zij kiest uit de Media- en Tussenpersonenfamilies op basis van hun persoonlijke competentie. Hij/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 de Raad van Bestuur.

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

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

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

Er was in 2018 één Technische Commissie per onderzoeksdomein, een Technische Commissie CrossMedia en een andere die zich bezighoudt met de echtverklaring pers (oplage en verspreiding). In oktober werd de Technische Commissie Bioscoop ontbonden en geïntegreerd met de Technische Commissie Persbereik in de nieuwe "Technische Commissie Pers-Bioscoop". In totaal blijven er dus 7 Technische Commissies over.

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

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

## CIM STUDIES

Het CIM produceert **tactische onderzoeken** die eigen zijn aan één medium. Er bestaan twee types tactische studies:

### - De echtverklaring

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

Daarnaast gebeurt er ook een echtverklaring van website-bezoeken.

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

### - De bereiksstudies

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

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

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



## BIOSCOOP

De meting van het bereik van bioscoop is direct gekoppeld aan de Persbereiksstudie. De vragen in verband met de opkomst in de bioscoopzalen zijn op het einde van de persvragenlijst geïntegreerd.

## Methodologie van de Bioscoop studie

### Doel

De tactische Bioscoop studie meet het bereik van de bioscoop in Belgische steden met bioscoopzalen waar reclame te zien is. De studie wordt uitgevoerd op vraag van Brightfish, de regie die de advertentieruimte van bioscoop commercialiseert.

### Rekrutering

Het veldwerk van de studie 2017-2018 is begonnen op 03/06/2017 en werd afgesloten op 31/05/2018. Het veldwerk werd toevertrouwd aan IPSOS. Het referentie-universum bestaat uit alle individuen woonachtig in België, van 12 jaar en ouder. Op 01/01/2017 bedroeg dit 9.771.614 personen.

De steekproef van het veldwerk 2017-2018 bevat 10.060 enquêtes. Het steekproefpercentage bedraagt  $9.771.614/10.060 = 971,3$ . Dit betekent dat elk individu van de steekproef gemiddeld 971 individuen van het referentie-universum vertegenwoordigt.

### Vragenlijst

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

## Technische Commissie Bioscoop

---

In 2018 is de Technische Commissie Bioscoop niet samengekomen.

Christian KEVERS heeft MediaCom verlaten (pensioen) en is bijgevolg niet langer de voorzitter van de Technische Commissie Bioscoop. De Raad van Bestuur heeft tijdens zijn vergadering van 09/10/2018 beslist dat de Technische Commissie Bioscoop afgeschaft wordt. De Technische Commissie Pers werd uitgebreid tot Technische Commissie Pers – Bioscoop, waarin nu ook een vertegenwoordiger van Brightfish zetelt.

## Publicatie van de bereikresultaten Bioscoop

---

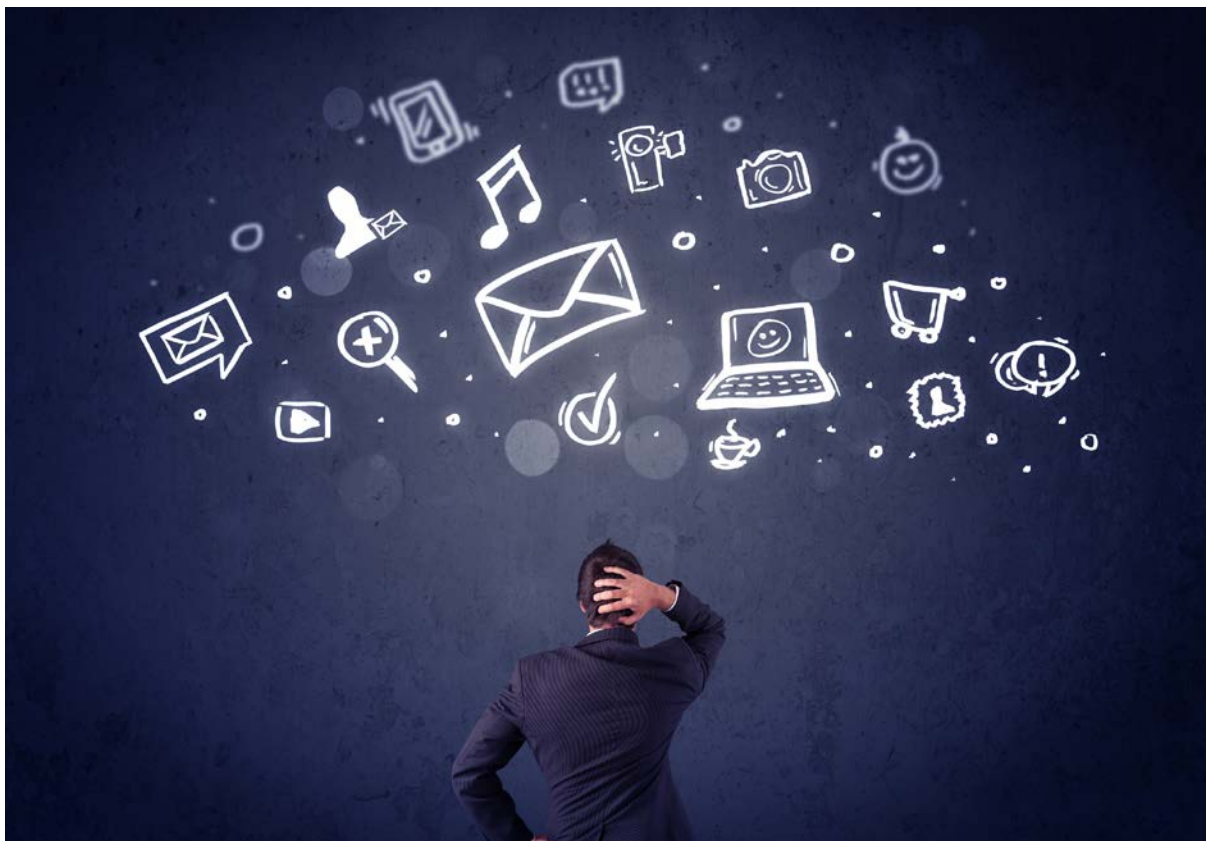
De resultaten van de Bioscoop studie werden beschikbaar gesteld voor de leden-intekenaars van de studie in september 2018 in pdf-formaat via de website van het CIM (<https://www.cim.be>). De resultaten van de CIM bereiksstudie Bioscoop worden via onderstaande gecertificeerde exploitatie- en/of planningssoftware leveranciers verdeeld aan hun klanten:

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

## Perspectief 2019 voor de Bioscoop studie

---

De Bioscoop studie zou gekoppeld moeten blijven aan de Persstudie voor de periode 2018-2019.



## CROSSMEDIA

Sinds 2016 worden het design en de opvolging van de strategische studies gegroepeerd en toevertrouwd aan het Strategisch Comité en de Technische Commissie CrossMedia. Zij hebben in 2018 drie verschillende projecten opgevolgd:

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

De principes van TGM en CDJ zijn in 2017 gedefinieerd door het Strategisch Comité en de Technische Commissie:

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

Voor beide projecten is in 2018 de tenderprocedure beëindigd.

- De rekrutering voor de TGM-studie loopt sinds einde 2018 via de Persstudie (IPSOS).
- De CDJ-studie wordt begin 2019 gelanceerd (KANTAR TNS).

## De ES

Sinds 2016 voert het CIM de Establishment Survey uit. Deze studie met 6.000 jaarlijkse interviews laat toe om sterke populatie benchmarks te hebben over de evolutie van de multimedia uitrusting in de gezinnen en over de consumptie van media. Ze werd toevertrouwd aan GfK.

De Establishment Survey is daarmee de basis voor:

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

## Field

Het tweede volledige veldwerk van de Establishment Survey liep van 01/10/2017 tot 31/09/2018.

## Referentie-universum

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

## Steekproeftrekking

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

## Inzameling van de gegevens en vragenlijst

De gegevens worden ingevuld door de respondent zelf in een CASI-vragenlijst op computer. Er is ook een online gedeelte voorzien in de rekrutering van de studie voor moeilijk via face-to-face te rekruteren profielen uit het online panel van GfK.

## Publicatie van de resultaten

De resultaten van het tweede jaar van de Establishment Survey werden in november 2018 gepubliceerd. De resultaten zijn beschikbaar in verschillende softwares van tactische studies (GfK Probe, Galileo, Sesame) en zijn toegankelijk voor de intekenaars die aan de financiering bijdragen (de intekenaars van de Radio, TV of Internet studies).

## De TGM

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

- Aankoopverantwoordelijkheden
- Aankoopgewoonten
- Voeding
- Drank
- Hygiëne en schoonheid
- Schoonmaakmiddelen
- Apotheek en gezondheid
- Vrije Tijd
- Vakantie
- Huisdieren
- Auto en transport
- Bank en verzekeringen
- Huisvesting
- Elektrische apparatuur
- Multimedia uitrusting
- Bioscoop, internet, radio en TV
- Attitudes
- Reclame en promotionele post

## De CDJ

De Consumer Decision Journey studie zal als doel hebben informatie te verzamelen over de rol van +/- 40 touchpoints in het beslissingsproces van de consumenten, en dit voor 15 verschillende sectoren. Elke respondent zal eerst ondervraagd worden over zijn/haar aankoopverantwoordelijkheden op het niveau van verschillende sectoren. In functie van zijn/haar antwoorden wordt hij/zij ondervraagd over de rol van touchpoints in zijn/haar beslissingsproces voor verschillende sectoren waarvoor hij/zij (mede-)verantwoordelijk is voor de aankoop.

## Technische Commissie CrossMedia

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                    |                           |
|------------------------------------|---------------------------|
| <b>David LECOUVET (Voorzitter)</b> | <b>Mediabrand Belgium</b> |
| Katrien BERTE                      | Mediahuis                 |
| Stefan DELAETER                    | VAR                       |
| Brigitte GILSON                    | Mindshare                 |
| Linda SCHEERLINCKX                 | Roularta Media Group      |
| Leen SCHRAMME                      | Wavemaker                 |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Ilse PEETERS (De Persgroep Publishing) verlaat de TC CrossMedia – RvB 23/01/2018.
- Vanessa SANCTORUM (Havas) verlaat de TC CrossMedia – RvB 27/02/2018.
- Sofie RUTGEERTS verlaat Medialaan en de TC CrossMedia – RvB 09/10/2018.
- Katrien BERTE vervangt Françoise FAUCHEUX in de TC CrossMedia (beiden Mediahuis) – RvB 13/11/2018.

## Strategisch Comité CrossMedia

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                   |                            |
|-----------------------------------|----------------------------|
| <b>Hugues REY (Voorzitter SC)</b> | <b>Havas Media Belgium</b> |
| Veerle COLIN                      | JC Decaux                  |
| Pierre DUBOIS                     | RTBF                       |
| Françoise FAUCHEUX                | Mediahuis                  |
| Yves GERARD                       | Régie Média Belge          |
| David LECOUVET (Voorzitter TC)    | Mediabrand                 |
| Frédéric MARTINS                  | ING België                 |
| Patrick VAN DIJCK                 | Brightfish                 |
| Tim VAN DOORSLAER                 | Medialaan                  |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Trui LANCKRIET geeft haar ontslag als lid van het SC CrossMedia. Ze wordt vervangen door Françoise FAUCHEUX (beiden Mediahuis) - RvB 23/01/2018.
- Bruno LIESSE verlaat Dentsu Aegis en is geen lid meer van het SC CrossMedia – RvB 23/01/2018.

## Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2018 hebben tien vergaderingen van de Technische Commissie plaatsgevonden en er werd vooral gewerkt aan:

- De evaluatie van de voorstellen van de instituten na de call for tender einde 2017 voor de nieuwe TGM- en CDJ-studies. Naar aanleiding van deze evaluaties werd de TGM uiteindelijk toevertrouwd aan IPSOS en de CDJ aan Kantar TNS.
- Het voorbereiden en de opvolging van het starten van beide studies (opstellen van de vragenlijsten, rekruteringsmethodes, ...),
- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de Establishment Survey.

## Perspectief 2019 voor de CrossMedia studies

---

Op de agenda van de Technische Commissie CrossMedia staan voor 2019 alvast:

- De controle van het goede verloop van de TGM- en CDJ-veldwerken.
- De voorbereiding en een eerste evaluatie van de gegevensverwerking van beide studies. In 2019 zouden beide studies voor het eerst gepubliceerd moeten worden, met voor beide studies een volledig nieuwe gegevensverwerking (nieuwe TGM-vragenlijst, combinatie van twee studies in één verenigde database TGM + CDJ).
- Voor de Establishment Survey is dit het laatste jaar van het huidige contract. De Technische Commissie zal dus haar verwachtingen en de procedures voor de voortzetting van de studie vanaf 2020 moeten bepalen.



## INTERNET

### Inleiding

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

De CIM Internet studie bestaat uit volgende onderdelen:

- Een census trafiek meting (op PC/laptop, tablet, smartphone en andere devices) voor ingeschreven websites;
- Een census trafiek meting voor ingeschreven html5, hybride en native apps (op tablet, smartphone en andere devices);
- Een census trafiek meting voor streaming audio en video players van ingeschreven publishers;
- Een fusie van de internetconsumptie op PC thuis en op de werk PC;
- Een cookie panel met PC-, tablet- en smartphone-gebruikers, voor bereik- en profielgegevens;
- Een totaal internetuniversum, na fusie van het PC, tablet en smartphone bereik.

### Methodologie van de Internetstudies

#### De census meting voor ingeschreven websites

De census meting voor ingeschreven websites is een site centric meting, die de trafiek op sites van intekenaars van de CIM Internet studie in kaart brengt. Elke deelnemende site plaatst een asynchroon javascript (= tag) in de broncode van zijn website. De eerste maal dat een surfer met zijn browser (bv. Internet Explorer, Safari, Firefox, Chrome, ...) een deelnemende site bezoekt, installeert het meetsysteem een third party cookie in die browser. Dit laat toe om de browser te identificeren elke keer als men daarna opnieuw een pagina bezoekt van een deelnemende site. Dit systeem 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 beter gemeten wordt (heartbeat).

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

1. gemiusPrism bevat ruwe ongefilterde data voor intern gebruik van de intekenaar.
2. gemiusRating bevat gefilterde data, waarover gecommuniceerd mag worden.

Een versie van gemiusRating beperkt tot page views en sessies is beschikbaar in het publieke gedeelte van de website van het CIM: <https://www.cim.be/nl/internet/resultaten-belgie>

## De census meting voor ingeschreven 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 app wordt een javascript gebruikt, voor de native en hybride apps is een SDK voor iOS en Android beschikbaar. Dit systeem laat toe om per app het aantal unieke browsers te onderscheiden en te tellen. Daarnaast worden page views, visits en overige metrics gerapporteerd. Deze CIM Internet meting vraagt op geen enkel moment een actieve participatie van de surfers.

De resultaten zijn beschikbaar via de twee tools voor alle internet-intekenaars (gemiusPrism en gemiusRating), de beschikbare metrics zijn dezelfde als die van de sites.

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

De resultaten zijn beschikbaar via de twee tools voor alle internet-intekenaars (gemiusPrism en gemiusRating). Sinds 2017 worden ook de resultaten van stream in apps gepubliceerd.

## CIM Internet bereiksstudies

Op basis van de censusstudies weet men niet wie er precies schuil gaat achter een browser, terwijl net deze informatie essentieel is voor een degelijke mediaplanning. De CIM Internet bereiksstudies zijn fundamenteel verschillend van alle andere tactische studies van het CIM: daarin wordt vanuit een perfect gekende steekproef een extrapolatie gemaakt over het bereik van media in het universum. De paradox van CIM Internet trafiekmeting is dat het surfvolume van sites, apps en players in het universum zeer betrouwbaar gemeten wordt maar dat de sociodemografische realiteit hierachter onbekend blijft. Dit is de prijs die betaald wordt in een studie waarin de steekproef... het universum is! De CIM Internet bereiksstudie is een tactische Internet studie van het CIM die de link wil leggen tussen browsers en de mensen die deze gebruiken.

Deze studie maakt gebruik van drie panels:

1. Het PC/laptop cookie panel;
2. Het tablet cookie panel;
3. Het smartphone cookie panel.

Sinds augustus 2015 zijn de panels gefuseerd tot één enkele bereiksmeting. Vanaf januari 2016 wordt het surfgedrag van mensen die thuis én op het werk op PC surfen gefuseerd. Tijdens de zomer van 2016 werd de sociodemografische verdeling van de internetstudie in twee stappen verfijnd:

1. de grenzen voor de berekening van de sociale groepen werden vanaf juni 2016 in overeenstemming gebracht met de internetbevolking in de Golden Standard;
2. de verdeling naar leeftijd en provincie werd vanaf augustus 2016 geoptimaliseerd door de toevoeging van twee wegingsfactoren (geslacht x leeftijd en geslacht x provincie).

Vanaf juli 2017 wordt de Establishment Survey (ES) als bron voor de sociodemografische verdeling van de Belgische internetbevolking gebruikt. Gemius heeft de berekening van het bereik per type toestel verbeterd door, vanaf de gegevens van juli 2016, rekening te houden met de verhouding tussen het aantal browsers en het aantal surfers (de J-factor) per dag, per type toestel en voor elke publication unit (site, sectie, media player, mediagroep en regiecombinatie). Naast het bereik voor websites wordt sinds januari 2016 ook het bereik gemeten voor het totale aantal streams dat online bekeken en/of beluisterd werd. Dit wordt sinds 2016 op het niveau van de "player" gemeten, en is sinds 2017 ook beschikbaar op andere niveaus (website, mediagroep, ...).

De bereikresultaten zijn beschikbaar via 2 verschillende bronnen:

1. Planning files: Gemius levert ASCII-bestanden aan de software houses.
2. Excel rapporten: offline rapporten, die voornamelijk een archieffunctie hebben.

In juli 2018 schakelde Gemius over naar een nieuwe productieomgeving (Overnight). De belangrijkste verschillen met de vorige studie zijn:

- Dagelijkse publicatie van bereikresultaten van gisteren;
- Integratie van het bereik van apps;
- Methodologische aanpassingen m.b.t. het schatten van het aantal users per browser (J BRUS).

## Technische Commissie Internet

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                  |                         |
|----------------------------------|-------------------------|
| Jean-Michel DEPASSE (Voorzitter) | Mindshare               |
| Katrien BERTE                    | Mediahuis               |
| Saskia CUPERUS                   | Roularta Media Group    |
| Thibaud DE MEESTER               | Dentsu Aegis (Isobar)   |
| Adrien DE WALQUE                 | RTL Belgium             |
| Pierre DUBOIS                    | RTBF                    |
| Kim GILS                         | Medialaan               |
| Mélanie PIERLOT                  | Rossel & Cie            |
| Stéphanie RADOCHITZKI            | Mediabrand              |
| Bart SPIESSENS                   | Pebble Media            |
| Bernd STRAUVEN                   | De Persgroep Publishing |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

*Hebben de Commissie vervoegd:*

- Sabrina BAKALLI (RTL Belgium) – RvB 24/04/2018.
- Mélanie PIERLOT (Rossel & Cie) – RvB 11/09/2018.
- Bernd STRAUVEN (De Persgroep Publishing) – RvB 09/10/2018.
- Adrien DE WALQUE (RTL Belgium) – RvB 13/11/2018.

*Hebben de Commissie verlaten:*

- Nicolas SCHONAU (RTL Belgium) – RvB 24/04/2018.
- Céline BRANDERS (Rossel & Cie) – RvB 11/09/2018.
- Pieter MERGAN (De Persgroep Publishing) – RvB 09/10/2018.
- Sabrina BAKALLI (RTL Belgium) – RvB 13/11/2018.

### Werkzaamheden van de Technische Commissie Internet

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

## Strategisch Comité Digitaal (Internet)

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                      |                   |
|--------------------------------------|-------------------|
| <b>Pierre DUBOIS (Voorzitter SC)</b> | <b>RTBF</b>       |
| Sabrina BAKALLI                      | RTL Belgium       |
| Michaël BASSANELLO                   | Nationale Loterij |
| Katrien BERTE                        | Mediahuis         |
| Céline BRANDERS                      | Rosel & Cie       |
| Philippe DEGUELDRE                   | Pebble Media      |
| Jean-Michel DEPASSE (Voorzitter TC)  | Mindshare         |
| Sylvie IRZI                          | Mediabrand        |
| Brenda LIEBENS                       | SBS Belgium       |
| Sandrine PENNINCKX                   | RMB               |
| Tim VAN DOORSLAER                    | Mediaaan          |
| Philippe VAN HELSHOECHT              | Space             |
| Anny WUYTS                           | VAR               |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Wim STAELENS (SBS Belgium) wenst geen lid te blijven van het SC Digitaal – RvB 23/01/2018.
- Didier ACKERMANS verlaat Dentsu Aegis en maakt geen deel meer uit van het SC Digitaal – RvB 27/02/2018.
- Extra leden – RvB 27/02/2018:
  - Céline BRANDERS (Rosel & Cie)
  - Tim VAN DOORSLAER (Mediaaan), met Jo SNOECKX als plaatsvervanger (RvB 27/03/2018).
  - Sandrine PENNINCKX (RMB)
  - Marco MARINI (IP Belgium), met Ariane DEBEUR als plaatsvervanger
  - Melissa ADRIAENSENS (SBS Belgium), met Jeroen COEYMANS als plaatsvervanger
  - Anny WUYTS (VAR), met Thijs VANDERHAEGEN als plaatsvervanger
  - Birgitta DE SMET (Transfer)
- Birgitta DE SMET verlaat Transfer en maakt geen deel meer uit van het SC Digitaal – RvB 27/03/2018.
- Melissa ADRIAENSENS (SBS) wordt vervangen door Brenda LIEBENS (SBS) binnen het SC Digitaal - RvB 22/05/2018.
- Marco MARINI (IP Belgium) verlaat het SC Digitaal wordt vervangen door Sabrina BAKALLI (RTL Belgium) – RvB 26/06/2018.
- Katrien BERTE vervangt Trui LANCKRIET in het SC Digitaal (beiden Mediahuis) – RvB 13/11/2018.

### Werkzaamheden van het Strategisch Comité Digitaal

Het Strategisch Comité vergadert 1 maal per maand, waakt over de verschillende onderdelen van de internetstudie en beslist over de evolutie van de studie, de prioriteiten en de publicatie. Het voornaamste topic van 2018 was de implementatie van gDE (gemiusDirectEffect), de tool die toelaat om impressies en bereik van displaycampagnes te meten en te publiceren. Op 31 december bevond dit project zich in een testfase, waarbij alle deelnemende agentschappen hun displaycampagnes taggen. De doelstelling voor 2019 is om deze resultaten ook ter beschikking te stellen van de media voor hun eigen sites.

## Internetcontroles

Elke intekenaar aanvaardt de mogelijkheid tot controle van zijn site 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. Deze controles dienen om, in de mate van het mogelijke en de staat van de technologie, fraude met betrekking tot de markering, de kwaliteit van de markering, maar ook de "gezondheidstoestand" van het systeem te detecteren.

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

## Publicatie van de Internetresultaten

### Gegevens voor het grote publiek

Op de CIM-site kan men voor alle deelnemende sites en secties het aantal Visits en Page views consulteren via de applicatie gemiusRating. Deze applicatiesite laat toe om zelf een periode in te stellen. De meest recente data zijn die van de vorige dag. Het is mogelijk om de individuele resultaten van sites en secties, of de gecombineerde resultaten van regies en uitgevers, te selecteren en te bekijken. Er zijn geen publieke gegevens beschikbaar voor applicaties en streaming. De resultaten zijn beschikbaar via volgende link:

<https://www.cim.be/nl/internet/resultaten-belgie>

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

<http://ranking.gemius.com/be> en <http://ranking.gemius.com/lu>

### Gegevens die enkel voor intekenaars beschikbaar zijn

De resultaten van de CIM Internet studie zijn voor de intekenaars beschikbaar in gemiusPrism, gemiusRating (trafiek) en in de planning files (bereik). Voor het bereik is er ook een individueel rapport in Excelformaat beschikbaar, op de CIM-website, per site, deel van een site (sectie), groepering van sites of per player.

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

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

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 | 39   | 2.438.298 |
| 2018 | 42   | 3.183.382 |

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 |

## Perspectief 2019 voor de Internetstudie

- gDE
  - Publicatie bereik van online advertenties (display)
  - Creatie publisher view
  - Creatie public view
- Custom Time Periods
 

Door de implementatie van een virtueel constant panel zullen de bereikresultaten over een bepaalde tijdsperiode altijd dezelfde zijn, ongeacht de manier waarop de periode werd samengesteld (b.v. door selectie van 1 week, of door selectie van 7 dagen).
- Tegelijk met Custom Time Periods worden de volgende methodologische aanpassingen verwacht:
  - Aparte verwerking van mobiele data van de Facebookbrowser en data van de andere browsers (Facebook correction)
  - Schatting van het aantal cookies (EC global)
  - Nauwkeurigere berekening van het universum (PRES)
- GDPR: optimaliseren van de privacytool in het kader van de nieuwe Europese datawetgeving die van kracht werd in mei 2018.



## OUT-OF-HOME

2018 is het tweede jaar van de publicatie van de Out-of-Home studie 2016-2019, waarin klassieke interviews en gegevens uit big data worden gecombineerd.

Verscheidende belangrijke werkzaamheden vonden plaats in 2018:

- 1) Publicatie van de resultaten van golf 2018-1, met integratie van panelen in metrostations.
- 2) Voorbereiding van de publicatie 2019-1, met integratie van de digitale schermen.
- 3) Voorbereiding van de publicatie 2019-2, met een update van de verplaatsingsgegevens van Be-Mobile en het toevoegen van panelen in treinstations.

### Publicatie 2018-1 en integratie van het Metro universum

Tijdens de eerste publicatie waren alleen de prestaties van de in de straat aanwezige panelen beschikbaar.

Voor de evaluatie van de panelen van JC Decaux in de Brusselse metrostations waren de volgende elementen nodig:

- Het digitaliseren van de metrostations en de integratie van deze stations in de IMS-implantatietool om heel de metro-inventaris te kunnen positioneren;
- De ontwikkeling door MGE Data van een specifiek "indoor" model dat toelaat om de verplaatsing van de mensen in de metrostations te simuleren evenals hun kans om in contact te komen met de panelen die zich in deze stations bevinden.

Golf 2018-1 houdt ook rekening met een update van de inventaris van de afficheurs en met de publicatie van nieuwe officiële netwerken.

## Vorbereitung van de publicatie 2019-1 en integratie van de digitale schermen

Naar aanleiding van de ontwikkeling van het digitale stadsmeubilair in het OOH-aanbod hebben de leden van de Technische Commissie gevraagd om de digitale schermen te integreren in de studie en om deze op een flexibele manier te kunnen evalueren om de commerciële werkelijkheid te weerspiegelen, nl. de variabele duur van de spot en de share of voice in de beschikbare expositietijd, die van uur tot uur, dag tot dag kunnen variëren.

De exploitatietool IDS werd aangepast door MGE Data om aan deze aanvraag te kunnen voldoen:

- Op het niveau van de exploitatie: ontwikkeling van een planning tool die toelaat om digitale campagnes op maat te creëren.
- Op het niveau van de methodologie van het berekenen van de contacten: toevoegen van een specifieke berekening die rekening houdt met de duur van de digitale spots, de SOV en de potentiële tijd van contact van een voorbijganger in functie van de snelheid van zijn verplaatsing.

Golf 2019-1 die in februari 2019 gepubliceerd zal worden, houdt ook rekening met een update van de inventaris van de afficheurs en met de publicatie van nieuwe officiële netwerken, digitale netwerken inbegrepen.

## Vorbereitung van de publicatie 2019-2 met update van verplaatsingsgegevens en integratie van treinstations

Op vraag van het Strategisch Comité werden de verplaatsingsgegevens van de OOH-studie verrijkt en geüpdatet door Be-Mobile. De resultaten van golf 2019-2 zullen rekening houden met de volgende nieuwigheden:

- Weging van de virtuele bevolking in functie van de nieuwe CIM Golden Standard studie en de StatBel gegevens;
- Update van de benchmarks van het wegverkeer (Floating Car data, loop detectors) en het openbaar vervoer;
- Integratie van de indicatoren van de seizoenaliteit op basis van de vastgestelde evolutie van het wegverkeer (bron: Floating car data, loop detectors);
- Optimalisatie van de matrix oorsprong/bestemming met behulp van verplaatsingsgegevens van Proximus (3 maanden observatie).

Het online dashboard ontwikkeld door Be-Mobile die de intekenaars van de studie toelaat om verplaatsingsgegevens en sociodemografische kenmerken van de bevolking te bekijken zal ook geüpdatet worden met deze nieuwe verplaatsingsgegevens.

Bovendien zal het "treinstation" universum toegevoegd worden aan de studie om de panelen van Publifer te kunnen evalueren binnen de Belgische treinstations.

Zoals voor de Brussels metro waren de digitalisatie door MGE Data van 52 stations evenals de integratie ervan in de IMS-implantatietool om de hele inventaris van Publifer te kunnen positioneren nodig.

Dankzij de door Be-Mobile gemodelleerde verplaatsingsgegevens zal MGE Data het traject dat reizigers volgen kunnen simuleren van de ingangen tot aan de perrons en van de perrons tot aan de uitgangen, in functie van hun bestemming en de uurroosters van de treinen.

De publicatie van golf 2019-2 wordt voorzien voor het 2<sup>de</sup> trimester 2019 en zal ook rekening houden met een update van de inventaris van de afficheurs en met de publicatie van de nieuwe officiële netwerken.

## Technische Commissie Out-of-Home

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                        |                       |
|----------------------------------------|-----------------------|
| <b>Jos VAN CAMPENHOUT (Voorzitter)</b> | <b>Outsight</b>       |
| Veerle COLIN                           | JC Decaux Belgium     |
| Bernard COOLS                          | Space                 |
| Thomas DE GREEF                        | Kinetic Belgium       |
| Gert DELGOUFFE                         | Publifer              |
| Christophe GUISET                      | Mediabrand/Rapport    |
| Nathalie LEGOUY                        | Belgian Posters       |
| Kathy VANDEVELDE                       | Clear Channel Belgium |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Thomas DE GREEF vervangt Arno BUSKOP (beide Kinetic) in de TC OOH – RvB 27/02/2018.
- Nathalie LEGOUY (Belgian Posters) vervangt Patrick SION vanaf 1 juli – RvB 22/05/2018.
- Joëlle DEFOSSEZ verlaat Clear Channel Belgium en is geen lid meer van de TC OOH. Ze wordt opgevolgd door Kathy VANDEVELDE (ook Clear Channel Belgium) – RvB 11/09/2018.
- Benoit VAN COTTEM (Posterscope) is geen lid meer van de TC OOH – RvB 13/11/2018.

## Strategisch Comité OOH

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                          |                      |
|------------------------------------------|----------------------|
| <b>Veerle COLIN (Co -Voorzitster SC)</b> | <b>JC Decaux</b>     |
| <b>Michel JADOUL (Co-voorzitter SC)</b>  | <b>Clear Channel</b> |
| Sandra CEURENS                           | Mediabrand/Rapport   |
| Thomas DE GREEF                          | Kinetic Belgium      |
| Yves DE VOEGHT                           | Coca-Cola            |
| Gert DELGOUFFE                           | Publifer             |
| Nathalie LEGOUY                          | Belgian Posters      |
| Jos VAN CAMPENHOUT (Voorzitter TC)       | Outsight             |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Julie WIJNS wordt vervangen als effectieve lid van het SC OOH door Sandra CEURENS maar blijft officiële plaatsvervangster (beiden Mediabrand/Rapport) – RvB 23/01/2018.
- Benoit VAN COTTEM (Posterscope) maakt geen deel meer uit van het SC OOH - RvB 23/01/2018.
- Gert DELGOUFFE (Publifer) vervoegt het SC OOH – RvB 27/03/2018.
- Nathalie LEGOUY (Belgian Posters) vervangt vanaf 1 juli Patrick SION – RvB 22/05/2018.

## Werkzaamheden van de Technische Commissie Out-of-Home en het Strategisch Comité

In 2018 hebben het Strategisch Comité en de Technische Commissie gewerkt aan:

- de verbetering van de modellering van de verplaatsingen door het updaten van de externe benchmark gegevens en de integratie van nieuwe bronnen;
- de verbetering van de capaciteit (snelheid, stockage) van de exploitatietools;
- de uitbreiding van de scope van de studie met de integratie van nieuwe universa (metrostations en treinstations) en nieuwe dragers (digitale schermen).

Er zijn 12 vergaderingen geweest van de Technische Commissie Out-of-Home. De Commissie verdiepte zich voornamelijk in de volgende zaken:

- De publicatie van een tweede golf van resultaten (2018-1) en de vergelijking van deze resultaten met de eerste golf 2017;
- De validatie en de publicatie van de resultaten van de panelen in de metro;
- De analyse en de validatie van de methodologie voor het berekenen van contacten, specifiek voor de digitale schermen, en het bepalen van de behoeften en de validatie van de ontwikkelingen in termen van exploitatietools voor de markt;
- Het leveren van alle gegevens nodig om de stations te integreren in de studie;
- De analyse en de validatie van de indicatoren van seizoenaliteit waarmee er rekening gehouden moet worden voor het berekenen van de prestaties van een campagne;
- Het bepalen van het ritme van de toekomstige publicaties.

## Perspectief 2019 voor de Out-of-Home studie

---

2019 wordt het jaar van de derde en vierde edities van de nieuwe CIM OOH-studie, met de integratie van de resultaten van de digitale schermen en de panelen in de treinstations. De Technische Commissie zal dus met aandacht het goede verloop en de validatie van deze publicaties opvolgen.

Voor de verrijking en ontwikkeling van de studie zullen de volgende elementen worden geëvalueerd:

- update van de OSM kaart;
- problematiek van de contacten gegenereerd in de wachzones;
- toevoegen van nieuwe universa (b.v. winkelcentra);
- integratie van nieuwe bronnen om de modellering te verbeteren (b.v. benchmarks voetgangers).



## PERS

Er bestaan twee verschillende CIM Persstudies:

- De controle van de verspreidings- en oplagecijfers van de perstitels. Die wordt gebaseerd op de verklaringen op erewoord door de uitgevers enerzijds, en op een jaarlijkse audit door de instanties van het CIM anderzijds.
- De meting van het bereik (Average Issue Readership). Hiervoor wordt een representatieve steekproef van inwoners van België ondervraagd over iets minder dan 200 perstitels (dagbladen, weekbladen, maandbladen enz.).

## Echtverklaring Pers

### Methodologie van de Echtverklaring Pers studie

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

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

Na elke echtverklaring geeft de expert de uitgever een kopie van het voorstel tot verslag waarna een definitief proces-verbaal wordt opgesteld. Dit proces-verbaal deelt officieel de cijfers mee betreffende het aantal nummers per jaar, de betaalde verspreiding, de abonnementen, de losse verkoop, de gratis exemplaren en de oplage. Een label dat overeenstemt met het afgeleverde verslag wordt aan de betrokken publicatie

gegeven. Zijn geldigheidsduur bedraagt twaalf maanden te rekenen van de datum van aflevering van het overeenstemmende echtverklaringsverslag. Daarenboven dienen de uitgevers een verklaring op erewoord te doen met de gedetailleerde gegevens over de oplage, betaalde verspreiding en andere verspreidingen, aantal verschenen nummers, eventueel de in het buitenland verspreide exemplaren, ... en dit voor elk van de drie maanden van het afgelopen kwartaal. De levering van de nieuwe verklaringen gebeurt via een online systeem.

## Technische Commissie Echtverklaring Pers

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                   |                         |
|-------------------|-------------------------|
| Michel MABILLE    | Produpress              |
| Frank MINNE       | Roularta Media Group    |
| Isabelle ORTEGATE | IPM Group               |
| Jo SAMYN          | Mediahuis               |
| Werner SLUYS      | Mass Transit Media      |
| Pieter VERBEKE    | De Persgroep Publishing |
| Jean WOUTERS      | Rossel & Cie            |

Wijziging in de loop van het jaar:

- Karen HOEGAERTS verlaat Sanoma en is geen lid meer van de TC Echtverklaring – RvB 26/06/2018.

### Werkzaamheden van de Technische Commissie Echtverklaring Pers en van het Strategisch Comité Pers

De Technische Commissie Echtverklaring is in 2018 één keer samengekomen met als doel om het werk van het voorgaande jaar aan te passen:

- Aanpassen van de rapporteringscategorieën zodat de categorieën van de digitale exemplaren overeenkomen met de categorieën van de papieren exemplaren,
- Aanpassen van de timing van de publicatie van de Brand Reports.

## Publicatie van de Echtverklaring Pers resultaten

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

| CIM Press Brand Report 2016                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titre                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Periodicity<br>xxx<br><br>Language<br>xxx<br><br>Universe<br>National<br><br>Number of issues<br>xxx | <b>Readers (CIM NRS 16-17)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                      |  Total Reach of total Brand xxx<br>AIR Brand xxx<br>AIR Print + Digital versions xxx<br>AIR Print xxx<br>Net promotor score xxx                                                                                                                              |
|                                                                                                      | <b>Surfers (CIM internet '16)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                      |  Website avg. daily surfers xxx<br>Apps unique browsers xxx                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                      | <b>Circulation (Jan-Dec '16)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                      |  Print run xxx<br>Paid copies (>50%) xxx<br>Paid subscriptions (>50%) xxx<br>Paid affiliates (incl. in membership) xxx<br>Paid other* xxx<br>Free push xxx<br>Free pull xxx<br>Other distribution (differed & raw pull) xxx<br>Paid digital circulation xxx |
|                                                                                                      | * Average price Paid Others : xxx €                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                      | <b>Remark:</b><br><br>The CIM guarantees the validity of the given data, not of any processing they may be subsequently used for.                                                                                                                                                                                                             |

De Brand Reports worden twee keer per jaar gepubliceerd:

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

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

## Echtverklaring Pers Controles

De controles voor de echtverklaring gebeuren op verschillende niveaus:

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

## Perspectief 2019 voor de Echtverklaring Pers studie

In 2019 zullen de aanpassingen rond de nieuwe rapporteringscategorieën die in 2018 beslist werden, geïmplementeerd worden.

Net zoals vorig jaar zal de Technische Commissie Echtverklaring Pers alleen een vergadering organiseren voor specifieke vragen.

# Pers bereikstudie

## Methodologie van de Pers bereikstudie

---

### Doel

De Persstudie meet de lectuur van perstitels zowel digitaal als op papier, om een studie te hebben die alle leesmomenten kan meten en waarden ongeacht de manier of het formaat van verspreiding: papier of elektronisch. De CIM Persstudie genereert vandaag 3 leesindicatoren: één voor papieren versie + digitale versies ("digitale versies" zoals de pdf-versie en de applicaties met uitsluiting van site), één indicator voor website bezoek en tot slot de "Total Brand" die alle versies en alle platformen in rekening neemt, waaronder de websites.

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

Vanaf 2016 heeft de Technische Commissie gewerkt aan de ontwikkeling van extra modules om zo de meting van de Persbereikstudie te verrijken, dit zijn de extra doelstellingen:

- Het verhogen van het ritme van de publicaties,
- De modellering van het bereik dag per dag voor de dagbladen,
- De modellering van het bereik per nummer voor de magazines,
- De introductie van de accumulatie van het bereik voor de magazines,
- De fusie van gegevens uit de CIM Pers studie en de CIM Internetstudie om het totaal bereik van persmerken te berekenen.

Het veldwerk voor de verschillende modules is gerealiseerd door IPSOS België, de verwerking en modellering van data (modules 4 tot 7) worden uitgevoerd door IPSOS UK.

### Module 1: National Readership Survey (NRS)

#### Rekrutering

Het veldwerk van de studie 2017-2018 begon op 03/06/2017 en eindigt op 31/05/2018. Het referentie-universum bestaat uit alle individuen woonachtig in België, van 12 jaar en ouder. Op 01/01/2017 bedroeg dit 9.771.614 individuen.

De steekproef van het veldwerk 2017-2018 telt 10.060 enquêtes. Het steekproefpercentage is dus:

$9.771.614 / 10.060 = 971,3$ . Dit betekent dat elk individu van de steekproef gemiddeld 971 individuen van het referentie-universum vertegenwoordigt.

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

#### Gegevensinzameling

De interviews (face-to-face) worden gerealiseerd bij de respondent thuis met behulp van een Computer Assisted Self Interviewing (CASI). Het socio-demo gedeelte wordt altijd door de enquêteur ingevuld (CAPI).

#### Vragenlijst

De vragenlijst omvat, naast een aantal sociodemografische gegevens, vragen met betrekking tot de lectuur van perstitels. Het is belangrijk om te benadrukken dat het onderdeel in verband met het lezen van de pers gewijzigd werd in 2018, met een nieuwe structuur en het weglaten van de meting van de covers (zie volgende punt). De vraag over de totale lectuur werd gewijzigd om ook de raadpleging van digitale edities en websites beter te kunnen bestuderen. Deze aanpassingen worden in details beschreven in de methodologie van de studie die beschikbaar is op de website van het CIM ([www.cim.be](http://www.cim.be)) sinds de publicatie van de resultaten in september 2018.

## **Beschikbaarheid van de resultaten**

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

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

- De CIM bereikscindicatoren (Total readers, Loyal readers, Readers last period),
- De bereikssamenvatting,
- De betrouwbaarheidsintervallen,
- De sociodemografische gegevens.

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

## **Veldwerk 2018-2019**

Er werden twee belangrijke methodologische aanpassingen doorgevoerd aan de Persbereiksstudie NRS 2018-2019:

- De rekrutering wordt hybride met 75% van de respondenten die face-to-face gerekruteerd worden en 25% van de respondenten die online gerekruteerd worden via het acces panel van IPSOS.
- De face-to-face rekruteringsmethode wordt aangepast: de rekrutering is nu gebaseerd op een adres-sensteekproef. De selectie van de respondent wonend op dat adres gebeurt met behulp van een applicatie.

## **Module 2: Dagbladen SMS-panel**

Naast de basisstudie werd een sms-panel opgezet door IPSOS om het dagelijkse bereik en de duplicatie tussen de platformen van de dagbladen te meten.

### **Rekrutering**

IPSOS gebruikt een doorlopende rekrutering om respondenten die het panel zouden verlaten te kunnen vervangen en om zeker te zijn dat beide panels (Nederlandstalig en Franstalig) representatief blijven.

De panelleden worden ook opnieuw ondervraagd op jaarlijkse basis om te controleren dat de sociodemografische gegevens nog altijd geüpdatet zijn. Deze herondervraging vond in 2018 plaats tijdens de maand november. De panelleden die niet geantwoord hebben werden geschrapt uit de panels. In september 2018 heeft IPSOS de rekrutering versterkt om deze personen te vervangen.

De rekruteringsmethode blijft ongewijzigd: 50% face-to-face en 50% online via het access-panel van IPSOS.

Op 29/12/2018 was het panel samengesteld uit 1.638 Nederlandstalige en 1.679 Franstalige panelleden.

### **Gegevensinzameling**

De deelnemers krijgen elke dag een sms-bericht dat hen vraagt welke titel(s) ze de dag ervoor hebben gelezen en op welke drager(s).

## **Modules 4 tot 6: modellering dagbereik, nummerbereik en accumulatie**

Het doel van module 4 is om het dagelijks bereik te schatten voor de dagbladen. De modellering van dit bereik gebeurt op basis van een combinatie van gemeten variaties in het sms-panel en op basis van de verspreidingsgegevens.

Module 5 betreft de schatting van het bereik per nummer voor de magazines op basis van de verspreidingsgegevens en op basis van het bereik van de covers.

Module 6 omvat de modellering van de accumulatie van het bereik van de magazines op basis van het meten van de dekking.

IPSOS UK heeft de modellering van het bereik van de dagbladen, en van het bereik per nummer van de magazines met succes gefinaliseerd in de loop van 2018.

Na interne evaluatie hebben de uitgevers uiteindelijk beslist de resultaten niet te publiceren en de modules 4 tot 6 te schrappen in 2019 omdat de kosten niet in verhouding stonden met de verwachte meerwaarde voor de markt.

De databases met alle tot nu toe verzamelde gegevens, zijn ter beschikking gesteld van de uitgevers en kunnen gebruikt worden voor bijkomende analyses.

## Module 7: fusie van CIM NRS en CIM Internet gegevens.

Het resultaat voor de websites van de perstitels wordt op dit moment berekend op basis van wat verklaard wordt in de persvragenlijst. Het doel van module 7 is om deze gegevens te vervangen door de bereikresultaten die worden gemeten in de CIM Internetstudie.

Gezien de recente veranderingen in de methodologie van de internetstudie (de introductie van de overnight methodologie), de wijzigingen in het formaat van de exploitatiebestanden en enkele aanpassingen die voorzien zijn op korte termijn, is de fusie van de Internetgegevens en de Persresultaten nog niet gefinaliseerd in 2018. De verwachting is nu dat dit in 2019 gebeurt.

## Technische Commissie Pers-Bioscoop

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                   |                         |
|-----------------------------------|-------------------------|
| <b>Bernard COOLS (Voorzitter)</b> | <b>Space</b>            |
| Charles-Emmanuel AMAND            | L'Avenir Advertising    |
| Remi BOEL                         | Omnicom Media Group     |
| Brigitte GILSON                   | Mindshare               |
| Francine KENLER                   | Rossel & Cie            |
| Isabelle ORTEGATE                 | IPM Group               |
| Ilse PEETERS                      | De Persgroep Publishing |
| Vanessa SANCTORUM                 | Havas Media Belgium     |
| Linda SCHEERLINCK                 | Roularta Media Group    |
| Sylvia VAN CAUTEREN               | Brightfish              |
| Kim VANSTEENKISTE                 | Mediahuis               |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Laetitia MARY (IP Belgium) heeft de TC Pers verlaten – RvB 23/01/2018.
- Ilse PEETERS (De Persgroep Publishing) is lid geworden van de TC Pers, ze vervangt Bart DE PROOST (De Persgroep Publishing) – RvB 23/01/2018.
- Wout DOCKX verlaat Newsworks en is geen lid meer van de TC Pers – RvB 27/02/2018.
- Els VOGELS verlaat Sanoma en is geen lid meer van de TC Pers – RvB 26/06/2018.
- Christian KEVERS (MediaCom) heeft de TC Pers verlaten – RvB 09/10/2018.
- Sylvia VAN CAUTEREN (Brightfish) is lid geworden van de TC Pers-Bioscoop als vertegenwoordigster van bioscoop – RvB 13/11/2018.
- Vanessa SANCTORUM (Havas Media Belgium) is lid geworden van de TC Pers-Bioscoop – RvB 13/11/2018.

### Naamsverandering

Christian KEVERS heeft MediaCom verlaten (pensioen) en is bijgevolg niet langer voorzitter van de TC Bioscoop. De Raad van Bestuur van 09/10/2018 heeft zijn akkoord gegeven dat de Technische Commissie Bioscoop afgeschaft wordt. De Technische Commissie Pers wordt de Technische Commissie Pers-Bioscoop en wordt uitgebreid met een vertegenwoordiger van Brightfish.

## Strategisch Comité Reading (Pers)

### Samenstelling d.d. 31/12/18

| Trui LANCKRIET (Voorzitster SC) | Mediahuis                    |
|---------------------------------|------------------------------|
| Philippe BELPAIRE               | Roularta Media Group         |
| Bernard COOLS (Voorzitter TC)   | Space                        |
| Luc DE POTTER                   | We Media                     |
| Christine DEFOUR                | Mediabrand                   |
| Philippe GEURTS                 | Dentsu Aegis Network Belgium |
| Zeger LINDEMANS                 | Delhaize                     |
| Gonda LONTINGS                  | Rossel & Cie                 |
| Ilse PEETERS                    | De Persgroep Publishing      |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Christine DEFOUR verlaat Vivaki Belgium voor Mediabrand maar blijft lid van het SC Pers – RvB 23/01/2018.
- Zeger LINDEMANS (Delhaize) wordt lid van het SC Pers als vertegenwoordiger van de adverteerders – RvB 24/04/2018.
- Luc EECKHOUT (L'Avenir Advertising) wordt lid van het SC Pers – RvB 24/04/2018.
- Bart DE PROOST ziet af van zijn rol als voorzitter van het SC Pers. Trui LANCKRIET (Mediahuis) wordt voorzitter van het SC Pers – RvB 22/05/2018.
- Ilse PEETERS (De Persgroep Publishing), eerst vervangster voor Bart DE PROOST (ook De Persgroep Publishing) (RvB 27/03/2018), vervangt hem als effectief lid – RvB 26/06/2018.
- Gonda LONTINGS (Rossel & Cie) vervangt Thierry HUGOT (Rossel & Cie) - RvB 26/06/2018.
- Sophie VANDERWINKEL verlaat Sanoma en is geen lid meer van het SC Pers – RvB 11/09/2018.
- Luc EECKHOUT verlaat L'Avenir Advertising en is geen lid meer van het SC Pers – RvB 11/09/2018.
- Mieke BERENDSEN (Mediaaan/De Persgroep) wordt voorgesteld als officiële vervangster van Ilse PEETERS (De Persgroep Publishing) indien ze niet aanwezig kan zijn – RvB 09/10/2018.

### Werkzaamheden van de Technische Commissie Persbereik en het Strategisch Comité Pers

In 2018 zijn er 11 vergaderingen geweest van de Technische Commissie met als belangrijkste onderwerpen:

- De opvolging van het veldwerk van de studie 2017-2018 en de studie 2018-2019;
- De analyse en validatie van de resultaten van het veldwerk 2017-2018 en publicatie van de nieuwe variabelen (% promotoren, bruto contacten);
- De opvolging van de ontwikkeling van de nieuwe modules (2 tot 7) op het niveau van het instituut verantwoordelijk voor de studie en de resultaten evenals op het niveau van de exploitatie van deze gegevens in de softwares;
- De opvolging van de nieuwe aanpassing van de vragenlijst Pers (aanpassing van de structuur en de wording die de digitale edities en websites definiëren) en het op poten zetten van de kwalitatieve testen;
- Het valideren van de nieuwe rekruteringsmethode op het veldwerk van de studie 2018-2019 en het opzetten van een hybride rekruteringsmethode (face-to-face en online enquêtes).

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

## Publicatie van de Pers Bereik resultaten

---

In september 2018 werd de Persbereiksstudie voor de tweede keer gepubliceerd sinds de toekenning van het nieuwe contract aan IPSOS. Net zoals vorig jaar, werden de resultaten grondig geanalyseerd en gevalideerd door de Technische Commissie en de Permanente Structuur.

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

- De vragen over de lectuur van papieren versies, de digitale edities en de websites en hun definities werden op een andere manier gestructureerd.
- De evoluties in het leesgedrag, met name via applicaties waarvan de inhoud soms gelinkt is aan de website, soms aan de digitale editie, soms aan beide, maken dat de verschillende indicatoren misschien niet helemaal meer met de realiteit van de persconsumptie overeenkomen.

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

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

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

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

## Perspectief 2019 voor de Pers Bereiksstudie

---

De introductie van een nieuwe rekruteringsmethode face-to-face en een hybride methode die face-to-face en online combineert, zorgt ervoor dat de Technische Commissie, het Strategisch Comité en de Permanente Structuur de mogelijke impact van deze methodologische veranderingen op de resultaten en op het veldwerk in de gaten moeten houden en moeten proberen te begrijpen.

De Technische Commissie, het Strategisch Comité en de Permanente Structuur moeten evalueren of er bijkomende veranderingen nodig zijn in de methodologie, om zo de betrouwbaarheid van de finale resultaten te garanderen.

Een ander project in 2019 is het finaliseren van de ontwikkeling van Module 7 die de fusie tussen de NRS-resultaten en de resultaten van de CIM Internetstudie omvat.

Het Strategisch Comité zal nieuwe objectieven voor de Persstudie vanaf 2020 moeten definiëren (of de huidige bevestigen).



## RADIO

### Methodologie van de CIM Radiostudie

---

#### Radio Audience Measurement (RAM)

De nieuwe radiostudie is opnieuw toevertrouwd aan GfK Belgium.

De principes van de studie blijven gelijk (nl. een studie gebaseerd op een aselekt samengesteld steekproef van 24.000 respondenten per jaar en een dagboek) maar de studie heeft toch belangrijke wijzigingen ondergaan:

- Het wordt een hybride rekrutering met 70% van de respondenten in face-to-face en 30% online;
- Het veldwerk wordt continu;
- Het ritme van de publicaties verandert, met 6 publicaties per jaar (op basis van de laatste 4 gemeten maanden);
- De face-to-face rekruteringsmethode werd aangepast.

In 2018 werden er 4 golven gepubliceerd, met als referentie-universum alle individuen van 12 jaar en ouder, die woonachtig zijn in België.

#### RAM January-April 2018

Van maandag 8 januari 2018 tot maandag 30 april 2018 voor de rekrutering;

Van zaterdag 6 januari 2018 tot zondag 6 mei 2018 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.414 interviews, met 7.573 luisteraars en 5.375 ingevulde luisterdagboeken.

## RAM March-June 2018

Van donderdag 1 maart 2018 tot zaterdag 30 juni 2018 voor de rekrutering;

Van dinsdag 27 februari 2018 tot vrijdag 6 juli 2018 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.574 interviews, met 7.601 luisteraars en 5.148 ingevulde luisterdagboeken.

## RAM May-August 2018

Van dinsdag 1 mei 2018 tot vrijdag 31 augustus 2018 voor de rekrutering;

Van maandag 30 april 2018 tot woensdag 5 september 2018 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 7.925 interviews, met 7.038 luisteraars en 4.909 ingevulde luisterdagboeken.

## RAM July-October 2018

Van zondag 1 juli 2018 naar woensdag 31 oktober 2018 voor de rekrutering;

Van zaterdag 30 juni 2018 tot dinsdag 6 november 2018 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 7.897 interviews, met 7.048 luisteraars en 5.023 ingevulde luisterdagboeken.

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

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 én de gegevens over radio-luisteren (totaal bereik, weekbereik en luistergewoontes);
- Deze gegevens door te sturen naar GfK.

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

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

## Methodologische veranderingen in 2018

Naar aanleiding van de discussies binnen het Strategische Comité en de Technische Commissie werden grote methodologische veranderingen toegepast voor het veldwerk 2018-2020 van de nieuwe RAM-studie. Deze wijzigingen werden hierboven beschreven evenals in de methodologie van de eerste gepubliceerde golf die beschikbaar is op de CIM-website.

## Radio over IP

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

De resultaten en de reportingtool zijn al toegankelijk voor de regio's als test en validatie en zouden in 2019 gepubliceerd moeten worden voor de markt.

## Technische Commissie Radio

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                      |                             |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Stéphanie PIRET (Voorzitster)</b> | <b>Omnicom Media Group</b>  |
| Livy BEENENS                         | Lion Communications Belgium |
| Stefan DELAETER                      | VAR                         |
| Marco MARINI                         | IP Belgium                  |
| Pierre PORTUGAELS                    | RTBF                        |
| Jo SNOECKX                           | Medialaan                   |
| Nathalie VANDERLINDEN                | Wavemaker                   |
| Ferre VANDERVREKEN                   | VRT                         |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

Geen wijziging in de samenstelling van de Technische Commissie Radio in 2018.

## Strategisch Comité Luisteren (Radio)

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                    |                     |
|------------------------------------|---------------------|
| <b>Anny WUYTS (Voorzitster SC)</b> | <b>VAR</b>          |
| Marco MARINI                       | IP Belgium          |
| Sandrine PENNINCKX                 | RMB                 |
| Stéphanie PIRET (Voorzitster TC)   | Omnicom Media Group |
| Steven VAN DEN AUDENAERDE          | Medialaan           |
| Thijs VANDERHAEGEN                 | VRT                 |
| Patricia VERMANDELE                | ING België          |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Nathalie VANDERLINDEN (Wavemaker) maakt geel deel meer uit van het SC Radio – RvB 23/01/2018.
- Thierry MARS wordt vervangen door Sophie ALDERWEIRELDT (beiden Dentsu Aegis) – RvB 23/01/2018.
- Steven VAN DEN AUDENAERDE verlaat IP Belgium einde juni en is dus geen lid meer van het SC Radio. Hij wordt opgevolgd door Marco MARINI (ook IP Belgium) – RvB 26/06/2018.
- Steven VAN DEN AUDENAERDE vervangt Jo SNOECKX (beiden Medialaan) in het SC Radio – RvB 11/09/2018.
- Sophie ALDERWEIRELDT is niet meer werkzaam bij Dentsu Aegis Network Belgium en maakt geen deel meer uit van het SC Radio – RvB 13/11/2018.

## Werkzaamheden van de Technische Commissie Radio en van het Strategisch Comité

In 2018 zijn er vijftien vergaderingen geweest van de Technische Commissie Radio. De agenda werd bepaald door vier belangrijke onderwerpen:

- De opvolging van het veldwerk van de nieuwe RAM-studie en de voorbereiding van de publicaties;
- De opvolging van de gevolgen van de verandering in de methodologie op het veldwerk en op de resultaten;
- Het starten van de controle- en evaluatietool voor de publicaties;
- De voorbereiding van de meting over IP (rapporteringstool, berekeningsregels...).

De Technische Commissie en het Strategisch Comité hebben ook continu gewerkt aan de uitwerking van de metingen om de nieuwe methodologie te verbeteren en om oplossingen te bieden voor de moeilijkheden in het veldwerk.

In 2018 zijn het Strategisch Comité en de Technische Commissie ook gestart met een Request for Testing voor de passieve meting van de radio. Na een eerste evaluatie van de offertes werd besloten om dergelijke test uit te stellen tot er synergiën met andere studies gevonden kunnen worden (b.v. een single source passieve meting van tv, radio en internet in een bredere crossmedia context).

## RAM-controles

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

Tijdens dezelfde vergaderingen brengt de Permanente Structuur verslag uit van de controles die ze zelf heeft uitgevoerd. De Technische Commissie mag bijkomende controles vragen wanneer zij dat nodig acht. De Permanente Structuur krijgt wekelijks elektronische bestanden van GfK met de stand van zaken van het rekruteringsveldwerk:

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

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

## Publicatie van de Resultaten van de RAM-studie

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

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

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

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

## Enkele resultaten van de Radiostudie

Deze cijfers zijn berekend op volgend universum:

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

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

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

## Bereik Noorden – Cumul Januari-December 2018

| Zenders              | Gemiddeld dagbereik (%) | Gemiddeld dagbereik ('000) | Marktaandeel (%) |
|----------------------|-------------------------|----------------------------|------------------|
| Radio 2              | 24,2                    | 1.342,5                    | 30,50            |
| Qmusic               | 14,8                    | 824,0                      | 12,10            |
| Studio Brussel       | 11,7                    | 650,3                      | 11,10            |
| MNM                  | 12,9                    | 716,7                      | 10,00            |
| Joe                  | 9,4                     | 523,9                      | 8,60             |
| Radio 1              | 11,3                    | 628,4                      | 7,90             |
| Nostalgie NL (solo)  | 8,5                     | 470,2                      | 6,60             |
| Klara                | 3,2                     | 175,1                      | 2,70             |
| TopRadio             | 1,3                     | 69,6                       | 0,90             |
| MNM Hits             | 1,5                     | 80,9                       | 0,80             |
| Klara Continuo (VRT) | 0,3                     | 16,6                       | 0,20             |
| Ketnet Hits          | 0,2                     | 10,1                       | 0,10             |

## Bereik Zuiden – Cumul Januari-December 2018

| Zenders      | Gemiddeld dagbereik (%) | Gemiddeld dagbereik ('000) | Marktaandeel (%) |
|--------------|-------------------------|----------------------------|------------------|
| Nostalgie FR | 13,1                    | 545,7                      | 14,50            |
| Contact FR   | 13,1                    | 548,4                      | 13,90            |
| Bel RTL      | 13,8                    | 576,4                      | 13,60            |
| VivaCité     | 13,9                    | 581,7                      | 13,60            |
| Classic 21   | 8,8                     | 367,7                      | 10,80            |
| La Première  | 7,0                     | 293,1                      | 6,20             |
| NRJ          | 8,4                     | 349,8                      | 6,10             |
| Pure FM      | 3,8                     | 156,9                      | 2,80             |
| Fun Radio    | 4,5                     | 187,2                      | 2,70             |
| Musiq'3      | 2,0                     | 82,4                       | 1,80             |
| DH Radio     | 1,2                     | 51,8                       | 1,10             |
| Mint         | 0,8                     | 34,9                       | 0,70             |
| Chérie FM    | 0,5                     | 19,0                       | 0,30             |

## Perspectief 2019 voor de Radiostudie

In 2019 zal er rond drie grote thema's gewerkt worden:

- De opvolging van het veldwerk van de studie en het toepassen van de verbeteringen bepaald in 2018.
- De definitie van de verwachtingen en procedures voor de studie 2020.
- De ontwikkeling van de Radio over IP-gegevens: de eerste trafiek resultaten zullen gepubliceerd worden. Daarna is de doelstelling om deze "server-side" meting te combineren met de "client-side" meting van Gemius om bereikcijfers van Radio over IP te kunnen modelleren.



## TELEVISIE

De CIM Televisie studie bestaat uit twee delen:

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

## CIM TAM studie

### Methodologie van de CIM TAM studie

#### Field

GfK Belgium meet ononderbroken 24/7 tv-kijkgedrag.

#### 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.

#### Steekproef

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

De CIM TV studie meet televisiekijken in België op een ononderbroken en gelijkvormige manier. Bij elk van de gezinnen van het panel is één (of meer dan één) audimeter geïnstalleerd. Dit toestel registreert de toestand van de televisietoestellen en elk lid van het gezin wordt gevraagd zijn aanwezigheid te melden via een persoonlijke knop van de afstandsbediening die bij de audimeter geleverd wordt. Alle panelleden, en eventuele gasten, die zich in de kamer bevinden waar het televisietoestel staat en die de mogelijkheid

hebben om televisie te kijken, worden als kijker beschouwd. Het is met andere woorden het contact met het medium dat wordt bestudeerd. Het panel bestaat uit minimum 1.500 gezinnen waarvan jaarlijks maximaal 25%, op spontane of gedwongen wijze, wordt vervangen. De maximale duurtijd van deelname van 8 jaar is niet meer van toepassing sinds eind 2018.

## Rekrutering

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

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

Indien de wervingsreserve uit de CIM Establishment Survey, Radio- en Pers studies onvoldoende groot blijkt, mag GfK Belgium extra adressen aankopen. GfK mag sinds 2015 ook in service flats rekruteren. Voor de gegevenstransmissie wordt een modem samen met de audimeter geïnstalleerd. Elke nacht worden de geregistreerde gegevens (wie heeft gekeken, hoe lang, naar welke TV-zenders, ...) door GfK Belgium verzameld.

De gegevens worden vervolgens gecontroleerd op kwaliteit en betrouwbaarheid, en tot slot gewogen om geleverd te worden aan de markt. Sinds 2013 wordt een rekruteringsmatrix gehanteerd: de kruising van verschillende belangrijke sociodemografische gezinsvariabelen leidt tot een aantal cellen. Het doel hiervan is viervoudig:

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

## Meetmethode: Enhanced Audio Matching en CNI codes

Met het oog op de meting van digitale 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. Een bijkomende meetmethode is de CNI-code. Deze code wordt via het VBI (Vertical Blanking Interval) verstuurd en laat een identificatie van de zender toe. De belangrijkste toepassing, ook door het grote publiek gekend, is de automatische vermelding (gedurende enkele seconden) van de naam van de zender wanneer de overeenkomende frequentie gelokaliseerd wordt. Dergelijke code wordt, op eenvoudige aanvraag, toegekend door de EBU (European Broadcasting Union) en maakt de controle van de identificatie van de zender mogelijk. Deze code wordt vooral gebruikt in geval van simulcast: hetzelfde geluid en beeld op meerdere zenders op hetzelfde moment. De CNI-code is door de komst van digitale platformen steeds minder betrouwbaar. Sommige digitale operatoren geven zelden, of helemaal nooit, een CNI-code door. Daarom werd beslist om zenders die enkel door CNI gemeten werden, niet meer te rapporteren. Dit leidt steeds vaker tot problemen van simulcast, o.a. bij Roland Garros, Eurosong Festival... De huidige meettechniek laat niet toe om dergelijke situaties altijd correct te meten.

Picture Matching was tot 2007 de hoofdmeetmethode. Hierbij worden beelden van een toestel binnen het panel vergeleken met beelden op de reference site. Deze methode wordt in een digitale omgeving alsmaar minder significant. In augustus 2011 werd de Picture Matching definitief stopgezet.



## HORODATAGE

### Methodologie van de Horodatage studie

---

#### Field

Nielsen België identificeert en dateert ononderbroken tv-uitzendingen, promotie 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 (31/12/2018)

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| VRT        | Canvas, Eén, Ketnet                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Mediaaan   | CAZ, Disney Channel NL, Disney Channel FR, Disney Junior NL, Disney Junior FR, Kadet, Nickelodeon NL, Nickelodeon FR, Nick JR, Q2, VTM, vtmKzoom, Vitaya                                                                                                                                                                    |
| SBS        | Discovery Channel NL, Njam!, TLC, Vier, Vijf, Zes                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| RMB        | AB3, ABXplore, La Une, La Deux, NRJ Hits                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| IP Belgium | Club RTL, Plug RTL, RTL-TVI                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Transfer   | Canal Z (FR), Comedy Central, Cartoon Network (Fr), Cartoon Network (NI), Dobbitt Tv, Dobbitt Fr, Evenaar, Fox, History Channel NI, Kanaal Z (NI), Ment TV, Mtv (Fr), Mtv (NI), National Geographic NI, National Geographic FR, Plattelands TV, Spike, Studio 100 TV, Studio 100 TV FR, TF1, Viceland VI, Viceland Fr, Xite |

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

Er wordt rekening gehouden met vier grote categorieën:

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

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

1. Heavy      Programma's, reclame en auto promo's
2. Medium    Programma's en reclame
3. Light      Alleen reclame

De typologie van de programma's en codering van de titels blijven zoals vroeger.

## Technische Commissie Televisie

### Samenstelling d.d. 31/12/18

| Remi BOEL (Voorzitter) | Omnicom Media Group                                   |
|------------------------|-------------------------------------------------------|
| Melissa ADRIAENSENS    | SBS Belgium                                           |
| Livy BEENENS           | Lion Communications Belgium (voorheen Vivaki Belgium) |
| Bernard COOLS          | Space                                                 |
| Ariane DEBEUR          | IP Belgium                                            |
| Jo MARTENS             | VRT                                                   |
| Sandrine PENNINCKX     | RMB                                                   |
| Tim VAN DOORSLAER      | Medialaan                                             |
| Olivier VANDERMEULE    | Transfer                                              |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Alessandro PAPA wordt opgevolgd door Sophie ALDERWEIRELDT binnen de TC TV (beide Dentsu Aegis) – RvB 27/03/2018.
- Koenraad DERIDDER wordt vervangen door Olivier VANDERMEULE (Transfer) – RvB 27/03/2018.
- Sharon VAN TONGEREN (Disney Channel Benelux BV) verlaat de TC TV – RvB 26/06/2018.
- Sophie ALDERWEIRELDT werkt niet meer bij Dentsu Aegis Network Belgium en maakt geen deel meer uit van de TC TV – RvB 13/11/2018.

## Strategisch Comité Kijken (TV)

### Samenstelling d.d. 31/12/18

|                                             |                                                       |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Wilfried CELIS (Voorzitter SC Watch)</b> | <b>Medialaan</b>                                      |
| Remi BOEL (Voorzitter TC TV)                | Omnicom Media Group                                   |
| Jeroen COEYMANS                             | SBS Belgium                                           |
| Ludovic de BARRAU                           | RTL Belgium                                           |
| Wout DOCKX                                  | BVAM                                                  |
| Michel DUPONT                               | Transfer                                              |
| Sergio FERRI                                | Mindshare                                             |
| Yves GERARD                                 | Régie Média Belge                                     |
| Isabelle INDEKEU                            | Space                                                 |
| Nathalie L'HOIR                             | Mediabrand                                            |
| Tim VAN DOORSLAER                           | Medialaan                                             |
| Yves WEMERS                                 | BNP Paribas Fortis                                    |
| Anny WUYTS                                  | VAR                                                   |
| Karine YSEBRANT                             | Lion Communications Belgium (voorheen Vivaki Belgium) |

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Tim VAN DOORSLAER (Medialaan) vervoegt het SC Kijken – RvB 23/01/2018.
- Wout DOCKX vervoegt het SC Kijken, als vertegenwoordiger van de BVAM – 27/03/2018.
- Koenraad DERIDDER is niet meer werkzaam bij Transfer en maakt geen deel meer uit van het SC Kijken. Hij wordt opgevolgd door Michel DUPONT (Transfer) – RvB 27/03/2018.
- Birgitta DE SMET werd aangeduid als vervangster van Koenraad DERIDDER binnen het SC Kijken. Ze werkt niet meer bij Transfer en is dus geen vervangster meer – RvB 27/03/2018.
- Yves WEMERS (BNP Paribas Fortis) vervoegt het SC Kijken, als vertegenwoordiger van de adverteerders – RvB 24/04/2018.
- Olivier VANDERMEULE wordt de officiële vervanger van Michel DUPONT (Transfer) binnen het SC Kijken – RvB 26/06/2018.

### Werkzaamheden van de Technische Commissie TV en het Strategisch Comité “Kijken”

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

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

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

#### Advertenties op nieuwe schermen

In juni 2018 besliste het Strategisch Comité Kijken dat alle regies eenzelfde tool (MOAT) zullen gebruiken voor het meten van viewability van online advertenties. Eind 2018 hebben alle regies (met uitzondering van Transfer) ook effectief MOAT geïmplementeerd.

De ontwikkeling van een shared dashboard om viewability te rapporteren zal in samenwerking met MOAT ontwikkeld worden in 2019.

### TV-content op nieuwe schermen

Sinds juni 2018 is het live kijken op andere schermen geïntegreerd in de meting van online TV-content, de programma-identificatie ervan is echter nog gebaseerd op declaratie van de broadcasters op basis van EPG. De publicatie in TV softwares blijft eind 2018 enkel beschikbaar voor broadcasters.

Op de planning voor 2019 van de werkgroep OVC staan:

- Programma identificatie van live online kijken op basis van de time logging van Nielsen,
- Publicatie van de webrating+28 naast de cijfers van klassieke televisie in de TV-software's.

### Other Screen Usage (OSU) op het 1ste scherm

In 2018 voerde GfK opnieuw een test uit om na te gaan wat het aandeel is van TSV 8-28 binnen de OSU. In het Noorden is 16% van de OSU toe te wijzen aan TSV 8-28, in het Zuiden is dit 9%.

### Addressable advertising op het 1ste scherm

SBS heeft in samenwerking met GfK een oplossing gezocht om het bereik van addressable ads (AA) van normale spots af te trekken. Door een bijkomende identifier aan de AA toe te voegen kunnen deze geïdentificeerd worden en door GfK uit de TAM-resultaten gehaald worden. Deze correctie werd vanaf Q1 2018 in de studie opgenomen.

## Televisiecontroles

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

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

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

Ten slotte werden in 2018 twee coïncidentele controles uitgevoerd om de samenhang te testen tussen wat door het systeem geregistreerd werd en de verklaringen van de respondenten naar het aan/uit staan van het toestel en de aanwezigheid van gezinsleden voor het toestel.

## Publicatie van de resultaten van de CIM TV studie

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

- Het ATA/TSA bestand – “A Band”

Dit bestand bevat informatie over alle gemeten variabelen en is enkel toegankelijk voor de zenders en hun regio's die lid zijn van de BVAM (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.

In de loop van 2018 hebben de regionale zenders beslist om de CIM TV studie te verlaten. Op 31/12/2018 waren er daardoor 53 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 concurre-

rende zender(s). Men spreekt dan over “Maandelijks Zender Rapporten” (MZR), beter bekend als “Kleine Audimetrie”. In 2018 waren er geen intekenaars voor de Kleine Audimetrie.

## Enkele resultaten van de CIM TV studie

Het grote publiek heeft toegang tot een dagelijkse, wekelijkse en maandelijks 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:

- Top 100 van de best bekeken programma's van het voorbije jaar (Noord & Zuid);
- De Top 100 allertijden van de best bekeken programma's sinds het begin van de meting (Noord & Zuid);
- De 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. Hieronder vindt u als voorbeeld de resultaten van de TOP 100 van 2018 voor het Noorden en voor het Zuiden van het land.

## Top 100 programma's 2018 voor Noord en Zuid

- Enkel zenders die deelnemen aan de CIM TV studie worden gehorodateerd. Voor alle andere zenders zijn er geen programmagegevens bekend;
- Voor Noord: alle kijkers van 4 jaar en ouder + eventuele gasten in Vlaanderen en Nederlandstalig Brussel.
- Voor Zuid: alle kijkers van 4 jaar en ouder + eventuele gasten in Wallonië en Franstalige Brussel.
- Hoogste kijkcijfers van het jaar, reclameblokken niet inbegrepen;
- Programma's langer dan 15 minuten;
- Sinds 1 januari 2016 geldt Live+7 + gasten als de nieuwe standaard. Live+7 is het totaal van het rechtstreeks tv kijken en tot 7 dagen na uitzending. 'Plus gasten' verwijst naar de meting van het kijkgedrag op basis van de CIM TV panelleden en hun gasten;
- 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

## TOP 100 Noord:

|    | Programma                            | Genre                                  | Zender | Datum     | Gemid. kijkers % | Gemid. kijkers abs*1.000 | Markt-aandeel |
|----|--------------------------------------|----------------------------------------|--------|-----------|------------------|--------------------------|---------------|
| 1  | VB. WK. 1/2F - FRANKRIJK/BELGIE      | sport / football                       | EEN    | 10/07/'18 | 41,3             | 2.502,4                  | 82,9          |
| 2  | VB. WK. 1/4F - BRAZILIE/BELGIE       | sport / football                       | EEN    | 06/07/'18 | 37,1             | 2.251,5                  | 84,1          |
| 3  | VB. WK. 1/8F - BELGIE/JAPAN          | sport / football                       | EEN    | 02/07/'18 | 36,4             | 2.210,3                  | 77,1          |
| 4  | VB. WK. SCHIFT. - BELGIE/PANAMA      | sport / football                       | EEN    | 18/06/'18 | 34,3             | 2.077,9                  | 84,3          |
| 5  | VB. WK. SCHIFT. - ENGELAND/BELGIE    | sport / football                       | EEN    | 28/06/'18 | 33,4             | 2.023,2                  | 72,8          |
| 6  | TABOE                                | knowledge / human interest/ society    | EEN    | 28/01/'18 | 30,7             | 1.862,2                  | 57,1          |
| 7  | VB. WK. SCHIFT. - BELGIE/TUNESIE     | sport / football                       | EEN    | 23/06/'18 | 28,0             | 1.698,0                  | 91,8          |
| 8  | REIZEN WAES EUROPA                   | lifestyle / travel/tourism             | EEN    | 16/12/'18 | 27,1             | 1.644,6                  | 57,0          |
| 9  | FC DE KAMPIOENEN 2, JUBILEE GENERAL! | fiction / popular drama/comedy         | EEN    | 01/01/'18 | 26,3             | 1.593,3                  | 49,6          |
| 10 | VB. WK. B.FIN - BELGIE/ENGELAND      | sport / football                       | EEN    | 14/07/'18 | 25,1             | 1.522,9                  | 88,5          |
| 11 | THUIS                                | fiction / popular soap                 | EEN    | 24/01/'18 | 24,9             | 1.512,5                  | 49,2          |
| 12 | BLIND GETROUWD                       | entertainment / love/dating            | VTM    | 12/03/'18 | 23,8             | 1.441,3                  | 41,4          |
| 13 | SALAMANDER                           | fiction / psychologic drama/ melodrama | EEN    | 07/01/'18 | 23,6             | 1.431,7                  | 48,4          |
| 14 | OVER WATER                           | fiction / psychologic drama/ melodrama | EEN    | 16/12/'18 | 23,3             | 1.414,5                  | 50,2          |
| 15 | DE SLIMSTE MENS TER WERELD           | entertainment / game                   | VIER   | 20/12/'18 | 22,9             | 1.392,0                  | 52,0          |

|    | Programma                                    | Genre                                     | Zender | Datum     | Gemid.<br>kijkers % | Gemid.<br>kijkers<br>abs*1.000 | Markt-<br>aandeel |
|----|----------------------------------------------|-------------------------------------------|--------|-----------|---------------------|--------------------------------|-------------------|
| 16 | VB. VRIEND - BELGIE/COSTA RICA               | sport / football                          | EEN    | 11/06/'18 | 22,9                | 1.389,4                        | 52,6              |
| 17 | DE MOL                                       | entertainment / game                      | VIER   | 25/03/'18 | 22,5                | 1.364,2                        | 40,1              |
| 18 | SORRY VOOR ALLES                             | entertainment / humour                    | EEN    | 14/01/'18 | 22,3                | 1.355,2                        | 45,2              |
| 19 | BELGIUM'S GOT TALENT                         | entertainment / variety                   | VTM    | 02/03/'18 | 22,1                | 1.339,7                        | 42,7              |
| 20 | HET 7 UUR-JOURNAAL                           | information / general news                | EEN    | 18/06/'18 | 22,1                | 1.337,9                        | 58,2              |
| 21 | SPOED 24/7                                   | knowledge / human interest/<br>society    | EEN    | 15/01/'18 | 21,4                | 1.300,6                        | 44,1              |
| 22 | VB. VRIEND - BELGIE/EGYPT                    | sport / football                          | VTM    | 06/06/'18 | 21,3                | 1.291,1                        | 55,0              |
| 23 | VB. WK. FIN - FRANKRIJK/KROATIE              | sport / football                          | EEN    | 15/07/'18 | 21,2                | 1.286,4                        | 80,1              |
| 24 | VELDRIJDEN. WK. VALKENBURG H.                | sport / cycling (cross)                   | EEN    | 04/02/'18 | 21,1                | 1.282,3                        | 74,6              |
| 25 | WIELRENNEN. RONDE VAN VLAANDEREN             | sport / cycling (road)                    | EEN    | 01/04/'18 | 20,7                | 1.258,7                        | 78,0              |
| 26 | VB. VRIEND - BELGIE/SAOEDI-ARABIE            | sport / football                          | EEN    | 27/03/'18 | 20,6                | 1.250,1                        | 44,2              |
| 27 | VILLA SPORZA                                 | sport / football                          | EEN    | 06/07/'18 | 20,5                | 1.245,6                        | 67,3              |
| 28 | VB. NATIONS LEAGUE UEFA - ZWITSERLAND/BELGIE | sport / football                          | VTM    | 18/11/'18 | 20,5                | 1.244,9                        | 44,7              |
| 29 | KALMTE KAN U REDDEN                          | entertainment / game                      | EEN    | 09/12/'18 | 20,5                | 1.242,0                        | 48,6              |
| 30 | ZELFDE DEUR, 20 JAAR LATER                   | knowledge / human interest/<br>society    | EEN    | 13/09/'18 | 20,4                | 1.235,9                        | 43,1              |
| 31 | VB. WK. 1/8F - COLOMBIA/ENGELAND             | sport / football                          | EEN    | 03/07/'18 | 19,7                | 1.194,2                        | 57,5              |
| 32 | VB. WK. SCHIFT. - BRAZILIE/ZWITSERLAND       | sport / football                          | EEN    | 17/06/'18 | 19,4                | 1.178,3                        | 50,7              |
| 33 | IEDEREEN BEROEMD                             | knowledge / human interest/<br>society    | EEN    | 12/03/'18 | 19,2                | 1.167,4                        | 46,0              |
| 34 | DIE HUIS - STEFAAN DEGAND                    | knowledge / human interest/<br>society    | EEN    | 13/11/'18 | 19,2                | 1.166,5                        | 37,9              |
| 35 | GEVOEL VOOR TUMOR                            | fiction / psychologic drama/<br>melodrama | EEN    | 18/03/'18 | 19,0                | 1.152,1                        | 43,4              |
| 36 | VAN ALGEMEEN NUT                             | entertainment / talk                      | EEN    | 04/01/'18 | 18,9                | 1.146,2                        | 38,2              |
| 37 | VB. VRIEND - BELGIE/PORTUGAL                 | sport / football                          | VTM    | 02/06/'18 | 18,6                | 1.128,5                        | 47,0              |
| 38 | POLITIE 24/7                                 | knowledge / human interest/<br>society    | EEN    | 12/02/'18 | 18,6                | 1.127,6                        | 32,9              |
| 39 | OVER ETEN                                    | lifestyle / cooking/food/drink            | EEN    | 28/11/'18 | 18,6                | 1.126,7                        | 40,5              |
| 40 | DRUKTE IN DE DIERENTUIN                      | knowledge / nature/environment            | EEN    | 18/03/'18 | 18,5                | 1.125,2                        | 45,8              |
| 41 | VB. WK. SCHIFT. - PORTUGAL/SPANJE            | sport / football                          | EEN    | 15/06/'18 | 18,4                | 1.114,4                        | 50,6              |
| 42 | SPORTWEEKEND                                 | sport / all sports                        | EEN    | 14/01/'18 | 18,0                | 1.093,9                        | 47,4              |
| 43 | VB. WK. SCHIFT. - TUNESIE/ENGELAND           | sport / football                          | EEN    | 18/06/'18 | 18,0                | 1.093,0                        | 46,2              |
| 44 | VB. WK. SCHIFT. - KROATIE/ENGLAND            | sport / football                          | EEN    | 11/07/'18 | 17,9                | 1.088,7                        | 53,9              |
| 45 | VB. VRIEND - BELGIE/NEDERLAND                | sport / football                          | VTM    | 16/10/'18 | 17,9                | 1.085,4                        | 42,5              |
| 46 | VB. NATIONS LEAGUE UEFA - IJSLAND/BELGIE     | sport / football                          | VTM    | 11/09/'18 | 17,7                | 1.073,7                        | 44,4              |
| 47 | VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/ZWITSERLAND | sport / football                          | VTM    | 12/10/'18 | 17,4                | 1.058,2                        | 43,3              |
| 48 | MIJ OVERKOMT HET NIET                        | knowledge / human interest/<br>society    | EEN    | 22/01/'18 | 17,3                | 1.049,1                        | 36,5              |
| 49 | DE 3 WIJZEN                                  | entertainment / game                      | EEN    | 25/03/'18 | 17,2                | 1.042,7                        | 31,6              |
| 50 | THE VOICE KIDS                               | entertainment / music                     | VTM    | 28/09/'18 | 17,1                | 1.034,8                        | 41,9              |
| 51 | DE COLUMBUS                                  | knowledge / humanities/history            | EEN    | 05/06/'18 | 17,0                | 1.032,8                        | 41,5              |
| 52 | VB. WK. 1/8F - KROATIE/DENEMARKEN            | sport / football                          | EEN    | 01/07/'18 | 17,0                | 1.029,7                        | 53,4              |
| 53 | GROETEN UIT...                               | lifestyle / other lifestyle               | VTM    | 30/01/'18 | 17,0                | 1.028,7                        | 37,0              |
| 54 | DOWN THE ROAD                                | knowledge / human interest/<br>society    | EEN    | 11/04/'18 | 16,8                | 1.019,8                        | 37,9              |
| 55 | SPORZA                                       | sport / all sports                        | EEN    | 01/04/'18 | 16,8                | 1.018,6                        | 64,4              |
| 56 | FAMILIE                                      | fiction / popular soap                    | VTM    | 05/01/'18 | 16,8                | 1.018,4                        | 32,7              |
| 57 | PROFESSOR T.                                 | fiction / psychologic drama/<br>melodrama | EEN    | 09/12/'18 | 16,6                | 1.006,2                        | 38,5              |
| 58 | VB. WK. SCHIFT. - ARGENTINIE/KROATIE         | sport / football                          | EEN    | 21/06/'18 | 16,4                | 996,9                          | 44,8              |
| 59 | THE VOICE SENIOR - THE FINAL                 | entertainment / music                     | VTM    | 28/12/'18 | 16,4                | 995,8                          | 39,8              |

|     | Programma                                             | Genre                                  | Zender | Datum     | Gemid.<br>kijkers % | Gemid.<br>kijkers<br>abs*1.000 | Markt-<br>aandeel |
|-----|-------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------|-----------|---------------------|--------------------------------|-------------------|
| 60  | NOOIT MEER TEN OORLOG                                 | information / special event            | EEN    | 11/11/'18 | 16,3                | 988,4                          | 40,3              |
| 61  | VB. VRIEND - SCHOTLAND/BELGIE                         | sport / football                       | VTM    | 07/09/'18 | 16,1                | 974,3                          | 46,2              |
| 62  | THE SECRET LIFE OF THE ZOO                            | knowledge / nature/environment         | EEN    | 23/12/'18 | 15,9                | 966,7                          | 43,0              |
| 63  | VB. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIE/IJSLAND              | sport / football                       | VTM    | 15/11/'18 | 15,9                | 965,8                          | 35,5              |
| 64  | VB. WK. SCHIFT. POLEN/COLOMBIE                        | sport / football                       | EEN    | 24/06/'18 | 15,8                | 961,2                          | 45,1              |
| 65  | VB. WK. SCHIFT. - NIGERIA/ARGENTINIE                  | sport / football                       | EEN    | 26/06/'18 | 15,7                | 951,3                          | 46,5              |
| 66  | BOER ZKT VROUW, DE WERELD ROND                        | entertainment / love/dating            | VTM    | 29/10/'18 | 15,5                | 943,1                          | 31,3              |
| 67  | PHILIPPE GEUBELS, BEDANKT VOOR ALLES                  | entertainment / humour                 | EEN    | 25/12/'18 | 15,5                | 940,7                          | 50,4              |
| 68  | VREDE OP AARDE                                        | entertainment / talk                   | EEN    | 27/12/'18 | 15,4                | 932,1                          | 39,2              |
| 69  | OP EEN - WONEN                                        | knowledge / human interest/<br>society | EEN    | 16/05/'18 | 15,3                | 927,8                          | 39,6              |
| 70  | OP DE MAN AF                                          | knowledge / human interest/<br>society | EEN    | 07/02/'18 | 15,3                | 927,3                          | 33,1              |
| 71  | VELDRIJDEN. KOKSIJDE H.                               | sport / cycling (cross)                | EEN    | 14/01/'18 | 15,3                | 926,2                          | 66,9              |
| 72  | WIELRENNEN. PARIJS-ROUBAIX                            | sport / cycling (road)                 | EEN    | 08/04/'18 | 15,2                | 921,3                          | 77,6              |
| 73  | KINDERZIEKENHUIS 24/7                                 | knowledge / medecine/health            | EEN    | 22/10/'18 | 15,1                | 915,2                          | 28,8              |
| 74  | VB. WK. SCHIFT. - IRAN/SPANJE                         | sport / football                       | EEN    | 20/06/'18 | 15,0                | 912,8                          | 43,3              |
| 75  | VB. WK. 1/4 F - RUSLAND/KROATIE                       | sport / football                       | EEN    | 07/07/'18 | 15,0                | 911,6                          | 56,6              |
| 76  | VB. WK. SCHIFT. - SERVIE/BRAZILIE                     | sport / football                       | EEN    | 27/06/'18 | 15,0                | 909,4                          | 46,1              |
| 77  | BLOED, ZWEET & LUXEPROBLEMEN                          | knowledge / human interest/<br>society | EEN    | 03/12/'18 | 15,0                | 908,9                          | 30,3              |
| 78  | KEVIN DE BRUYNE, GENIE IN MANCHESTER                  | sport / football                       | EEN    | 13/06/'18 | 14,9                | 904,8                          | 40,2              |
| 79  | LIEFDE VOOR MUZIEK                                    | entertainment / music                  | VTM    | 16/04/'18 | 14,9                | 902,1                          | 31,0              |
| 80  | LOSLOPEND WILD & GEVOGELTE                            | entertainment / humour                 | EEN    | 09/01/'18 | 14,8                | 900,3                          | 32,1              |
| 81  | BLOKKEN                                               | entertainment / game                   | EEN    | 02/01/'18 | 14,8                | 899,6                          | 46,7              |
| 82  | ALLOO BIJ DE WEGPOLITIE                               | lifestyle / other lifestyle            | VTM    | 25/10/'18 | 14,8                | 897,1                          | 33,0              |
| 83  | VB. WK. SCHIFT. - DUITSLAND/ZWEDEN                    | sport / football                       | EEN    | 23/06/'18 | 14,7                | 891,6                          | 46,1              |
| 84  | HOE ZAL IK HET ZEGGEN?                                | entertainment / humour                 | VTM    | 19/11/'18 | 14,7                | 889,1                          | 28,0              |
| 85  | VANDAAG OVER EEN JAAR                                 | knowledge / human interest/<br>society | EEN    | 15/03/'18 | 14,5                | 878,7                          | 31,8              |
| 86  | EUROVISIE SONGFESTIVAL - HALVE FINALE                 | entertainment / music                  | EEN    | 08/05/'18 | 14,3                | 866,6                          | 42,6              |
| 87  | RIJKE DAN JE DENKT?                                   | lifestyle / leisure/hobby              | VTM    | 02/01/'18 | 14,2                | 860,3                          | 29,5              |
| 88  | VB. WK. SCHIFT. - DUITSLAND/MEXICO                    | sport / football                       | EEN    | 17/06/'18 | 14,0                | 850,2                          | 64,6              |
| 89  | FC DE KAMPIOENEN                                      | fiction / popular drama/comedy         | EEN    | 24/03/'18 | 14,0                | 847,5                          | 33,6              |
| 90  | VB. WK. SCHIFT. - RUSLAND/EGYPT                       | sport / football                       | EEN    | 19/06/'18 | 13,9                | 844,3                          | 37,8              |
| 91  | LEVE DE ZOO!                                          | knowledge / humanities/history         | EEN    | 27/02/'18 | 13,8                | 836,0                          | 27,2              |
| 92  | VERA                                                  | fiction / police, spying, detective    | EEN    | 16/02/'18 | 13,8                | 835,2                          | 34,3              |
| 93  | WIELRENNEN. RONDE VAN FRANKRIJK - RIT 8 DREUX->AMIENS | sport / cycling (road)                 | EEN    | 14/07/'18 | 13,7                | 833,6                          | 66,7              |
| 94  | TEMPTATION ISLAND                                     | entertainment / love/dating            | VIJF   | 01/02/'18 | 13,7                | 833,6                          | 28,4              |
| 95  | VB. WK. 1/8F - URUGUAY/PORTUGAL                       | sport / football                       | EEN    | 30/06/'18 | 13,7                | 829,9                          | 50,9              |
| 96  | DNA NYS                                               | knowledge / human interest/<br>society | EEN    | 17/01/'18 | 13,6                | 827,7                          | 30,5              |
| 97  | VB. WK. SCHIFT. - SPANJE/MAROKKO                      | sport / football                       | EEN    | 25/06/'18 | 13,5                | 817,9                          | 38,4              |
| 98  | NIEUWS 19U VTM                                        | information / general news             | VTM    | 02/03/'18 | 13,5                | 816,3                          | 33,4              |
| 99  | LILI EN MARLEEN                                       | fiction / popular drama/comedy         | VTM    | 04/11/'18 | 13,4                | 814,8                          | 32,1              |
| 100 | DE INFILTRANT                                         | fiction / action                       | VTM    | 05/02/'18 | 13,4                | 813,9                          | 32,5              |

## Top 100 Zuid:

|    | Programma                                    | Genre                                  | Zender  | Datum     | Gemid.<br>kijkers % | Gemid.<br>kijkers<br>Abs. *1000 | Markt-<br>aandeel |
|----|----------------------------------------------|----------------------------------------|---------|-----------|---------------------|---------------------------------|-------------------|
| 1  | FOOT. CM. 1/2F - FRANCE/BELGIQUE             | sport / football                       | La Une  | 10/07/'18 | 37,7                | 1.654,0                         | 79,5              |
| 2  | FOOT. CM. 1/8F - BELGIQUE/JAPON              | sport / football                       | La Une  | 02/07/'18 | 34,7                | 1.523,6                         | 77,2              |
| 3  | FOOT. CM. 1/4F - BRESIL/BELGIQUE             | sport / football                       | La Une  | 06/07/'18 | 34,3                | 1.505,1                         | 78,1              |
| 4  | FOOT. CM. ELIM. - BELGIQUE/ANGLETERRE        | sport / football                       | La Une  | 28/06/'18 | 33,2                | 1.456,3                         | 76,6              |
| 5  | FOOT. CM. ELIM. - BELGIQUE/PANAMA            | sport / football                       | La Une  | 18/06/'18 | 33,0                | 1.448,1                         | 86,3              |
| 6  | FOOT. CM. ELIM. - BELGIQUE/TUNISIE           | sport / football                       | La Une  | 23/06/'18 | 29,8                | 1.305,2                         | 88,9              |
| 7  | FOOT. CM. FIN.B - BELGIQUE/ANGLETERRE        | sport / football                       | La Une  | 14/07/'18 | 24,6                | 1.077,2                         | 82,0              |
| 8  | FOOT. AMICAL - BELGIQUE/COSTA RICA           | sport / football                       | La Une  | 11/06/'18 | 21,8                | 955,4                           | 53,9              |
| 9  | FOOT. CM. FIN - FRANCE/CROATIE               | sport / football                       | La Une  | 15/07/'18 | 20,2                | 887,0                           | 67,2              |
| 10 | FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - SUISSE/BELGIQUE  | sport / football                       | RTL-TVI | 18/11/'18 | 18,9                | 828,1                           | 42,9              |
| 11 | FOOT. AMICAL - BELGIQUE/EGYPTE               | sport / football                       | La Une  | 06/06/'18 | 18,4                | 808,5                           | 48,4              |
| 12 | FOOT. AMICAL - BELGIQUE/PORTUGAL             | sport / football                       | La Une  | 02/06/'18 | 18,4                | 805,5                           | 53,9              |
| 13 | LE GRAND BISTRO                              | sport / football                       | La Une  | 06/07/'18 | 18,3                | 802,9                           | 64,3              |
| 14 | PLACE DIABLES ROUGES                         | sport / football                       | La Une  | 23/06/'18 | 18,3                | 800,8                           | 74,6              |
| 15 | RTL INFO 19H                                 | information / general news             | RTL-TVI | 29/10/'18 | 18,2                | 799,3                           | 52,0              |
| 16 | RTL INFO EDITION SPECIALE - LE PROCES        | information / general news             | RTL-TVI | 05/02/'18 | 17,7                | 776,0                           | 48,6              |
| 17 | FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - ISLANDE/BELGIQUE | sport / football                       | RTL-TVI | 11/09/'18 | 17,2                | 753,1                           | 49,2              |
| 18 | FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/SUISSE  | sport / football                       | RTL-TVI | 12/10/'18 | 17,2                | 752,6                           | 46,0              |
| 19 | FOOT. CM. ELIM. - BRESIL/SUISSE              | sport / football                       | La Deux | 17/06/'18 | 17,0                | 747,8                           | 41,1              |
| 20 | FACE AU JUGE                                 | knowledge / human interest/<br>society | RTL-TVI | 04/02/'18 | 17,0                | 745,3                           | 41,0              |
| 21 | FOOT. CM. ELIM. - PORTUGAL/ESPAGNE           | sport / football                       | La Deux | 15/06/'18 | 16,8                | 738,0                           | 46,3              |
| 22 | FOOT. CM. 1/2F - CROATIE/ANGLETERRE          | sport / football                       | La Deux | 11/07/'18 | 16,6                | 730,3                           | 46,2              |
| 23 | BIENVENUE CHEZ LES CH'TIS                    | fiction / popular drama/comedy         | RTL-TVI | 18/02/'18 | 16,4                | 719,1                           | 39,1              |
| 24 | FOOT. NATIONS LEAGUE UEFA - BELGIQUE/ISLANDE | sport / football                       | RTL-TVI | 15/11/'18 | 16,1                | 704,6                           | 43,2              |
| 25 | FOOT. CM. 1/8F - COLOMBIE/ANGLETERRE         | sport / football                       | La Deux | 03/07/'18 | 15,8                | 693,8                           | 45,4              |
| 26 | LE 19.30                                     | information / general news             | La Une  | 15/07/'18 | 15,8                | 691,7                           | 51,1              |
| 27 | APPEL D'URGENCE                              | knowledge / human interest/<br>society | RTL-TVI | 18/03/'18 | 15,7                | 690,1                           | 38,0              |
| 28 | FOOT. AMICAL - BELGIQUE/ARABIE SAOUDITE      | sport / football                       | La Une  | 27/03/'18 | 15,7                | 689,2                           | 38,5              |
| 29 | LE CONCERT DES ENFOIRES                      | entertainment / variety                | TF1     | 09/03/'18 | 15,7                | 688,8                           | 37,9              |
| 30 | FOOT. CM. ELIM. - TUNISIE/ANGLETERRE         | sport / football                       | La Deux | 18/06/'18 | 15,6                | 683,2                           | 39,3              |
| 31 | FOOT. AMICAL - BELGIQUE/PAYS-BAS             | sport / football                       | La Une  | 16/10/'18 | 15,3                | 672,7                           | 40,8              |
| 32 | RADIN!                                       | fiction / popular drama/comedy         | RTL-TVI | 22/11/'18 | 14,9                | 652,3                           | 41,7              |
| 33 | PIRETTE, COMIQUE DE GARDE                    | entertainment / humour                 | RTL-TVI | 30/12/'18 | 14,8                | 648,9                           | 39,8              |
| 34 | ENQUETES                                     | information / current affair           | RTL-TVI | 22/05/'18 | 14,7                | 643,9                           | 42,2              |
| 35 | FOOT. CM. 1/8F - CROATIE/DANEMARK            | sport / football                       | La Deux | 01/07/'18 | 14,4                | 631,9                           | 43,3              |
| 36 | FOOT. CM. 1/8F - URUGUAY/PORTUGAL            | sport / football                       | La Deux | 30/06/'18 | 14,3                | 626,9                           | 46,2              |
| 37 | FOOT. CM. ELIM. - ARGENTINE/CROATIE          | sport / football                       | La Deux | 21/06/'18 | 14,2                | 622,4                           | 37,8              |
| 38 | LE MEILLEUR PATISSIER - LA FINALE            | lifestyle / cooking/food/drink         | RTL-TVI | 19/11/'18 | 14,1                | 617,8                           | 34,2              |
| 39 | FOOT. AMICAL - ECOSSE/BELGIQUE               | sport / football                       | La Une  | 07/09/'18 | 14,0                | 615,5                           | 40,5              |
| 40 | EDITION SPECIALE - LE 19.30                  | information / special event            | La Une  | 09/12/'18 | 14,0                | 613,9                           | 36,5              |
| 41 | LE LABYRINTHE                                | fiction / horror                       | RTL-TVI | 25/01/'18 | 13,9                | 608,6                           | 33,6              |
| 42 | TOP CHEF                                     | lifestyle / cooking/food/drink         | RTL-TVI | 05/03/'18 | 13,8                | 605,6                           | 32,0              |
| 43 | FOOT. CM. ELIM. - ALLEMAGNE/SUEDE            | sport / football                       | La Deux | 23/06/'18 | 13,7                | 602,8                           | 41,7              |
| 44 | FOOT. CM. ELIM. - ALLEMAGNE/MEXIQUE          | sport / football                       | La Deux | 17/06/'18 | 13,7                | 601,5                           | 56,3              |
| 45 | FOOT. CM. ELIM. - IRAN/ESPAGNE               | sport / football                       | La Deux | 20/06/'18 | 13,6                | 597,7                           | 41,0              |
| 46 | LES ORAGES DE LA VIE                         | knowledge / human interest/<br>society | RTL-TVI | 31/01/'18 | 13,5                | 593,5                           | 33,4              |
| 47 | BOEING BOEING                                | entertainment / theater                | RTL-TVI | 23/02/'18 | 13,4                | 589,8                           | 35,7              |

|    | Programma                                                      | Genre                                              | Zender  | Datum     | Gemid.<br>kijkers % | Gemid.<br>kijkers<br>Abs.*1000 | Markt-<br>aandeel |
|----|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------|-----------|---------------------|--------------------------------|-------------------|
| 48 | FOOT. CM. 1/4F - RUSSIE/CROATIE                                | sport / football                                   | La Deux | 07/07/'18 | 13,4                | 588,8                          | 46,7              |
| 49 | FOOT. CM. 1/8F - ESPAGNE/RUSSIE                                | sport / football                                   | La Deux | 01/07/'18 | 13,4                | 587,0                          | 61,9              |
| 50 | IMAGES A L'APPUI                                               | knowledge / human interest/<br>society             | RTL-TVI | 05/02/'18 | 13,3                | 581,3                          | 32,8              |
| 51 | L'AMOUR EST DANS LE PRE                                        | entertainment / love/dating                        | RTL-TVI | 11/12/'18 | 13,2                | 578,1                          | 31,7              |
| 52 | LES CH'TIS ONT 10 ANS                                          | knowledge / human interest/<br>society             | RTL-TVI | 18/02/'18 | 13,1                | 573,8                          | 32,5              |
| 53 | FOOT. CM. 1/4F - URUGUAY/FRANCE                                | sport / football                                   | La Deux | 06/07/'18 | 12,9                | 567,8                          | 57,9              |
| 54 | FOOT. CM. ELIM. - SERBIE/BRESIL                                | sport / football                                   | La Deux | 27/06/'18 | 12,9                | 567,0                          | 37,6              |
| 55 | RTL EDITION SPECIALE - CHARLES MICHEL PRESENTE<br>SA DEMISSION | information / special event                        | RTL-TVI | 18/12/'18 | 12,9                | 564,4                          | 33,9              |
| 56 | FOOT. CM. ELIM. - POLOGNE/COLOMBIE                             | sport / football                                   | La Deux | 24/06/'18 | 12,9                | 564,3                          | 34,8              |
| 57 | DONOVAN MAGICIEN                                               | entertainment / circus/magic/<br>paranormal        | RTL-TVI | 13/09/'18 | 12,9                | 564,2                          | 37,3              |
| 58 | DEMAIN TOUT COMMENCE                                           | fiction / popular drama/comedy                     | RTL-TVI | 18/10/'18 | 12,8                | 560,9                          | 33,5              |
| 59 | CAMPING PARADIS                                                | fiction / popular drama/comedy                     | RTL-TVI | 18/03/'18 | 12,7                | 558,3                          | 29,0              |
| 60 | DUTROUX, L'EVASION                                             | knowledge / human interest/<br>society             | RTL-TVI | 28/03/'18 | 12,6                | 552,8                          | 33,0              |
| 61 | RED                                                            | fiction / action                                   | RTL-TVI | 09/08/'18 | 12,6                | 551,7                          | 35,5              |
| 62 | INDICES                                                        | knowledge / human interest/<br>society             | RTL-TVI | 07/02/'18 | 12,6                | 551,2                          | 31,8              |
| 63 | GOOD DOCTOR                                                    | fiction / psychologic drama/<br>melodrama          | La Une  | 20/09/'18 | 12,6                | 551,1                          | 34,3              |
| 64 | NCIS - LOS ANGELES                                             | fiction / police, spying, détective                | RTL-TVI | 10/01/'18 | 12,5                | 548,7                          | 31,5              |
| 65 | THE VOICE BELGIQUE - BLIND                                     | entertainment / music                              | La Une  | 23/01/'18 | 12,4                | 544,0                          | 28,9              |
| 66 | FOOT. CM. ELIM. - RUSSIE/EGYPTE                                | sport / football                                   | La Deux | 19/06/'18 | 12,3                | 540,9                          | 32,5              |
| 67 | VU A LA TELE                                                   | entertainment / game                               | RTL-TVI | 16/12/'18 | 12,3                | 539,9                          | 32,2              |
| 68 | FRANCOIS PIRETTE FAIT SON COMIC'OUT                            | entertainment / humour                             | RTL-TVI | 21/10/'18 | 12,3                | 539,0                          | 34,2              |
| 69 | FOOT. CM. 1/8F - BRESIL/MEXIQUE                                | sport / football                                   | La Deux | 02/07/'18 | 12,2                | 536,4                          | 63,3              |
| 70 | THE VOICE, LA PLUS BELLE VOIX - AUDITIONS                      | entertainment / music                              | TF1     | 10/02/'18 | 12,2                | 533,6                          | 32,1              |
| 71 | LE GRAND BETISIER DE NOEL, SPECIAL ENFANTS                     | entertainment / humour                             | RTL-TVI | 25/12/'18 | 12,1                | 531,3                          | 33,1              |
| 72 | JEUDI EN PRIME                                                 | information / economy/politics/<br>society affairs | La Une  | 08/02/'18 | 12,1                | 528,9                          | 32,1              |
| 73 | RTL INFO, REFAIT LA CAMPAGNE                                   | information / special event                        | RTL-TVI | 08/10/'18 | 12,0                | 525,3                          | 31,5              |
| 74 | EDITION SPECIALE - CHAMPIONS DU MONDE DE<br>HOCKEY SUR GAZON   | information / special event                        | La Une  | 18/12/'18 | 12,0                | 525,2                          | 31,0              |
| 75 | FOOT. CM. ELIM. - RUSSIE/ARABIE SAOUDITE                       | sport / football                                   | La Une  | 14/06/'18 | 11,8                | 516,1                          | 48,8              |
| 76 | TOUT S'EXPLIQUE                                                | knowledge / miscellaneous                          | RTL-TVI | 25/01/'18 | 11,8                | 515,6                          | 31,6              |
| 77 | EXODUS, GODS AND KINGS                                         | fiction / adventure                                | RTL-TVI | 22/03/'18 | 11,7                | 512,0                          | 31,7              |
| 77 | EMBARQUEMENT IMMEDIAT                                          | entertainment / variety                            | RTL-TVI | 23/02/'18 | 11,6                | 509,4                          | 32,3              |
| 78 | LE GRAND BETISIER DES 30 ANS                                   | entertainment / humour                             | RTL-TVI | 01/01/'18 | 11,6                | 508,8                          | 31,3              |
| 79 | FOOT. CM. 1/8F - FRANCE/ARGENTINE                              | sport / football                                   | La Deux | 30/06/'18 | 11,5                | 506,7                          | 55,8              |
| 80 | COUTE QUE COUTE                                                | lifestyle / consumer advice                        | RTL-TVI | 07/03/'18 | 11,5                | 506,2                          | 31,1              |
| 81 | SCORPION                                                       | fiction / action                                   | RTL-TVI | 22/05/'18 | 11,5                | 505,8                          | 31,2              |
| 82 | A FOND                                                         | fiction / popular drama/comedy                     | RTL-TVI | 06/12/'18 | 11,5                | 505,6                          | 27,9              |
| 83 | LES TUCHE 2, LE REVE AMERICAIN                                 | fiction / popular drama/comedy                     | La Une  | 05/02/'18 | 11,5                | 503,4                          | 24,8              |
| 84 | ESPRITS CRIMINELS                                              | fiction / police, spying, détective                | RTL-TVI | 04/02/'18 | 11,3                | 495,9                          | 26,7              |
| 85 | LE JARDIN EXTRAORDINAIRE                                       | knowledge / nature/environment                     | La Une  | 04/11/'18 | 11,2                | 492,2                          | 30,7              |
| 86 | FOOT. CM. ELIM. - RUSSIE/EGYPTE                                | sport / football                                   | La Deux | 19/06/'18 | 12,3                | 540,9                          | 32,5              |
| 87 | LE LIVRE DE LA JUNGLE                                          | fiction / adventure                                | RTL-TVI | 27/12/'18 | 11,2                | 491,9                          | 29,8              |
| 88 | EVASION                                                        | fiction / action                                   | RTL-TVI | 12/07/'18 | 11,2                | 490,1                          | 37,0              |
| 89 | FOOT. CM. ELIM. - NIGERIA/ARGENTINE                            | sport / football                                   | La Deux | 26/06/'18 | 11,2                | 490,0                          | 31,6              |
| 90 | LES AVENTURIERS DE KOH-LANTA                                   | entertainment / game                               | TF1     | 16/03/'18 | 11,1                | 489,1                          | 30,9              |
| 91 | LES INNOCENTS                                                  | fiction / police, spying, détective                | La Une  | 21/01/'18 | 11,1                | 488,1                          | 25,8              |

|     | Programma                                         | Genre                               | Zender  | Datum     | Gemid. kijkers % | Gemid. kijkers Abs.*1000 | Markt-aandeel |
|-----|---------------------------------------------------|-------------------------------------|---------|-----------|------------------|--------------------------|---------------|
| 92  | LE LABYRINTHE, LA TERRE BRULEE                    | fiction / action                    | RTL-TVI | 15/02/'18 | 11,1             | 486,2                    | 27,7          |
| 93  | LES SECRETS DE LA FILLE CACHEE DE CLAUDE FRANCOIS | knowledge / human interest/ society | RTL-TVI | 25/11/'18 | 11,0             | 483,6                    | 30,2          |
| 94  | ASTERIX, LE DOMAINE DES DIEUX                     | fiction / popular drama/comedy      | RTL-TVI | 12/04/'18 | 11,0             | 483,3                    | 26,7          |
| 95  | DELIRES DE STARS                                  | entertainment / humour              | RTL-TVI | 22/11/'18 | 10,9             | 480,0                    | 31,6          |
| 96  | FOOT. CM. ELIM. - CROATIE/NIGERIA                 | sport / football                    | La Deux | 16/06/'18 | 10,9             | 477,5                    | 34,7          |
| 97  | FOOT. CM. ELIM. - SERBIE/SUISSE                   | sport / football                    | La Deux | 22/06/'18 | 10,9             | 476,9                    | 31,7          |
| 98  | REPORTERS                                         | knowledge / human interest/ society | RTL-TVI | 09/02/'18 | 10,9             | 476,5                    | 27,8          |
| 99  | MEURTRES EN PAYS D'OLERON                         | fiction / police, spying, détective | La Une  | 11/03/'18 | 10,8             | 474,4                    | 26,9          |
| 100 | LES BELGES, L'AMOUR ET LE SEXE                    | knowledge / human interest/ society | RTL-TVI | 14/02/'18 | 10,8             | 474,4                    | 29,3          |

## Perspectief 2019 voor de CIM TV studie

De CIM TV studie zal in 2019 verder evolueren naar een Total Video currency. Op basis van de doelstellingen van het Strategisch Comité Kijken, zal de Permanente Structuur verschillende nieuwe onderdelen voor de TV studie opstarten en de bestaande elementen herzien. Hieronder vindt u een overzicht van de geplande activiteiten in 2019.

### CIM TV TAM

De Permanente Structuur onderzoekt in 2019 welke aanpassingen er nodig zijn aan de basis TAM-studie om een fusie met online video data in de toekomst te faciliteren en een stabiel representatief panel te garanderen.

### CIM TV Online Video

De Werkgroep Online Video voorziet een publicatie van de online trafiek gegevens voor volledige episodes in de TV software voor 2019. Nielsen zal hiervoor enkele bijkomende informatie aan de horodatage toevoegen zodat een koppeling tussen de online en TAM-gegevens kan gemaakt worden.

# 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° bvba.

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 30 april 2019 zal De Heer DE WULF kenbaar maken dat de financiële staten van de vereniging afgesloten op 31 december 2018 een getrouw beeld geven 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 de Raad van Bestuur ook regelmatig op de hoogte gehouden van de budgettaire toestand van het boekjaar. In de loop van de maand september of oktober krijgen de bestuurders een budgettaire herschatting voor het betrokken boekjaar en een budgetvoorstel voor het komende boekjaar waarover dan gediscussieerd kan worden. Eventuele aanpassingen kunnen dan indien nodig worden aangebracht. Bij afsluiting van het boekjaar wordt het definitieve resultaat aan de Raad van Bestuur voorgelegd alsook een ultieme versie van het budget van het lopende jaar. Het zijn deze versies die door de Raad van Bestuur 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](mailto:info@cim.be)**