



**JAARVERSLAG
2019**

INHOUDSTAFEL

INLEIDING	3
Historiek en definitie van het CIM	3
Mission statement	3
Structuur	3
CIM ORGANEN	4
De leden van het CIM.	4
De Algemene Vergadering	4
Het Bestuursorgaan (vroeger De Raad van Bestuur)	5
Het Bureau	13
De Permanente Structuur	14
De Strategische Comités.	14
De Technische Commissies	15
CIM STUDIES	17
BIOSCOOP	18
Methodologie van de Bioscoop studie	18
Publicatie van de bereikresultaten Bioscoop	18
Perspectief 2020 voor de Bioscoop studie	19
CROSSMEDIA	20
De ES	20
De TGM	21
De CDJ	22
Technische Commissie CrossMedia	24
Strategisch Comité CrossMedia	24
Perspectief 2020 voor de CrossMedia studies	25
INTERNET	26
Inleiding	26
Methodologie van de Internetstudies	26
Technische Commissie Internet	28
Strategisch Comité Digitaal (Internet)	29
Internetcontroles	29
Publicatie van de Internetresultaten	30
Perspectief 2020 voor de Internetstudie	31
OUT-OF-HOME	32
Publicatie 2019-1 en integratie van de digitale schermen	33
Publicatie 2019-2	33
Vorbereiding van de publicatie 2020-1, met een update van de verplaatsingsgegevens en de integratie van de treinstations	33
Vorbereiding van de publicatie 2020-2, rekening houdend met de seizoenaliteit van het bereik	34
Naar een update van de verplaatsingsgegevens, op basis van een nieuwe OSM kaart en de integratie van nieuwe brongegevens	34
Analyse van de mogelijkheid om winkelcentra toe te voegen	35
Technische Commissie Out-of-Home	35
Strategisch Comité Out-of-Home	35
Perspectief 2020 voor de Out-of-Home studie	36

PERS	37
Echtverklaring Pers	37
Methodologie van de Echtverklaring Pers studie	37
Technische Commissie Echtverklaring Pers	38
Publicatie van de Echtverklaring Pers resultaten	38
Echtverklaring Pers Controles	39
Perspectief 2020 voor de Echtverklaring Pers studie	39
Persbereikstudie	39
Methodologie van de Persbereiksstudie	39
Technische Commissie Pers-Bioscoop	40
Strategisch Comité Reading (Pers)	41
Publicatie van de Persbereik resultaten	42
Perspectief 2020 voor de Pers Bereiksstudie	42
RADIO	43
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 2020 voor de Radiostudie	47
TELEVISIE	48
CIM TAM studie	48
Methodologie van de CIM TAM studie	48
HORODATAGE	50
Methodologie van de Horodatage studie	50
Technische Commissie Televisie	51
Strategisch Comité Kijken (TV)	51
Televisiecontroles	52
Publicatie van de resultaten van de CIM TV-studie	53
Perspectief 2020 voor de CIM TV-studie	59
FINANCIEN	60
Financiële controle	60
Budgettaire opvolging	60
COLOPHON	61

INLEIDING

Historiek en definitie van het CIM

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

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

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

Mission statement

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

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

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

Dit omvat onder andere:

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

Structuur

De structuur van het CIM en zijn omgeving:

- Adverteerders, Reclamebureaus, Mediabureaus, Regies, Media
- Algemene Vergadering
- Bestuursorgaan (vroeger 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 werkend lid te worden van het CIM moet men actief zijn in de Belgische communicatiewereld en behoren tot één van de drie volgende families:

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

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

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

De Algemene Vergadering

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

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

Gewoonlijk is er jaarlijks één Gewone Algemene Vergadering waarop de boeken ter goedkeuring worden voorgelegd en waar statutaire verkiezingen plaatsvinden. In 2019 vond de Gewone Algemene Vergadering plaats op 30 april.

In de loop van 2019 mocht het CIM de volgende bedrijven als (nieuwe) leden verwelkomen:

- Belgische Vereniging van Audiovisuele Media vzw (BVAM / VIA)
- CMI Publishing SNC
- De Deeluitgeverij bvba
- DPG Media n.v.
- DPG Media Services n.v.
- Inside Editions bvba
- Les News 24 n.v.
- Luminus n.v.
- Maxus Belgium n.v.
- MMS Communications Belgium n.v.
- Openmindworld n.v.
- Reworld Media Magazines sas
- Shine Blue bvba
- Sitmedia s.a.
- Unilever Belgium n.v.
- Wunderman Y&R n.v., nu Wunderman Thompson n.v.

In 2019 hebben 27 leden het CIM verlaten (ontslag, fusie, faillissement...).

Het Bestuursorgaan (vroeger De Raad van Bestuur)

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

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

14 bestuurders uit de Media pool

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

7 bestuurders uit de Niet-Media pool

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

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

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

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

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

Het Bestuursorgaan verkiest 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.

Het Bestuursorgaan werd tot einde april 2019 voorgezeten door De Heer Thierry KEYEN. Mevrouw Helen WILLEMS werd, tijdens de zitting van het Bestuursorgaan van 30 april, verkozen om als Voorzitter van het CIM De Heer Thierry KEYEN op te volgen vanaf 1 mei 2019.

Begin 2019 maakten de volgende personen deel uit van het Bureau:

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

Het Bestuursorgaan heeft einde mei 2019 het voorstel goedgekeurd om de samenstelling van het Bureau niet te wijzigen, onder het voorzitterschap van Mevrouw Helen WILLEMS.

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

Het Bestuursorgaan is als volgt samengesteld (na Gewone Algemene Vergadering van 30 april 2019):

Philippe BELPAIRE	ROULARTA MEDIA GROUP	<i>Media</i>
Wilfried CELIS	DPG MEDIA	<i>Media</i>
François CHAUDOIR	SPACE	<i>Tussenpersonen</i>
Inge CLAERHOUT	ROULARTA MEDIA GROUP	<i>Media</i>
Bernard COOLS	SPACE	<i>Tussenpersonen</i>
Karim DEBBAH	UBA	<i>Adverteerders</i>
Philippe DEGUELDRE	PEBBLE MEDIA	<i>Media</i>
Bart DEMEULENAERE	CLEAR CHANNEL BELGIUM	<i>Media</i>
Jean-Michel DEPASSE	MINDSHARE	<i>Tussenpersonen</i>
Michel DUPONT	TRANSFER	<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 PENNINGCKX	REGIE MEDIA BELGE	<i>Media</i>
Peter QUAGHEBEUR	SBS BELGIUM	<i>Media</i>
Hugues REY	HAVAS MEDIA BELGIUM	<i>Tussenpersonen</i>
Bart SWINGS	LUMINUS	<i>Adverteerders</i>
Nadine VAN RENSBERGEN	FIMARE CONSULTING	<i>Media</i>
Patricia VERMANDELE	ING BELGIE	<i>Adverteerders</i>
Anny WUYTS	VAR	<i>Media</i>

Wijzigingen na de Algemene Vergadering:

- Bart DEMEULENAERE verlaat Clear Channel Belgium en is geen bestuurder meer. Hij wordt opgevolgd door Veerle COLIN (JC Decaux), vanaf september 2019 (AEA-zetel). – RvB 18/06/2019.
- Peter QUAGHEBEUR geeft zijn ontslag als VIA/BVAM-bestuurder. Geen enkele van de plaatsvervangende bestuurders aanvaardt om hem op te volgen. VIA stelt Bart DEMEULENAERE voor als waarnemer tot de volgende verkiezing op de Gewone Algemene Vergadering in 2020, het Bestuursorgaan keurt dit voorstel goed. – RvB 10/09/2019.
- Yves GERARD geeft zijn ontslag als VIA/BVAM-bestuurder en wordt vervangen door Wout DOCKX (VIA/BVAM) vanaf januari 2020. – RvB 10/12/2019.
- Karim DEBBAH verlaat de UBA en is geen bestuurder meer. Chris VAN ROEY (UBA) volgt hem op vanaf januari 2020. – RvB 10/12/2019.

Werkzaamheden van het Bestuursorgaan

In de loop van zijn 9 vergaderingen behandelde de Raad van Bestuur, nu het Bestuursorgaan genoemd, van het CIM in 2019 voornamelijk volgende dossiers:

ALGEMEEN

Bureau: samenstelling

Het Bestuursorgaan heeft tijdens zijn zitting van 28 mei 2019 het voorstel van de Voorzitter goedgekeurd om de huidige samenstelling van het Bureau te behouden, nl.:

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

CIM 2020+: herdefinitie van de missie van het CIM en analyse van de studies

Tijdens de vergadering van Bestuursorgaan van 22 januari 2019 signaleert de Voorzitter dat het herdefiniëren van de missie van het CIM en het analyseren van de CIM-studies voortaan de benaming « CIM 2020+ » krijgt.

Deze denkoefening is noodzakelijk geworden. Strategische Comités blokkeren vaak door elementen die nooit eerder besproken werden. Ook binnen het Bestuursorgaan groeit de overtuiging dat de missie van het CIM duidelijker gedefinieerd kan worden dan het nu het geval is in de statuten.

Het Bureau heeft aan de Algemeen Directeur gevraagd om een lijst met precieze vragen aan het Bestuursorgaan op te stellen. De lijst wordt vandaag goedgekeurd door het Bestuursorgaan dat tijdens de volgende vergadering zal proberen een antwoord te geven.

De Algemeen Directeur herinnert aan een aantal kritieken: de discussies binnen de Strategische Comités, en zelfs in de Technische Commissies, worden te technisch; er wordt te veel in silo's gewerkt; er wordt niet gezocht naar synergiën tussen de studies; het CIM levert geen *consumer centric* gegevens, het CIM is te duur... De inzet van sommige partijen wordt soms in vraag gesteld.

Kan het Bestuursorgaan de essentie van onze missie herdefiniëren en een gemeenschappelijke visie voor de toekomst ontwikkelen? Kan het Bestuursorgaan een manier vinden om het beslissingsproces te vergemakkelijken? En een visie opstellen die goed is voor alle leden?

12 potentiële discussieonderwerpen werden geïdentificeerd:

1. Wat is de bedoeling van het CIM? Wat moet het CIM doen?
2. Dienen CIM-studies enkel voor reclameplanning of ook voor inzicht in content en redactioneel?
3. Wat wordt bedoeld met "reclame"? Reclameblok? Individuele spot? ...
4. Welke trading behoeften moet het CIM beantwoorden?
5. Heeft het CIM een rol in programmatic trading?
6. Moet het CIM alleen de CIM-intekenaars meten? Of alle media met een aanbod in België?
7. Wat betekent *consumer centric* voor het CIM?
8. Is elk CIM-cijfer een currency?
9. Hoe moeten crossplatform data geconsolideerd worden (b.v. nood aan kalibratiepanel)?
10. Moet het CIM de waarde van contacten in verschillende media vergelijken? Of dit aan de markt overlaten?
11. Worden de middelen van het CIM vandaag goed gebruikt?
12. Hoe moet de scope van het CIM evolueren?

Er zijn veel vragen maar geen prioriteiten. Om sneller vooruitgang te kunnen boeken, moeten prioriteiten gesteld worden. Na discussie is de conclusie dat de vragen eerst gestructureerd en gepreciseerd moeten worden, en per thema samengevoegd. Het Bestuursorgaan zal beslissen tijdens zijn vergadering van februari over de definitieve versie van de vragenlijst. Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan in maart zal gezocht worden naar een antwoord op de vragen.

Het Bestuursorgaan van 19 februari 2019 heeft de CIM 2020+ vragenlijst bekeken en 4 grote thema's besproken:

- Wat is de missie van het CIM?
- Tot op welk niveau moet reclame gemeten worden?
- Hoe worden de moderne trading systemen best ondersteund?
- Wat moet *Consumer Centric* betekenen voor het CIM?

Een aantal vragen kan later besproken worden omdat ze minder dringend zijn. Wat wordt er gedaan met de niet-CIM media (Facebook, Google, ...)? Moet het CIM tussenkomen in de vergelijking/vergelijkbaarheid van de currencies en de contacten? Waar wordt het bereik Radio on TV b.v. geconsolideerd?

Er wordt beslist om een werkgroep samen te stellen die een overzicht maakt van wat de markt nodig heeft en die dit kan operationaliseren. De Strategische Comités moeten gerationaliseerd worden, er moet gezocht worden naar crossmedia-oplossingen (single source oplossingen, andere manieren om universa te definiëren, ...).

De afgewerkte vragenlijst wordt doorgemaild naar de bestuurders voor bespreking binnen de beroepsverenigingen, die hun opmerkingen kunnen geven. De vragenlijst wordt besproken tijdens de volgende vergadering van het Bestuursorgaan.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan op 26 maart 2019 wordt een samenvatting voorgesteld van de antwoorden van de Adverteerders, de Agentschappen, de Media en CIM Totaal (resp. ¼ Agentschappen, ¼ Adverteerders en ½ Media). Uit de discussies over de vragenlijst binnen de beroepsfederaties blijkt dat er een aantal follow up vragen zijn voor het Bestuursorgaan en voor de betrokken beroepsverenigingen....

Tijdens de vergadering van 30 april 2019 wordt CIM 2020+ opnieuw besproken.

De bestuurders ontvingen op voorhand per mail een management summary van de Algemeen Directeur met de punten waarover er consensus is, de punten waarover de families niet akkoord zijn, en anderzijds extra vragen die, volgens de reacties, verduidelijking verdienen.

De bestuurders keuren de management summary goed. De lijst met de punten waarvoor er geen akkoord is wordt punt per punt overlopen, elke vraag wordt in de juiste context geplaatst en extra toegelicht.

De bedoeling is om dit binnen de beroepsverenigingen te bespreken en een standpunt in te nemen. Niet alle vragen zijn even belangrijk. Het zijn bijna allemaal open vragen en het is dus van belang dat de antwoorden goed toegelicht en gemotiveerd worden. De antwoorden zullen tegen de volgende vergadering van het Bestuursorgaan geanalyseerd en geïntegreerd worden.

Een document met een 1ste samenvatting van de antwoorden van de verschillende beroepsverenigingen over de bijkomende vragen wordt overhandigd aan de bestuurders tijdens de vergadering van 28 mei 2019. Niet alle verenigingen hebben al hun antwoorden doorgegeven. Dit wordt verwacht tegen de volgende vergadering.

Dit was dus de « informateurfase » (einde: 15 juni). Iedereen heeft zijn mening kunnen geven.

De Permanente Structuur zal, op basis van deze input, de rol van « formateur » op zich nemen. Ze zal een aantal scenario's ontwikkelen op basis van visienota's, antwoorden op de vragenlijsten, gelijklopende discussies met derden over de alternatieven voor de rekrutering. Er zal over dit onderwerp binnen een kleinere groep gewerkt worden. De samenstelling ervan zal ter goedkeuring van het Bestuursorgaan van juni voorgelegd worden. Op het einde van de zomer zullen de verschillende scenario's besproken worden met deze 'groep van wijzen', rekening houdend met de realiteit en het budget van de verschillende studies, met als doel een CIM 2020+ voorstel voor de vergadering van het Bestuursorgaan van oktober.

De kandidaten voor deze groep ('groep van wijzen', nu 'Groep van Scenaristen' genoemd) moeten aan bepaalde kwaliteiten hebben:

- Technici met een strategische inzicht of strategen met technisch knowhow,
- Die een mening kunnen geven en die kunnen luisteren,
- Die representatief zijn voor de leden van het CIM,
- Met experts juist buiten de CIM-omgeving, of van het CIM zelf.

Een voorstel van samenstelling wordt aan het Bestuursorgaan voorgelegd door de Voorzitter, de Algemeen Directeur en het Bureau:

- 1 Adverteerder
- 2 Agentschappen
- 8 Media
- 3 Consultants : Bruno LIESSE, Stéphane LUCIEN en Pierre-Nicolas SCHWAB.
- 2 vertegenwoordigers van het CIM
- Een externe coach

1	Advertiser	WEMERS	Yves	BNP Paribas
2	Agency	LECOUVET	David	Mediabrand
3	Agency	VAN HELSHOECHT	Philippe	Space
4	Media	COLIN	Veerle	JCDecaux
5	Media	DAEMEN	Mark	Roularta
6	Media	DEGUELDRE	Philippe	Pebble
7	Media	LANCKRIET	Trui	Mediahuis
8	Media	LEFEVRE	Didier	RTL
9	Media	PENNINCKX	Sandrine	RMB
10	Media	QUARTIER	Wouter	VRT
11	Media	VAN DOORSLAER	Tim	DPG
12	Consultant	LIESSE	Bruno	Consultant

13	Consultant	LUCIEN	Stéphane	Root
14	Consultant	SCHWAB	Pierre-Nicolas	IntoTheMinds
15	Expert	PEETERS	Stef	CIM
16	Expert	DEBELS	Michaël	CIM
17	Coach	COOLS	Hans	Moore Stephens

Na de discussie worden nog twee namen toegevoegd: Karim DEBBAH (UBA) en Jean-Michel DEPASSE (Mindshare).

Tijdens de vergadering van 10 september 2019 wordt de stand van zaken besproken na de 1ste dag in het groen van 4 september. De sfeer was productief en aangenaam. De discussies waren van hoog niveau.

De analyse van de markt en de omgeving van het CIM gebeurde snel en op een open manier. Er waren geen grote tegenstellingen. De te verwachte evolutie in de toekomst was een iets moeilijker onderwerp. Er werden 3 scenario's voorgesteld en besproken.

Uit de discussie blijkt dat er behoefte bestaat om tijdens een vervolgtag een halve dag scenario's te ontwikkelen die niet op voorhand voorbereid zijn. In de namiddag kan de groep dan de rol van het CIM in deze scenario's identificeren en mogelijke operationele evoluties van het CIM bepalen. Deze 2de dag zal binnen de 4 weken georganiseerd moeten worden, eventueel met alleen degenen die aanwezig kunnen zijn indien niet iedereen zich kan vrijmaken.

Tijdens de vergadering van 5 november 2019 wordt er gemeld dat de bestuurders via mail, vóór de zitting, een samenvatting gekregen hebben van de 2de dag in het groen van de Groep van Scenaristen. De Algemeen Directeur beantwoordt de vragen en verduidelijkt het document.

Een 2de document "*CIM beyond 2020 – discussion guide for Board meeting November 5th 2019*" wordt besproken. De bedoeling is om eerst consensuele punten te bevestigen: ofwel 'nee, dit wordt niet binnen het CIM gedaan', ofwel 'ja, dit kan binnen het CIM'. Daarna kunnen de discussiepunten grondig doorgelicht worden. Het betreft verschillende onderwerpen: data, crossmedia, contacten, communicatie, ...

De discussiepunten die opgelijst werden tijdens de vergadering moeten besproken worden in de beroepsverenigingen.

Een extra document ("*CIM beyond 2020 – proposed priorities voor 2020/2021*") bevat voorstellen van operationalisering.

De bedoeling is om een beslissing te nemen tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan in december. De Voorzitter rekent op de aanwezigheid van alle bestuurders. Degenen die niet aanwezig kunnen zijn moeten een volmacht geven of hun opmerkingen doorgeven ten laatste één week voor de volgende vergadering van het Bestuursorgaan.

Tijdens de vergadering van 10 december 2019 wordt een stand van zaken gegeven over de punten waarvoor er al een consensus was (doen binnen het CIM en niet doen binnen het CIM).

Nog te bespreken punten worden één per één bekeken. Na discussie wordt voor bepaalde punten alsnog een consensus gevonden, andere punten zullen tijdens het eerste Bestuursorgaan van 2020 hernomen worden.

Mandaat van de Voorzitter

Tijdens het Bestuursorgaan van 19 februari 2019 herinnert de Voorzitter in functie dat zijn mandaat op 30 april afloopt. Een nieuwe voorzitter moet dus verkozen worden. De kandidaat mag binnen of buiten het Bestuursorgaan verkozen worden.

Dit werd al besproken binnen het Bureau en één persoon, met een meer adverteerderservaring, komt boven op de short list. Er is momenteel dus één kandidaat. De keuze van de nieuwe voorzitter zal bevestigd worden tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan na de Algemene Vergadering in april. Indien er andere kandidaten zijn, moet hun kandidatuur voorgelegd worden tijdens de vergadering van maart.

Het Bestuursorgaan heeft tijdens zijn zitting van 30 april 2019 Mevrouw Helen WILLEMS unaniem verkozen als voorzitter van het CIM.

Strategische Comités

Tijdens de vergadering van 22 januari 2019 wordt een stand van zaken over de werkzaamheden van de Strategische Comités gemaakt. Er was alleen een vergadering van het Strategisch Comité Listen (Radio), het Strategisch Comité Watch (TV) en het Strategisch Comité Digitaal (Internet).

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door het Bestuursorgaan in januari:

SC OOH

Michel JADOUL werkt niet meer bij Clear Channel Belgium en is dus geen medevoorzitter meer van het SC OOH.

SC Reading

Zeger LINDEMANS wordt opgevolgd door Jo BOONE (beiden Delhaize) binnen het SC Reading.

Een overzicht van de werkzaamheden van de Strategische Comités Listen, Watch, Digital et Reading (Pers) wordt voorgesteld aan de bestuurders tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 19 februari 2019.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door het Bestuursorgaan in februari:

SC CrossMedia

Sofie RUTGEERTS werkt niet meer bij DPG Media (vroeger Mediaaan) en is dus geen vervanger voor Tim VAN DOORSLAER meer binnen het SC CrossMedia.

SC Digitaal

Pierre DUBOIS verlaat het voorzitterschap van het SC Digitaal.

Brenda LIEBENS wordt vervangen door Sofie RUTGEERTS (beiden SBS Belgium).

SC OOH

Kathy VANDEVELDE vertegenwoordigt Clear Channel Belgium (ter vervanging van Michel JADOUL) in het SC OOH.

SC Reading

Philippe GEURTS (Dentsu Aegis) verlaat het SC Reading.

De volgende wijziging in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM wordt goedgekeurd door het Bestuursorgaan op 26 maart 2019:

SC OOH

An-Sofie VANDERMAELEN vervangt Sandra CEURENS (beiden Mediabrand/Rapport).

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 30 april 2019 wordt er gemeld dat twee Strategische Comités een vergadering hebben gehouden sinds de laatste meeting van het Bestuursorgaan (SC OOH en SC Listen). Andere vergaderingen van Comités (Watch, Digitaal, Reading) waren voorzien maar werden geannuleerd.

De volgende wijziging in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM wordt goedgekeurd door het Bestuursorgaan van april:

SC Digitaal

Philippe DEGUELDRE (Pebble Media) wordt voorgesteld als nieuwe voorzitter voor het SC Digitaal.

Verslag wordt gemaakt tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 28 mei 2019 over de 2 Strategische Comités waarvan een vergadering heeft plaatsgevonden sinds het laatste Bestuursorgaan: SC Watch en SC Listen.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden in mei goedgekeurd door het Bestuursorgaan:

SC Digitaal

Céline BRANDERS is niet meer werkzaam bij Rossel en maakt geen deel meer uit het SC Digitaal.

SC Reading

Céline BRANDERS is niet meer werkzaam bij Rossel en is geen vervanger van Gonda LONTINGS meer binnen het SC Reading.

Kim VANSTEENKISTE verlaat Mediahuis midden juni en is dus geen officiële vervanger meer voor Trui LANCKRIET in het SC Reading.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 18 juni 2019 wordt er gemeld dat er alleen een vergadering van het Strategisch Comité Reading heeft plaatsgevonden.

De volgende wijziging in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM wordt goedgekeurd door het Bestuursorgaan van juni:

SC Reading

Luc EECKHOUT (IPM) vervoegt het SC Reading.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 10 september 2019 wordt er gesignaleerd dat er meer en meer vergaderingen van Strategische Comités geannuleerd worden. Dat is een goed teken: alleen vergaderingen met pertinente agendapunten blijven over.

Sinds het laatste Bestuursorgaan in juni is er alleen een vergadering van het Strategisch Comité Digitaal en een vergadering van het Strategisch Comité Watch geweest.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden in september goedgekeurd door het Bestuursorgaan:

SC Digitaal

Jean-Michel DEPASSE maakte deel uit van het SC Digitaal als voorzitter van de TC Internet. Hij werd vervangen in deze functie door Stéphanie RADOCHITZKI. Hij wenst lid te blijven van het SC Digitaal als vertegenwoordiger van de agentschappen. De voorzitter van het SC Digitaal is hiermee akkoord.

Katrien BERTE verlaat Mediahuis en zal dus geen lid meer zijn van het SC Digitaal vanaf 1/10/2019. Ze wordt voorlopig vervangen door Trui LANCKRIET.

SC Reading

Trui LANCKRIET wenst geen voorzitter meer te zijn van het SC Reading. Er wordt gezocht naar een nieuwe voorzitter voor dit Comité...

De nieuwe vertegenwoordiger van Mediahuis binnen dit Strategische Comité is Bart BOLLEN.

Luc EECKHOUT werd voorgesteld als nieuw lid van het SC Reading maar zijn missie bij IPM stopt einde september. IPM stelt Isabelle ORTEGATE voor als vertegenwoordigster in het SC Reading.

Luc DE POTTER is niet meer werkzaam bij We Media en is dus geen lid meer van het SC Reading. Esther BRASPENNING (We Media) volgt hem op.

SC Watch

Ludovic de BARRAU (RTL) verlaat het SC Watch en wordt opgevolgd door Ariane DEBEUR (IP).

Olivier VANDERMEULEN werkt niet meer bij Transfer en is dus geen vervanger meer voor Michel DUPONT (Transfer) in het SC Watch.

In oktober 2019 worden de bestuurders geïnformeerd dat één enkele vergadering van de Strategische Comités plaatsgevonden heeft, sinds het laatste Bestuursorgaan in september, nl. een SC Listen.

De volgende wijziging in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM wordt in oktober goedgekeurd door het Bestuursorgaan:

SC Radio

Jo SNOECKX wordt aangeduid als de officiële vervanger van Steven VAN DEN AUDENAERDE als die niet kan deelnemen aan een SC Listen.

Tijdens de vergadering van 5 november 2019 wordt een stand van zaken, zoals elke maand, van de werkzaamheden van de verschillende Strategische Comités doorgegeven. Er hebben alleen een Strategisch Comité Digitaal en een Strategisch Comité OOH plaatsgevonden.

De volgende wijzigingen in de samenstelling van de Strategische Comités van het CIM worden goedgekeurd door het Bestuursorgaan van november:

SC OOH

Yves DE VOGHT (Coca-Cola) verlaat het SC OOH.

SC Reading

Ilse PEETERS (DPG Media) wordt de nieuwe voorzitter van het SC Reading.

Het Bestuursorgaan heeft op 10 december 2019 uitleg gekregen over de werkzaamheden van de Strategische Comités (vergadering SC Digitaal, SC Listen en SC Reading). Er was geen wijziging in de samenstelling van de Comités.

Wijziging van de Statuten en het Huishoudelijk Reglement

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 22 januari 2019 herinnert de Voorzitter eraan dat de Franstalige versie van de teksten die werd uitgedeeld tijdens de vergadering van december 2018 een ‘grote schoonmaak’ van de Statuten en het Huishoudelijk Reglement voorstelt, plus de toevoeging van niet-competitie regels.

Het Bestuursorgaan keurt de voorgestelde aanpassingen goed. De documenten mogen voor nazicht naar de advocaat van het CIM gestuurd worden en kunnen dienen als basis voor een Nederlandstalige versie.

Een bestuurder vraagt of het niet beter zou zijn om te wachten op de CIM 2020+ discussies (zie ander punt) om de wijzigingen in de statuten te laten goedkeuren door een buitengewone algemene vergadering. Er zullen mogelijk nog andere wijzigingen zijn die voorzien zullen moeten worden.

Het Bestuursorgaan constateert dat de wijzigingen hierdoor in ieder geval te laat komen voor de Algemene Vergadering van april 2019.

Een nieuwe versie van de documenten wordt doorgemailed naar de bestuurders v  r de zitting van het Bestuursorgaan op 10 september 2019.

Verschillende wijzigingen worden voorgesteld:

- Niet-competitie regels (reeds goedgekeurd door het Bestuursorgaan in januari)
- Een « grote schoonmaak » van de tekst (goedgekeurd door het Bestuursorgaan in januari)
- Een wijziging i.v.m. de interne procedures naar aanleiding van een geschil met een lid van het CIM (een toevoeging en meer elementen over de disciplinaire kamer).

Daarnaast wordt voorgesteld om de herziening nog uit te breiden:

- Een algemene herziening voor fouten, slechte vertalingen, referenties die geüpdatet moeten worden...
- De verplichte aanpassing van de Statuten aan het nieuw Wetboek voor Vennootschappen, met hulp van een externe partij.
- Een herziening en harmonisering van het Huishoudelijk Reglement van het CIM, het reglement van de Technische Commissies en de reglementen van de studies naar aanleiding van het toevoegen van het artikel over de interne procedures.

Het Bestuursorgaan is van mening dat alle wijzigingen gecombineerd moeten worden. Een voorstel zal ter goedkeuring van het Bestuursorgaan van december voorgelegd worden. Dan kan begin 2020 een Buitengewone Algemene Vergadering georganiseerd worden.

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan op 10 december 2019 wordt het definitieve en volledige voorstel van wijziging van de Statuten en het Huishoudelijk Reglement voorgelegd ter goedkeuring van de bestuurders.

Er worden enkele verduidelijkingen gevraagd. De bestuurders keuren unaniem de voorgestelde wijzigingen in beide teksten. Een 1ste Buitengewone Algemene Vergadering zal op 21 januari 2020 georganiseerd worden. Indien het quorum niet behaald wordt tijdens deze 1ste vergadering, zal een 2de vergadering voorzien worden op 18 februari 2020, telkens v  r de vergadering van het Bestuursorgaan voorzien op deze datums.

STUDIES

Establishment Survey – nieuwe contract

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan op 10 september 2019 wordt er aan de bestuurders gevraagd om de aanbeveling van de Technische Commissie en de Aankoopcommissie voor het nieuwe contract voor de Establishment Survey goed te keuren.

Het CIM heeft vijf voorstellen gekregen in het begin. Vier van die voorstellen werden in eerste instantie weerhouden. Twee instituten hebben uiteindelijk deelgenomen aan de finale keuze.

Het Bestuursorgaan heeft de aanbeveling van de Technische Commissie en de Aankoopcommissie goedgekeurd: het nieuwe contract (3 jaar + 1 + 1) van de Establishment Survey wordt toevertrouwd aan Profacts.

Internet Studie – financieringsregels

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 28 mei 2019 worden de nieuwe tarieven voorgelegd die vermeld staan in de financieringsregels van de Internet-studie als de bijlagen van het Huishoudelijk Reglement van het CIM.

Er is een akkoord met de DMA over de nieuwe, eenvoudigere tarieven:

- Geen vaste kosten meer (behalve forfaitaire bedrag voor een externe regie),
- Variabele kosten nog altijd op basis van het geaggregeerde aantal bezoeken per uitgever maar apart voor de sites, de apps en de players (geen discriminatie meer tussen sites, apps en players).
- Geen enkele intekenaar zal in 2019 meer betalen met de nieuwe financieringsregels dan met de oude financieringsregels. Meer dan 95% van de uitgevers zullen zelfs minder betalen.
- Vanaf 2020 zullen deze principes toegepast worden zonder correcties.

De bestuurders gaan akkoord met de voorgestelde principes voor de financieringsregels van de Internet-studie, onder voorbehoud van het verduidelijken van de definitie en grootte van de externe regies die opnieuw besproken moet worden.

Het Bestuursorgaan van 18 juni 2019 komt terug op de vraag i.v.m. de externe regies. Indien een uitgever de volledige exploitatie van de internetgegevens wenst, zijn de huidige financieringsregels van toepassing (forfaitaire bedrag externe regie = 3.444,33 €). Er verandert niets als de uitgever zich beperkt tot de Total Brand gegevens.

OOH-studie – Wijziging van het reglement van de studie

Tijdens de vergadering van het Bestuursorgaan van 19 februari 2019 wordt er gemeld dat de studie meer dan één jaar geleden veranderd is. Het reglement moest nog in die zin aangepast worden. Het betreft een grondige herziening van de tekst, reeds gevalideerd door de Technische Commissie en het Strategisch Comité. De nieuwe tekst wordt ook goedgekeurd door het Bestuursorgaan.

Het Bureau

De Voorzitter van het Bestuursorgaan 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 het Bestuursorgaan verkozen (cf. supra).

In 2019 zijn er 9 vergaderingen geweest van het Bureau.

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

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

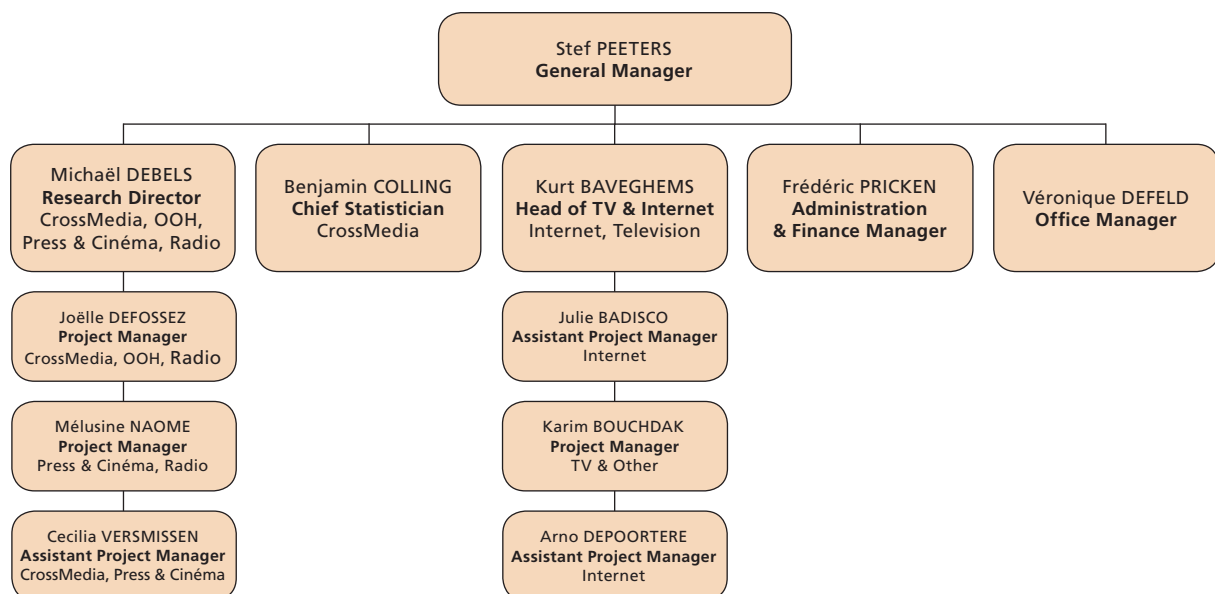
Het Bureau bereidt de vergaderingen van het Bestuursorgaan voor en waakt over de uitvoering van de beslissingen die er werden genomen. Binnen de kruitlijnen van het budget dat door de Algemene Vergadering werd goedgekeurd, werft het Bureau de personeelsleden aan, ontslaat ze, beslist over hun taken en salarissen, en informeert er het Bestuursorgaan over. Het Bureau waakt ook over de deontologie betreffende het gebruik van de CIM-data.

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

De Permanente Structuur

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

De Permanente Structuur staat onder leiding van de Algemeen Directeur van het CIM, Stef PEETERS. Eind december 2019 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 categorieën van Media die betrokken zijn in de studie (de 'Media pool', of de verkopers van reclameruimte, moet vertegenwoordigd worden door intekenaars die samen minstens 75% betalen van het gefinancierde bedrag van de betrokken CIM-studie),
- en uit de Tussenpersonen- en Adverteerdersfamilies (minstens 3 commissarissen vertegenwoordigen de 'Niet-Media pool' of de kopers van reclameruimte).

De voorzitter van een Strategisch Comité 'Media' wordt aangeduid door de 'media pool', 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 Adverteerdersfamilies, die samen de 'Niet-Media pool' of de 'pool van de kopers' van reclameruimte vormen,
- en 7 beslissingsnemers van de Mediafamilie (1 Dagbladen, 1 Periodieke Pers, 1 TV, 1 Radio, 1 Bioscoop, 1 Internet, 1 Out-of-Home), ook de 'Media pool' of de 'pool van de verkopers' genoemd'.

De voorzitter van dit Strategisch Comité wordt aangeduid door de 'Niet-Media pool', 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 het Bestuursorgaan 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 het Bestuursorgaan, voor zover nodig, een Technische Commissie oprichten.

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

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

In 2019 werd het mandaat van de huidige voorzitters van de Technische Commissies hernieuwd voor een nieuwe periode van 3 jaar (t/m einde 2022), conform de goedkeuring van het Bestuursorgaan:

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

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 het Bestuursorgaan.

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

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

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

Er was in 2019 één Technische Commissie per onderzoeksdomein, een Technische Commissie CrossMedia en een andere die zich bezighoudt met de echtverklaring pers (oplage en verspreiding). Deze commissie Echtverklaring Pers werd in juni 2019 ontbonden en geïntegreerd in de TC Pers-Bioscoop die zich vanaf nu ook bezig gaat houden met de echtverklaring pers. Er zijn dus in totaal 6 Technische Commissies (CrossMedia, Internet, Out-of-Home, Pers-Bioscoop, Radio, Televisie).

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

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

CIM STUDIES

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

Er bestaan twee types tactische studies:

- De echtverklaring

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

Daarnaast gebeurt er ook een echtverklaring van website-bezoeken.

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

- De bereiksstudies

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

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

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



BIOSCOOP

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

Methodologie van de Bioscoop studie

Doel

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

Vragenlijst

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

Publicatie van de bereikresultaten Bioscoop

De resultaten van de Bioscoopstudie werden beschikbaar gesteld voor de leden-intekenaars van de studie in september 2019 in pdf-formaat via de website van het CIM (<https://www.cim.be>).

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

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

Perspectief 2020 voor de Bioscoop studie

De Bioscoopstudie blijft verbonden aan de Persstudie voor de periode 2019-2020.



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 2019 drie verschillende projecten opgevolgd:

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

In 2019 werd het eerste veldwerk voor de TGM en voor de CDJ-studie gerealiseerd:

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

Het doel is om de twee studies te fusioneren zodat een unieke CDJ+TGM exploitatiedatabase kan geproduceerd worden.

De ES

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

De Establishment Survey is daarmee de basis voor:

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

Tot en met 2019 werd het ES-veldwerk toevertrouwd aan GfK.

Na een Request for Tender in 2019 werd Profacts gekozen voor de realisatie van de ES 2020-2022.

Veldwerk

Het veldwerk van de derde Establishment Survey liep van 02/10/2018 tot 30/09/2019.

Referentie-universum

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

Steekproeftrekking

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

Op het einde van het veldwerk werden 6.268 vragenlijsten ingevuld.

Gegevensinzameling en vragenlijst

De gegevens worden door minimaal 80% van de respondenten zelf ingevuld op computer (CASI). Er is ook een online gedeelte voorzien voor moeilijk via face-to-face te rekruteren profielen. Deze rekrutering gebeurt in online access panels, tot maximaal 20% van de totale steekproef.

Publicatie van de resultaten

De resultaten van de derde Establishment Survey zullen begin 2020 gepubliceerd worden.

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 consumptiegedrag, het bezit van goederen en over de attitudes van de Belgische bevolking. De TGM-studie meet het consumptiegedrag voor:

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

Veldwerk

Het veldwerk van de TGM-studie 2018-2019 werd gerealiseerd door IPSOS van november 2018 tot oktober 2019.

Referentie-universum

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

Steekproeftrekking

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

Op het einde van het veldwerk werden 4.020 TGM-vragenlijsten ingevuld. Na cleaning door het instituut konden 3.862 enquêtes gebruikt worden.

Gegevensinzameling en vragenlijst

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

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

De CDJ

De Consumer Decision Journey studie heeft als doel het beslissingsproces van de consumenten beter te leren kennen, in wisselwerking met de verschillende communicatiekanalen (42 touchpoints). De bevraging heeft als doel om voor 15 verschillende economische sectoren deze informatie te verzamelen:

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

Veldwerk

Het eerste veldwerk van de CDJ liep van maart 2018 tot oktober 2019.

Het veldwerk werd toevertrouwd aan Kantar TNS.

Referentie-universum

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

Steekproeftrekking

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

Op het einde van het veldwerk werden 7.999 vragenlijsten ingevuld. Na cleaning door het instituut bleven er 7.187 bruikbare vragenlijsten over.

Gegevensverzameling en vragenlijst

De gegevens zijn verzameld via meerdere deelnames per respondent.

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

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

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

Fusie van de gegevens

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

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

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

Publicatie van de resultaten

De resultaten van de eerste gecombineerde CDJ-TGM studie worden gepubliceerd in maart 2020.

De resultaten zullen in principe beschikbaar worden gesteld in verschillende softwares van andere tactische studies (GfK Probe, Galileo, Sesame). Ze zijn toegankelijk voor alle intekenaars van de tactische studies.

Technische Commissie CrossMedia

Samenstelling d.d. 31/12/19

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

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Michel JADOUL werkt niet meer bij Clear Channel Belgium en maakt geen deel meer uit van de TC CrossMedia – RvB 22/01/2019.
- Leen SCHRAMME (Wavemaker) is geen lid meer van de TC CrossMedia – RvB 19/02/2019.
- Sabrina VAN IMPE (JC Decaux) vervoegt de TC CrossMedia – RvB 19/02/2019.
- Fabien BRUYNEEL (Zigt Media Back Office) vervoegt de TC CrossMedia - RvB 19/02/2019.
- Sofie RUTGEERTS (SBS) sluit zich aan bij de TC CrossMedia – RvB 26/03/2019.
- Fabien BRUYNEEL verlaat Zigt Media Back Office en maakt geen deel meer uit van de TC CrossMedia – RvB 18/06/2019.
- Katrien BERTE verlaat Mediahuis en is vanaf 1/10/2019 geen lid meer van de TC CrossMedia. Er is geen opvolger voor deze DMA-zetel – RvB 10/09/2019.

Strategisch Comité CrossMedia

Samenstelling d.d. 31/12/19

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

Wijziging in de loop van het jaar:

- Sofie RUTGEERTS is niet meer werkzaam bij Mediahuis (nu DPG Media) en is dus geen vervanger meer voor Tim VAN DOORSLAER binnen het SC CrossMedia – RvB 19/02/2019.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2019 hebben negen vergaderingen van de Technische Commissie plaatsgevonden en werd vooral gewerkt aan:

- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de Establishment Survey met GfK,
- De call for tender en vernieuwing van de vragenlijst voor de nieuwe ES-studie 2020,
- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de CDJ (Kantar TNS),
- De opvolging van het veldwerk en de resultaten van de TGM (IPSOS).

Perspectief 2020 voor de CrossMedia studies

Op de agenda van de Technische Commissie CrossMedia staan voor 2020 alvast:

- De publicatie van de ES 2018-2019;
- De opvolging en validatie van de gloednieuwe verwerking van de TGM-CDJ studies;
- De controle van het goede verloop van de TGM-, CDJ- en ES-veldwerken;
- De eerste publicatie van de TGM-CDJ in één verenigde database.



INTERNET

Inleiding

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

De CIM Internet-studie bestaat uit volgende onderdelen:

- een census trafiek meting (op PC/laptop, tablet en smartphone) voor ingeschreven websites;
- een census trafiek meting voor ingeschreven html5, hybride en native apps (op tablet en smartphone);
- een census trafiek meting voor streaming audio en video players van ingeschreven publishers;
- een 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

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

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

1. gemiusPrism bevat ruwe ongefilterde data 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 html5 apps 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 dezelfde twee tools als die van de sites (gemiusPrism en gemiusRating), met vergelijkbare metrics.

In 2019 werd het voor intekenaars mogelijk om secties in apps te taggen op basis van een extraparameter ('sectionID').

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 (gemiusPrism en gemiusRating) voor alle internet-intekenaars. Sinds 2017 worden ook de resultaten van stream in apps gepubliceerd.

Sinds september 2019 worden de video streams van programma's van Belgische broadcasters die op het grote scherm te zien waren, toegevoegd aan de TV-cijfers van de CIM TAM studie. Dit gebeurt door middel van een unieke code die zowel aan de lineaire als de online uitzending wordt toegekend.

CIM Internet bereiksstudies

Op basis van de censusstudies weet men niet wie er schuilt 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 ver-

beterd door, vanaf de gegevens van juli 2016, rekening te houden met de verhouding tussen het aantal browsers en het aantal surfers (de zgn. 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. 31/12/19

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

Wijzigingen in de loop van het jaar:

Hebben de Commissie vervoegd:

- Frédéric WATELET (RTBF) – RvB 30/04/2019.
- Nicolas MAGAIN (Space) – RvB 10/09/2019.
- Sébastien REPS (Maxus) – RvB 10/09/2019.
- Karel VERBRUGGE (Mediahuis) – RvB 10/09/2019.

Hebben de Commissie verlaten:

- Thibaud DE MEESTER (Dentsu Aegis Network Belgium) – RvB 19/02/2019.
- Pierre DUBOIS (RTBF) – RvB 19/02/2019.
- Jean-Michel DEPASSE (Mindshare). Stéphanie RADOCHITZKI volgt hem op als voorzitter van de TC Internet – RvB 26/03/2019.
- Saskia CUPERUS (Roularta) – RvB 30/04/2019.
- Katrien BERTE (Mediahuis) – RvB 10/09/2019.
- Kim GILS (DPG Media) – RvB 08/10/2019.

Werkzaamheden van de Technische Commissie

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

Strategisch Comité Digitaal (Internet)

Samenstelling d.d. 31/12/19

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

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Pierre DUBOIS verlaat het SC Digitaal – RvB 19/02/2019.
- Brenda LIEBENS wordt vervangen door Sofie RUTGEERTS (beiden SBS Belgium) – RvB 19/02/2019.
- Philippe DEGUELDRE (Pebble Media) wordt de nieuwe voorzitter van het SC Digitaal – RvB 30/04/2019.
- Céline BRANDERS verlaat Rossel & Cie en maakt geen deel meer uit van het SC Digitaal – RvB 28/05/2019.
- Jean-Michel DEPASSE (vroegere voorzitter TC Internet) blijft lid van het SC Digitaal als vertegenwoordiger van de agentschappen – RvB 10/09/2019.
- Katrien BERTE verlaat Mediahuis en maakt geen deel meer uit van het SC Digitaal. Ze wordt vervangen door Trui LANCKRIET – RvB 10/09/2019.

Werkzaamheden van het Strategisch Comité

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. Eén van de voorname topics in 2019 is het testen van gDE voor displaycampagnes en de verdere besprekingen tussen de UMA en de DMA omtrent publicatiemodaliteiten en een nieuw financieringsmodel voor de meting van video- en displaycampagnes.

In het kader van OVA (Online Video Advertising) wordt naast postbuy evaluatie ook de mogelijkheid tot gebruik van de campagnedata voor strategische planning besproken tussen de 3 partijen.

Tot slot werd ook de vragenlijst omtrent CIM 2020+ voorbereid door het Strategisch Comité Digitaal.

Internetcontroles

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

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

Publicatie van de Internetresultaten

Gegevens voor het grote publiek

Op de CIM-site kan men voor alle deelnemende sites en secties het aantal Visits en Page views consulteren via de applicatie gemiusRating. Deze applicaties 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 globaal rapport in Excel-formaat beschikbaar op de CIM-website.

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
2019	285	13.544.088

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

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

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

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

Perspectief 2020 voor de Internetstudie

- gDE
 - Publicatie van campagneresultaten in gDE
 - Creatie publisher view: elke publisher ziet de resultaten van de campagnes op zijn sites/apps/players + totaal van de campagne
 - Creatie public view: geaggregeerde resultaten van alle campagnes
- Custom Time Periods

Door de implementatie van de constant panel methodologie wordt de berekening van bereikresultaten over een willekeurige tijdsperiode mogelijk.
- Tegelijk met het constant panel worden de volgende methodologische correcties doorgevoerd:
 - Aparte verwerking van mobiele data van de Facebook in app-browser en data van de andere browsers (Facebook correction)
 - Schatting van het aantal cookies over alle sites heen (EC global)
 - Maandelijkse evoluties van het universum (seizoenschommelingen) worden gecorrigeerd op basis van de trafiekdata (PRES)
- Tegelijk met het constant panel wordt 'eGemius' gelanceerd, een nieuwe reporting tool die het bereik zal bevatten van de sites, apps en players in de studie (deze resultaten zijn vandaag enkel beschikbaar in de planning files). eGemius zal de huidige tool, gemiusRating, vervangen.
- Cookie matching project

Omdat meer en meer browsers het gebruik van 3rd party cookies limiteren of zelfs volledig blokkeren, wordt het aantal visits en browsers onderschat in de meeste metingen die gebruik maken van 3rd party cookies. Daarom zal Gemius vanaf 01/01/2020 ook 1st party cookies gebruiken om visits per site te bepalen indien er geen Browser ID (BID) beschikbaar is. Ook voor de berekening van het aantal unieke browsers (UB) over verschillende sites en apps heen, is het de bedoeling om op termijn 1st party cookies te gebruiken. Daartoe zal Gemius verbindingen registreren tussen 1st party cookies op verschillende sites.
- Beschikbaar maken van publieke gegevens voor apps en players
- Creatie brandstructuur in rapportering
- Split VOD/Live in rapportering (streams)
- Verdere verfijning van de rapportering van streams in apps (app-identificatie)
- Gebruik Internetgegevens voor de fusies in de TV-, Radio- en Persstudies



OUT-OF-HOME

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

Verskillende belangrijke werkzaamheden vonden plaats in 2019:

1. Publicatie van de resultaten van golf 2019-1, met integratie van de digitale schermen,
2. Publicatie van de resultaten van golf 2019-2,
3. Voorbereiding van de publicatie 2020-1, met een update van de verplaatsingsgegevens van Be-Mobile en toevoeging van het universum Treinstations,
4. Voorbereiding van de publicatie 2020-2, die rekening zal houden met de seizoenaliteit in het berekenen van de prestaties van de campagnes,
5. Voorbereiding van een nieuwe update van de verplaatsingsgegevens van Be-Mobile, op basis van een nieuwe OSM kaart en de integratie van de nieuwe brongegevens,
6. Analyse van de mogelijkheid om het universum van de winkelcentra toe te voegen in de OOH-studie.

Publicatie 2019-1 en integratie van de digitale schermen

Vóór de publicatie 2019-1 waren alleen de prestaties van de in de straat aanwezige “papieren” panelen en de borden in de Brusselse metro beschikbaar.

Gezien de ontwikkeling van het digitale stadsmeubilair hebben de leden van de Technische Commissie gevraagd om de digitale schermen te integreren in de studie. Concreet zouden die op een flexibele manier moeten geëvalueerd kunnen worden om de commerciële werkelijkheid goed te weerspiegelen. Dat betekent: rekening houden met 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 hieraan te beantwoorden:

- 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 voor 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 contactduur van een voorbijganger in functie van de snelheid van zijn verplaatsing.

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

Publicatie 2019-2

Golf 2019-2 werd in april 2019 gepubliceerd en bevat een update van de inventaris van de afficheurs. Daardoor kunnen gebruikers prestaties berekenen op recente veldwerkgegevens.

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

In 2019 heeft Be-Mobile gewerkt aan een nieuwe modellering van de verplaatsingsgegevens. Daarbij werden nieuwe gegevensbronnen gebruikt en werd de methodologie verfijnd om nog dichter bij de realiteit te komen:

- De modellering van de verplaatsingen met het motief ‘andere’ (bv. winkelen, hobby’s, sport, enz.), goed voor 70% van alle verplaatsingen, werd verbeterd door het gebruik van geobserveerde GPS-gegevens van Proximus (1 miljard gsm-lokalisaties per dag gedurende 3 maanden).
- Daarnaast integreert de studie voortaan ook het universum van de treinstations, wat het mogelijk maakt voor de markt om de prestaties van borden binnen de stationsgebouwen en op de perrons te evalueren, alleen of gecombineerd met reeds gemeten borden in een andere omgeving (straat en metro).
- De virtuele populatie werd ook opnieuw gewogen op basis van de nieuwste gegevens van de CIM Golden Standard.

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

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

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

De publicatie van golf 2020-1 zal plaatsvinden in januari 2020, samen met een update van de inventaris van de afficheurs en de publicatie van nieuwe officiële netwerken.

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

De eerste edities van de studie lieten de intekenaars toe om prestaties tijdens een gemiddelde periode te berekenen.

De Technische Commissie wilde dichter bij de realiteit van de verplaatsingen per seizoen komen. Ze heeft daarom beslist om de berekeningen te verfijnen door rekening te houden met volgende elementen:

- Het verschil in aantal uren licht tussen seizoenen. Dit heeft een invloed op de zichtbaarheidsscore (VAI) van de borden: een niet verlicht paneel zal zijn prestaties zien dalen rond 17u in januari in vergelijking met 22u in juni.
- De variatie in wegverkeer. Daartoe wordt een wekelijkse verkeersindex berekend op basis van geobserveerde gegevens (Floating car data, loop detectors). Dit laat om onderscheid te maken tussen de vakantieperiodes en de « klassieke » werkweken.

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

Naar een update van de verplaatsingsgegevens, op basis van een nieuwe OSM kaart en de integratie van nieuwe brongegevens.

Om verder te gaan met de verrijking en de ontwikkeling van de studie, is een derde update van de modellering van de gegevens voorzien in 2020 met als nieuwe elementen:

- Een update van de OSM kaart,
- Een update van de database met de gegevens van de verplaatsingsenquêtes (UD).

De andere gebruikte bronnen van gegevens zullen ook geüpdatet worden (trafielgegevens, Proximusgegevens, ...).

Update OSM kaart

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

Om de OSM kaart aan te passen moet het volgende ook gebeuren:

- Een nieuwe modellering van de verplaatsingen door Be-Mobile, en in het bijzonder de vernieuwing van de genomen routes.
- Indien nodig, de aanpassing van de inplanting van borden door de afficheurs (of op vraag door MGE Data).

De Technische Commissie heeft in eerste instantie de gevolgen geëvalueerd bij beide instituten (MGE en Be-Mobile) om een volledige updateplanning te kunnen opstellen.

Update UD

De UD is samengesteld uit gegevens van CIM-, OVG- en Beldam-enquêtes, verzameld tussen 2007 en 2015. Een update is dus ook nodig om de veranderingen in het mobiliteitsgedrag beter te weerspiegelen. De Technische Commissie heeft de volgende punten bekeken met Be-Mobile:

- welke gegevens zijn nodig voor de modellering, om de juiste methodes voor het verzamelen van de gegevens te bepalen;
- wat zijn de nieuwe beschikbare bronnen, en op welk niveau van granulariteit (GDPR), voor de update van gegevens die al gebruikt werden (OVG, Beldam, ...) of voor andere bronnen die aan de noden van de studie zouden beantwoorden.

Analyse van de mogelijkheid om winkelcentra toe te voegen

Sinds de eerste publicatie werd de scope van de OOH-studie altijd uitgebreid: toevoeging van metrostations en treinstations, en van digitale schermen.

Het Strategisch Comité heeft zijn wens bevestigd om in de toekomst de winkelcentra in de studie te integreren. De evaluatie van de beschikbare gegevensbronnen en van de modaliteiten om dit nieuwe universum te integreren is in 2019 gestart en zal verder in 2020 uitgevoerd worden.

Technische Commissie Out-of-Home

Samenstelling d.d. 31/12/19

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

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Aurélié RAMPELBERG vervangt Gert DELGOUFFE (beiden Publifer) – RvB 28/05/2019.
- Valérie DE COSTER (Posterscope) vervoegt de TC OOH – RvB 28/05/2019.
- Bernard COOLS (Space) verlaat de TC OOH – RvB 8/10/2019.
- Valérie DE COSTER is niet meer werkzaam bij Posterscope maar gaat aan de slag bij Havas Media. Ze vraagt om lid te blijven van de TC OOH – RvB 8/10/2019.
- Hélène BAIRIOT (Posterscope) vervoegt de TC OOH – RvB 10/12/2019.

Strategisch Comité Out-of-Home

Samenstelling d.d. 31/12/19

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

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Michel JADOUL is niet meer werkzaam bij Clear Channel Belgium en is geen covoorzitter meer van het SC OOH – RvB 22/01/2019.
- Kathy VANDEVELDE (Clear Channel Belgium) vervoegt het SC OOH – RvB 19/02/2019.
- An-Sofie VANDERMAELEN vervangt Sandra CEURENS (beiden Mediabrand/Rapport) – RvB 26/03/2019.
- Yves DE VOEGHT (Coca-Cola) verlaat het SC OOH – RvB 5/11/2019.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2019 hebben het Strategisch Comité en de Technische Commissie gewerkt aan:

- De verbetering van de modellering van de verplaatsingen door de integratie van nieuwe bronnen en de verfijning van de methodologie.
- De uitbreiding van de scope van de studie door de integratie van nieuwe universa (treinstations en winkelcentra) en nieuwe dragers (digitale schermen).
- De verfijning van de exploitatiegegevens door de integratie van de seizoengebonden prestaties.

Er zijn 10 vergaderingen geweest van de Technische Commissie Out-of-Home. Boven de hierboven vermelde punten verdiepte de Commissie zich voornamelijk ook in de volgende zaken:

- De publicatie van 2 golven van resultaten (2019-1 en 2019-2) en de vergelijking van deze resultaten met de vorige golf.
- De validatie en de publicatie van de resultaten van de digitale schermen.
- De opleiding van de intekenaars van de studie i.v.m. de nieuwe digitale functionaliteiten.
- De digitalisatie van de kaarten van de treinstations, de inplanting van de borden en de analyse van de resultaten per paneel.
- De analyse en de validatie van de verplaatsingsgegevens uit de 2^{de} modellering door Be-Mobile.
- Het bepalen van de noden en de ontwikkelingen voor de exploitatietool die nodig zijn voor het toevoegen van de seizoenaliteit.

Perspectief 2020 voor de Out-of-Home studie

2020 wordt het jaar van de publicatie van de tweede volledige modellering van de verplaatsingsgegevens, met o.a. de toevoeging van:

- Het nieuwe universum van de treinstations.
- De seizoenaliteit in het berekenen van de prestaties.

2020 wordt ook het jaar van de voorbereiding van een 3^{de} volledige modellering van de verplaatstingsgegevens, inclusief de update van de OSM kaart en de update van de UD.

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

- Nieuwe methodes voor het verzamelen van de gegevens voor de update van de basis verplaatsingsgegevens.
- Integratie van nieuwe bronnen om de modellering te verbeteren (b.v. benchmarks voetgangers, verplaatsingen met het motief "shopping").
- Toevoegen van nieuwe universa (winkelcentra) en aangepaste methodologie om de volumes naar/in de winkelcentra te bepalen.
- Opvolging en integratie van internationale ontwikkelingen wat de zichtbaarheidsparameters betreft.
- Verhoging van de granulariteit van de gegevens.



PERS

Er bestaan twee verschillende CIM Persstudies:

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

Echtverklaring Pers

Methodologie van de Echtverklaring Pers studie

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

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

Op de Raad van Bestuur van 18 juni 2019 werd beslist om de opvolging van de Echtverklaring studie te integreren in de Technische Commissie Pers-Bioscoop. Er bestaat dus geen aparte Technische Commissie Echtverklaring meer.

Publicatie van de Echtverklaring Pers resultaten

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

CIM Press Brand Report 2018	
Titel	
Periodicity xxx Language xxx Universe xxx Number of issues	Readers (CIM NRS 18-19)  Total Reach of total Brand xxx AIR Brand xxx AIR Websites xxx AIR Print + Digital versions xxx
	Surfers (CIM internet 18-19)  Website avg. daily surfers (Real Users) xxx Apps avg. daily unique browsers xxx
	Circulation (Jan-Dec 18 - Authenticated)  Print run xxx Paid copies (>50%) xxx Paid subscriptions (>50%) xxx Paid sales (<50%)* xxx Paid affiliates (incl. in membership) xxx Paid third party** xxx Free push xxx Free pull xxx Other distribution (differed & raw pull) xxx Paid digital circulation xxx
	* Average price Paid sales (<50%) : 0.00 € ** Average price Paid third party : 0.00 €

Remark:

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

De Brand Reports worden twee keer per jaar gepubliceerd:

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

De aanpassingen, beslist in 2018 (aanpassing van de rapporteringscategorieën zodat de categorieën van de digitale exemplaren overeenkomen met de categorieën van de papieren exemplaren), werden geïntegreerd in de Brand Reports die gepubliceerd werden in maart en september 2019.

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

Perspectief 2020 voor de Echtverklaring Pers studie

Het gedeelte in de Brand Reports met de resultaten van de Persbereikstudie en de CIM Internet-studie zal aangepast worden om de voorziene evoluties van de Persbereikstudie te kunnen integreren (fusie tussen de Persbereikstudie en CIM Internet- studie).

Persbereikstudie

Methodologie van de Persbereikstudie

Doel

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

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

Het veldwerk is gerealiseerd door IPSOS België.

Het contract met IPSOS België werd voor twee jaar verlengd.

Module 1: National Readership Survey (NRS)

Rekrutering

Het veldwerk van de studie 2018-2019 begon op 05/06/2018 en eindigde op 31/05/2019. Het referentie-universum bestaat uit alle individuen die in België wonen, van 12 jaar en ouder. Op 01/01/2018 bedroeg dit 9.825.508 individuen.

Vanaf het veldwerk 2018-2019 gebeurt de rekrutering hybride: 75% van de enquêtes worden face-to-face (CASI) uitgevoerd en 25% online (CAWI). De face-to-face rekruteringsmethode werd ook aangepast voor het veldwerk 2018-2019: ze is nu gebaseerd op een adressensteekproef. De selectie van de respondent binnen het gezin gebeurt aan huis met behulp van een applicatie.

De steekproef van het veldwerk 2018-2019 telt 9.995 enquêtes. Het steekproefpercentage is dus: $9.825.508/9.995 = 983,04$. Dit betekent dat elk individu van de steekproef gemiddeld 983 individuen van het referentie-universum vertegenwoordigt.

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

Gegevensinzameling

De face-to-face interviews worden gerealiseerd bij de respondent thuis met behulp van een Computer Assisted Self Interviewing (CASI). Het socio-demografisch gedeelte wordt altijd door de enquêteur ingevuld (CAPI). 74,8% van de enquêtes werden face-to-face uitgevoerd.

De online enquêtes worden in CAWI (Computer Assisted Web Interview) ingevuld. 25,2% van de enquêtes werden online ingevuld via het access panel van IPSOS Belgium.

Veldwerk 2019-2020

De methodologie van het veldwerk 2019-2020 is dezelfde gebleven als voor het veldwerk 2018-2019.

Vragenlijst

De vragenlijst omvat, naast een aantal sociodemografische vragen, verschillende vragen met betrekking tot de lectuur van perstitels. Het is belangrijk om te benadrukken dat het onderdeel over het lezen van de pers gewijzigd werd in 2018: dit stuk kreeg een nieuwe structuur en de meting van de covers werd weggelaten. 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 (<https://www.cim.be>) sinds de publicatie van de resultaten in september 2019.

Beschikbaarheid van de resultaten

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

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

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

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

Fusie van CIM NRS en CIM Internet-gegevens.

Het website resultaat van de perstitels wordt op dit moment berekend op basis van wat verklaard wordt in de persvragenlijst. Het doel voor de publicatie van september 2020 is om deze gegevens te vervangen door de bereikresultaten die worden gemeten in de CIM Internetstudie.

Omwillen van de geplande grondige wijziging van de methodologie van de Internetstudie en van het formaat van de exploitatiebestanden, zal de fusie van de Internetgegevens en de Persresultaten enkel mogelijk zijn na de introductie van de "Constant panel" methodologie in de CIM Internetstudie (Q1 2020). De eerste publicatie van de gefuseerde NRS-gegevens wordt verwacht in september 2020.

Technische Commissie Pers-Bioscoop

Samenstelling d.d. 31/12/19

Bernard COOLS (Voorzitter)	Space
Charles-Emmanuel AMAND	L'Avenir Advertising
Remi BOEL	Omnicom Media Group
Brigitte GILSON	Mindshare
Francine KENLER	Rosell & Cie
Bruno LIESSE	Newsworks
Isabelle ORTEGATE	IPM Group
Ilse PEETERS	DPG Media
Vanessa SANCTORUM	Havas Media Belgium
Linda SCHEERLINCK	Roularta Media Group
Sylvia VAN CAUTEREN	Brightfish
Karel VERBRUGGE	Mediahuis

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Bruno LIESSE (Newsworks) is lid geworden van de TC Pers-Bioscoop – RvB 26/03/2019.
- Karel VERBRUGGE (Mediahuis) is lid geworden van de TC Pers-Bioscoop, hij vervangt Kim VANSTEEN-KISTE – RvB 28/05/2019.

Strategisch Comité Reading (Pers)

Samenstelling d.d. 31/12/19

Ilse PEETERS (Voorzitster SC)	DPG Media
Philippe BELPAIRE	Roularta Media Group
Bart BOLLEN	Mediahuis
Jo BOONE	Delhaize Group
Esther BRASPENNING	We Media
Bernard COOLS (Voorzitter TC)	Space
Christine DEFOUR	Mediabrand
Gonda LONTINGS	Rossel & Cie
Isabelle ORTEGATE	IPM Group

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Jo BOONE (Delhaize) wordt lid van het SC Pers als vertegenwoordigster van de adverteerders, zij vervangt Zeger LINDEMANS (Delhaize) – RvB 22/01/2019.
- Philippe GEURTS (Dentsu Aegis) verlaat het SC Pers – RvB 19/02/2019.
- Céline BRANDERS is niet meer werkzaam bij Rossel en geen officiële vervanger voor Gonda LONTINGS – RvB 28/05/2019.
- Kim VANSTEENKISTE verlaat Mediahuis midden juni en is dus geen officiële vervanger meer van Trui LANCKRIET – RvB 28/05/2019.
- Luc ECKHOUT (IPM) vervoegt het SC Pers – RvB 18/06/2019.
- Trui LANCKRIET (Mediahuis) wenst haar ontslag te geven als voorzitter van het SC Pers. Bart BOLLEN wordt de nieuwe vertegenwoordiger van Mediahuis binnen dit Strategisch Comité – RvB 10/09/2019. Ilse PEETERS (DPG Media) wordt voorzitter van het SC Pers – RvB 05/11/2019.
- Luc ECKHOUT werd voorgesteld als nieuwe lid van het SC Pers maar zijn missie bij IPM eindigt einde september. IPM stelt Isabelle ORTEGATE voor als vertegenwoordigster van IPM in het SC Pers – RvB 10/09/2019.
- Esther BRASPENNING (We Media) wordt lid van het SC Pers, ze vervangt Luc DE POTTER (niet meer werkzaam bij We Media) – RvB 10/09/2019.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2019 zijn er 10 vergaderingen geweest van de Technische Commissie met als belangrijkste onderwerpen:

- De opvolging van het veldwerk van de studie 2018-2019 en de studie 2019-2020.
- De analyse en validatie van de resultaten van het veldwerk 2018-2019.
- De analyse van de effecten van de aanpassingen aan de methodologie (hybride rekrutering Face-to-Face/Online, nieuwe rekruteringsprocedure voor de face-to-face respondenten) op de resultaten 2018-2019.
- De voorbereiding van de fusie tussen de gegevens van de CIM Internet- en de NRS-studie: het definiëren van de parameters, de periode van de fusie en van de variabelen die in de software zullen gepubliceerd worden.
- De ontwikkeling van een “mobile friendly” vragenlijst, met een nieuwe structuur, een nieuwe layout en een nieuwe verwoording van de gemeten indicatoren, die zal getest worden in 2020, met als doel deze te gebruiken in het veldwerk van juni 2020.

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

Publicatie van de Persbereik resultaten

In september 2019 werd de Persbereiksstudie voor de derde 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:

- Aanpassing van de face-to-face rekruteringsmethode,
- Integratie van 25% online rekrutering via het access panel van IPSOS.

De resultaten van de Persbereiksstudie werden via volgende gecertificeerde exploitatie- en/of plannings-softwareleveranciers 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 aan 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 2020 voor de Pers Bereiksstudie

De twee voornaamste projecten voor het jaar 2020 zijn:

- Het finaliseren van de ontwikkeling van de fusie tussen de NRS-resultaten en de resultaten van de CIM Internet-studie. Eerst via een test fusie. Daarna zullen de eerste gefusioneerde resultaten beschikbaar gesteld worden wanneer de NRS wordt gepubliceerd in september 2020.
- De ontwikkeling van de mobile friendly vragenlijst met de aanpassing van zijn structuur en de formuleringen. Kwalitatieve en kwantitatieve testen zijn voorzien door IPSOS om zeker te zijn dat de respondenten deze aanpassingen goed begrijpen en dat gegarandeerd kan worden dat de verschillende soorten leesgedrag correct worden gemeten.



RADIO

Methodologie van de CIM Radiostudie

Radio Audience Measurement (RAM)

De studie wordt uitgevoerd door GfK Belgium.

De principes van de studie blijven dezelfde als vorig jaar:

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

In 2019 werden er 6 golven gepubliceerd, met als referentie-universum alle individuen van 12 jaar en ouder, die in België wonen.

RAM September-December 2018

Van zaterdag 1 september 2018 tot maandag 31 december 2018 voor de rekrutering;

Van vrijdag 31 augustus 2018 tot zaterdag 5 januari 2019 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 7.724 interviews, met 6.922 luisteraars en 4.619 ingevulde luisterdagboeken.

RAM November 2018-February 2019

Van donderdag 1 november 2018 tot donderdag 28 februari 2019 voor de rekrutering;

Van woensdag 31 oktober 2018 tot dinsdag 5 maart 2019 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.165 interviews, met 7.343 luisteraars en 5.440 ingevulde luisterdagboeken.

RAM January-April 2019

Van dinsdag 1 januari 2019 tot dinsdag 30 april 2019 voor de rekrutering;

Van maandag 31 december 2018 tot zondag 5 mei 2019 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.481 interviews, met 7.456 luisteraars en 5.337 ingevulde luisterdagboeken.

RAM March-June 2019

Van vrijdag 1 maart 2019 tot zondag 30 juni 2019 voor de rekrutering;

Van dinsdag 27 februari 2019 tot vrijdag 5 juli 2019 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.166 interviews, met 7.247 luisteraars en 5.203 ingevulde luisterdagboeken.

RAM May-August 2019

Van woensdag 1 mei 2019 tot zaterdag 31 augustus 2019 voor de rekrutering;

Van dinsdag 30 april 2019 tot donderdag 5 september 2019 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.061 interviews, met 7.077 luisteraars en 5.335 ingevulde luisterdagboeken.

RAM July-October 2019

Van maandag 1 juli 2019 naar donderdag 31 oktober 2019 voor de rekrutering;

Van zondag 30 juni 2019 tot dinsdag 5 november 2019 voor het invullen van de dagboeken;

Steekproef van 8.216 interviews, met 7.210 luisteraars en 5.375 ingevulde luisterdagboeken.

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

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

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

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

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

Methodologische veranderingen in 2019

Ter herinnering, de grote methodologische aanpassingen (publicatie- en veldwerkritme, rekruteringsmethode, ...) zijn gebeurd in het kader van het nieuwe contract 2018-2020.

In 2019 werden de aanpassingen die in 2018 werden doorgevoerd voortgezet, met verdere continue optimalisaties in de rekruteringsmethode.

Radio over IP

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

De resultaten en de reportingtool zijn toegankelijk voor de regio's voor een interne monitoring.

Er wordt momenteel besproken binnen het Strategisch Comité en de Technische Commissie om:

- De modaliteiten te definiëren voor de publicatie van de resultaten naar de markt.
- De rol van deze gegevens te bepalen in een globaler perspectief met een cross-platform modellering van het bereik.

Technische Commissie Radio

Samenstelling d.d. 31/12/19

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

Wijziging in de loop van het jaar:

Er zijn geen wijzigingen in de samenstelling van de Technische Commissie Radio in 2019.

Strategisch Comité Luisteren (Radio)

Samenstelling d.d. 31/12/19

Anny WUYTS (Voorzitster SC)	VAR
Marco MARINI	IP Belgium
Sandrine PENNINGCKX	RMB
Stéphanie PIRET (Voorzitster TC)	Omnicom Media Group
Steven VAN DEN AUDENAERDE	DPG Media (ex-Medialaan)
Thijs VANDERHAEGEN	VRT
Patricia VERMANDELE	ING België

Wijziging in de loop van het jaar:

- Jo SNOECKX is de officiële vervanger van Steven VAN DEN AUDENAERDE (beiden DPG Media) binnen het SC Luisteren als hij niet aanwezig kan zijn – RvB 08/10/2019.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en van het Strategisch Comité

In 2019 zijn er elf 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 testen van de nieuwe aanpassingen aan de methodologie om te zorgen dat huidige publicatie procedures nog steeds betrouwbaar zijn;
- De opvolging en de optimalisatie van de meting over IP (rapporteringstool, berekeningsregels, ...).

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

RAM-controles

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

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

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

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

De Permanente Structuur krijgt ook maandelijks de resultaten van de fraudecontroles die door het instituut 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 planingssoftware 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 2019

Zenders	Gemiddeld dagbereik (%)	Gemiddeld dagbereik ('000)	Marktaandeel (%)
Radio 2	24,0	1 343,9	30,20
Qmusic	14,8	829,4	12,40
Studio Brussel	10,5	585,6	10,30
MNM	11,7	655,8	10,10
Joe	8,9	498,9	9,00
Radio 1	10,9	611,8	7,90
Nostalgie NL (solo)	7,2	400,3	5,90
Klara	2,9	160,3	2,10
VBRO	0,8	45,4	1,00
MNM Hits	1,4	76,5	0,90
TopRadio	1,0	57,1	0,80
Klara Continuo	0,4	21,4	0,30
NRJ Vlaanderen	0,5	25,6	0,20

Bereik Zuiden – Cumul Januari-December 2019

Zenders	Gemiddeld dagbereik (%)	Gemiddeld dagbereik ('000)	Marktaandeel (%)
Nostalgie (FR)	13,6	571,9	16,40
Contact FR	13,4	565,6	14,20
VivaCité (RTBF)	13,4	562,8	14,00
Bel RTL	12,1	510,2	11,70
Classic 21 (RTBF)	8,8	368,6	10,90
NRJ	8,3	347,9	5,70
La Première (RTBF)	6,6	276,3	5,20
Fun Radio	3,8	161,9	3,00
Pure (RTBF)	3,7	155,2	2,90
Musiq'3 (RTBF)	1,6	66,6	1,50
DH Radio	1,2	51,4	1,00
Chérie	0,2	9,8	0,30

Perspectief 2020 voor de Radiostudie

In 2020 zal er rond verschillende grote thema's gewerkt worden:

- De opvolging van het veldwerk van de studie en het toepassen van de in 2019 gedefinieerde verbeteringen;
- De definitie van de verwachtingen en procedures voor de RAM-studie 2021;
- De definitie van de verwachtingen en procedures voor de ontwikkeling van een totale audio meting die de verschillende bronnen van gegevens integreert (RAM-studie, meting van de players door Gemius, meting van de volumes over IP door NeuroMedia, ...).



TELEVISIE

De CIM Televisie-studie bestaat uit twee delen:

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

CIM TAM studie

Methodologie van de CIM TAM studie

Veldwerk

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

Referentie-universum

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

Steekproef

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

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

Rekrutering

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

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

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

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

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

Het doel van deze rekruteringsmatrix is viervoudig:

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

Meetmethode: Enhanced Audio Matching en CNI-codes

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



HORODATAGE

Methodologie van de Horodatage studie

Veldwerk

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 (31/12/2019)

VRT	Canvas, Eén, Ketnet
DPG Media	CAZ, Disney Channel NL, Disney Channel FR, Disney Junior NL, Disney Junior FR, VTM Kids Jr., Nickelodeon, Nickelodeon FR, Nick JR (NL), Nick JR (FR), Q2, VTM, Vitaya
SBS	Discovery Channel NL, Njam!, TLC, Vier, Vijf, Zes
RMB	AB3, ABXplore, La Une, La Deux, La Trois, NRJ Hits
IP Belgium	Club RTL, Plug RTL, RTL-TVI, TF1
Transfer	Canal Z (FR), Comedy Central, Cartoon Network (FR), Cartoon Network (NL), Dobbit Tv, Dobbit (FR), Fox, History Channel NL, Kanaal Z (NL), Ment TV NL, MTV (FR), MTV (NL), National Geographic, PlattelandsTv, Spike, Studio 100 TV, Studio 100 TV FR, Viceland VL, 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,
4. Bij de aanmaak van de exploitatiebestanden worden de verschillende reclameblokken afgebakend. De duurtijd stemt overeen met de totale duurtijd van alle spots plus eventueel de duurtijd van de jingles,
5. Autonome reclameboodschappen van één seconde of meer: deze inlassingen worden opgenomen als gewone reclameblokken, zonder jingle.

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

1. Heavy Programma's, reclame en 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. 31/12/19

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

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Perrine JOURDE is niet meer werkzaam bij GroupM en maakt geen deel meer uit van de TC TV – RvB 22/01/2019.
- Olivier VANDERMEULE is niet meer werkzaam bij Transfer en is dus geen lid maar van de TC TV – RvB 10/09/2019.
- Gauthier PIRET (Transfer) vervoegt de TC TV ter vervanging van Olivier VANDERMEULE – RvB 08/10/2019.

Strategisch Comité Kijken (TV)

Samenstelling d.d. 31/12/19

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

Wijzigingen in de loop van het jaar:

- Ludovic de BARRAU (RTL Belgium) verlaat het SC Watch en wordt vervangen door Ariane DEBEUR – RvB 10/09/2019.
- Olivier VANDERMEULE is niet meer werkzaam bij Transfer en is dus geen vervanger meer voor Michel DUPONT (Transfer) in het SC Watch – RvB 10/09/2019.

Werkzaamheden van de Technische Commissie en het Strategisch Comité

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

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

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

Advertenties op nieuwe schermen

In juni 2018 besliste het Strategisch Comité Kijken dat alle regies eenzelfde tool (MOAT) zullen gebruiken voor het meten van viewability van online advertenties.

In 2019 besliste het Strategisch Comité Kijken een gDE test (Gemius Direct Effects) uit te voeren om de trafiek en het aantal kijkers van videocampagnes te meten. De regies, alsook de agentschappen, gaan aan deze test deelnemen die begin 2020 zal plaatsvinden.

TV-content op nieuwe schermen

Sinds september 2019 wordt het kijken van uitgestelde Tv-programma's op andere schermen naast de gegevens van de klassieke TV in de Tv-sofwarees gerapporteerd.

Op de planning voor 2020 van de werkgroep OVC staan:

- De toevoeging van het Live- en fragmenten kijken voor Tv-uitzendingen op andere schermen, alsook het verschil tussen de verschillende Source Types in de Tv-sofwarees,
- Het aanmaken van een database met een dashboard waarmee OVC-gegevens in de verschillende Tv-sofwarees kunnen worden gecontroleerd en uitgelijnd,
- De integratie van previews op andere schermen.

Addressable advertising op het 1^{ste} scherm

SBS Belgium heeft in samenwerking met GfK Belgium 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 Belgium uit de TAM-resultaten gehaald worden. Deze correctie werd vanaf Q1 2018 in de studie opgenomen.

Het creëren van een taskforce OVA

In oktober 2019 werd een nieuwe taskforce gecreëerd om oplossingen voor te stellen voor het meten van het aantal kijkers van online reclame. De taskforce OVA bevindt zich in de opstartfase. De studie en de goedkeuring van de verschillende oplossingen om het aantal kijkers van online reclame te meten worden verder geconcretiseerd in de loop van 2020.

Televisiecontroles

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

- opbouw van een rekruteringsreserve;
- representativiteit van de sociodemografische variabelen van het panel;
- onderhoud van het panel (inkomende en uitgaande gezinnen);
- wegingsfactoren van gezinnen en individuen;
- slaagpercentage van de dagelijkse telefoons van de gezinnen (polling).

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

Ten slotte werden in 2019 (zoals elk jaar) twee coïncidentele controles uitgevoerd om de samenhang te testen tussen wat door het systeem geregistreerd werd en de verklaringen van de respondenten naar het aan/uit staan van het toestel en de aanwezigheid van gezinsleden voor het toestel.

Publicatie van de resultaten van de CIM TV-studie

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

- het ATA/TSA bestand – “A Band”:

Dit bestand bevat informatie over alle gemeten variabelen en is enkel toegankelijk voor de zenders en hun regies die lid zijn van de VIA (Association of Audio-Visual Media).

- het ATB/TSB bestand – “B Band”:

Dit bestand bevat informatie over een beperkt aantal variabelen. Deze beperking bevindt zich op het niveau van de beschikbare zenders (buitenlandse zenders zijn niet geïndividualiseerd) en op het niveau van de beschikbare beschrijvende variabelen (sociodemografische variabelen en uitrusting). Dit bestand is enkel toegankelijk voor de CIM-leden die intekenaar zijn van de studie.

Op 31/12/2019 zijn er daardoor 56 deelnemers aan de Grote Audimetrie.

Maandelijkse zenderrapporten (MZR)

Voor alle zenders die geen intekenaar zijn van de basisfinanciering van de CIM TV-studie, bestaat er een mogelijkheid om maandelijkse rapporten te laten opstellen voor hun zender en één of meerdere concurrerende zender(s). Men spreekt dan over “Maandelijkse Zender Rapporten” (MZR), beter bekend als “Kleine Audimetrie”. In 2019 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 maandelijkse TOP 20 van de best bekeken programma's in het Noorden en in het Zuiden van ons land. Daarnaast worden er jaarlijks een aantal overzichtscijfers gepubliceerd:

- de Top 100 van de best bekeken programma's van het voorbije jaar (Noord & 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.

Top 100 programma's 2019 voor Noord en Zuid

- Enkel zenders die deelnemen aan de CIM TV-studie worden gehorodateerd. Voor alle andere zenders zijn er geen programmegegevens 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. '+ gasten' verwijst naar de meting van het kijkgedrag op basis van de CIM TV-panelleden en hun gasten;
- De programma's zijn ontdubbeld (= 1 programma kan slechts eenmaal in de toplist staan);
- De studiomomenten voor, tijdens en na de uitzending van sportevenementen worden niet als aparte programma's beschouwd voor de berekening van de Top 100;
- Voor de speciale edities van het nieuws gelden volgende regels:
 - hoogste kijkcijfer van de speciale edities op het normale uitzenduur van het journaal;
 - hoogste kijkcijfer van de speciale edities buiten de normale uren van het journaal.

Top 100 Noord

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers %	Gemid. kijkers abs*1.000	Markt- aandeel
1	EIGEN KWEEK	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	05/02/19	31,1	1.880,0	55,3
2	REIZEN WAES EUROPA	lifestyle / travel/tourism	EEN	20/01/19	30,8	1.863,3	58,6
3	KAMP WAES	knowledge / human interest/ society	EEN	22/12/19	29,5	1.785,4	55,1
4	DE TWAALF	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	03/11/19	26,1	1.575,7	47,2
5	DE SLIMSTE MENS TER WERELD	entertainment / game	VIER	19/12/19	25,0	1.513,4	52,3
6	UNDERCOVER	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	24/02/19	24,5	1.483,4	49,0
7	THUIS	fiction / popular soap	EEN	05/02/19	23,9	1.443,7	47,1
8	30 JAAR VTM	entertainment / variety	VTM	01/02/19	22,6	1.363,6	50,0
9	DE MOL	entertainment / game	VIER	05/05/19	22,3	1.349,7	41,2
10	BLIND GETROUWD	entertainment / love/dating	VTM	11/02/19	22,1	1.336,4	38,4
11	DE COLUMBUS	knowledge / humanities/history	EEN	28/05/19	21,8	1.317,2	48,2
12	GRENSLANDERS	fiction / police, spying, détective	EEN	08/09/19	21,7	1.311,2	51,7
13	TWEE TOT DE ZESDE MACHT	entertainment / game	EEN	24/02/19	21,3	1.288,0	48,0
14	VB. EK. KWALIF - BELGIE/SCHOTLAND	sport / football	VTM	11/06/19	21,0	1.269,5	44,7
15	HET HUIS - JAMES COOKE	knowledge / human interest/ society	EEN	29/10/19	20,5	1.241,5	39,4
16	OVER WATER	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	03/02/19	20,4	1.234,7	43,1
17	VREDE OP AARDE	entertainment / talk	EEN	23/12/19	20,3	1.225,5	39,5
18	DOWN THE ROAD	knowledge / human interest/ society	EEN	25/03/19	19,9	1.201,9	33,9
19	IS ER EEN DOKTER IN DE ZAAL?	entertainment / game	EEN	02/05/19	19,9	1.201,1	40,8
20	VELDRIJDEN. KRUIBEKE H.	sport / cycling (cross)	EEN	13/01/19	18,9	1.145,0	75,3
21	VB. EK. KWALIF - BELGIE/KAZACHSTAN	sport / football	VTM	08/06/19	18,9	1.141,8	50,0
22	HET 7 UUR-JOURNAAL	information / general news	EEN	21/01/19	18,8	1.134,7	49,3
23	DE LUIZENMOEDER	fiction / popular drama/comedy	VTM	09/01/19	18,7	1.132,8	37,1
24	FACTCHECKERS	knowledge / human interest/ society	EEN	24/04/19	18,7	1.127,8	36,8
25	THE VOICE VAN VLAANDEREN - THE BLIND AUDITIONS	entertainment / music	VTM	01/03/19	18,6	1.125,5	39,8
26	URBANUS 70	lifestyle / show business/variety/ stars	EEN	08/01/19	18,6	1.124,3	41,7
27	VB. EK. KWALIF - BELGIE/RUSLAND	sport / football	VTM	21/03/19	18,6	1.123,9	45,1
28	BELGIUM'S GOT TALENT	entertainment / variety	VTM	25/10/19	18,4	1.112,9	41,2
29	VB. EK. KWALIF - BELGIE/CYPRUS	sport / football	VTM	19/11/19	18,4	1.111,4	36,4
30	VB. EK. KWALIF - BELGIE/SAN MARINO	sport / football	VTM	10/10/19	18,3	1.103,2	42,4
31	DONDEREN IN KEULEN	entertainment / game	EEN	01/12/19	18,2	1.098,2	42,3
32	VB. EK. KWALIF - SCHOTLAND/BELGIE	sport / football	VTM	09/09/19	17,9	1.082,8	42,1
33	RONDE DE NOORDZEE	lifestyle / travel/tourism	EEN	16/04/19	17,9	1.081,8	42,1
34	WIELRENNEN. RONDE VAN VLAANDEREN H.	sport / cycling (road)	EEN	07/04/19	17,9	1.079,8	80,9
35	VB. EK. KWALIF - CYPRUS/BELGIE	sport / football	VTM	24/03/19	17,8	1.075,1	36,5
36	IEDEREEN BEROEMD	knowledge / human interest/ society	EEN	21/01/19	17,5	1.059,1	45,4
37	HOE ZAL IK HET ZEGGEN?	entertainment / humour	VTM	07/01/19	17,4	1.049,9	35,2
38	GROETEN UIT...	lifestyle / other lifestyle	VTM	03/01/19	17,1	1.036,7	36,7
39	VIVE LE VELO	sport / cycling (road)	EEN	15/07/19	17,0	1.028,2	46,9
40	DE NOODCENTRALE	knowledge / human interest/ society	EEN	13/05/19	16,9	1.023,8	37,1
41	VB. EK. KWALIF - RUSLAND/BELGIE	sport / football	VTM	16/11/19	16,9	1.023,0	53,4
42	SPORTWEEKEND	sport / all sports	EEN	01/12/19	16,8	1.015,8	44,3

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers %	Gemid. kijkers abs*1.000	Markt- aandeel
43	WIELRENNEN. PARIJS-ROUBAIX	sport / cycling (road)	EEN	14/04/19	16,7	1.012,4	80,2
44	GEUB	fiction / popular drama/comedy	EEN	03/09/19	16,6	1.006,4	37,2
45	SPOED 24/7	knowledge / human interest/ society	EEN	11/11/19	16,6	1.002,6	31,7
46	IS ER EEN KERSTMAN IN DE ZAAL?	entertainment / game	EEN	25/12/19	16,2	976,4	40,3
47	FLIKKEN MAASTRICHT	fiction / police, spying, détective	EEN	19/05/19	15,8	954,8	38,0
48	DURF TE VRAGEN	knowledge / human interest/ society	EEN	24/09/19	15,8	953,8	37,9
49	BOER ZKT VROUW, DE WERELD ROND	entertainment / love/dating	VTM	28/11/19	15,7	946,2	33,2
50	EVIVA ESPANA	knowledge / human interest/ society	EEN	27/02/19	15,5	938,7	31,2
51	VAN ALGEMEEN NUT	entertainment / talk	EEN	28/02/19	15,5	935,1	33,7
52	LIVE VUURWERK	entertainment / other entertain- ment	EEN	31/12/19	15,4	931,1	46,7
53	VELDRIJDEN. BOGENSE H.	sport / cycling (cross)	EEN	03/02/19	15,2	920,6	73,7
54	DIT WAS YASMINE	lifestyle / show business/variety/ stars	EEN	25/06/19	15,2	916,0	38,4
55	CODE VAN COPPENS	entertainment / game	VTM	30/10/19	15,0	907,3	34,6
56	VELDRIJDEN. DIEGEM H.	sport / cycling (cross)	EEN	29/12/19	15,0	906,0	36,9
57	OP WEG MET JAN - EL SALVADOR	knowledge / human interest/ society	EEN	10/01/19	14,9	900,3	29,3
58	WIELRENNEN. RONDE VAN FRANKRIJK - RIT 18 EM- BRUN>VALLOIRE	sport / cycling (road)	EEN	25/07/19	14,9	899,4	72,4
59	PETIT PANDA	knowledge / nature/environment	EEN	06/01/19	14,6	884,5	41,5
60	WIELRENNEN. RONDE VAN FRANKRIJK - RIT 21 RAM- BOUILLET>PARIS CHAMPS-ELYSEES	sport / cycling (road)	EEN	28/07/19	14,6	882,6	47,3
61	FAMILIE	fiction / popular soap	VTM	18/02/19	14,6	882,1	29,2
62	BLOED, ZWEET & LUXEPROBLEMEN	knowledge / human interest/ society	EEN	21/01/19	14,6	880,9	31,6
63	MERCI VOOR DE MUZIEK	entertainment / music	EEN	26/09/19	14,2	858,7	30,8
64	ZIE MIJ GRAAG	fiction / popular drama/comedy	EEN	24/01/19	14,2	858,3	26,7
65	DERTIGERS	fiction / psychologic drama/ melodrama	EEN	07/01/19	14,2	857,7	37,5
66	CALLBOYS	fiction / popular drama/comedy	VIER	05/09/19	14,2	857,1	28,8
67	MIJ OVERKOMT HET NIET	knowledge / human interest/ society	EEN	09/12/19	14,2	855,7	28,4
68	VB. EK. KWALIF - SAN MARINO/BELGIE	sport / football	VTM	06/09/19	14,1	855,2	41,8
69	SWITCH	entertainment / game	EEN	25/07/19	14,1	850,0	48,1
70	RADIO 2 ZOMERHIT	entertainment / variety	EEN	18/08/19	14,0	847,4	38,0
71	FC DE KAMPIOENEN	fiction / popular drama/comedy	EEN	16/08/19	13,9	842,1	41,7
72	DIERENDOKTERS 24/7	knowledge / human interest/ society	EEN	02/05/19	13,8	834,8	30,6
73	WIELRENNEN. WK. HARROGATE H.	sport / cycling (road)	EEN	29/09/19	13,8	833,3	65,1
74	VANDAAG OVER EEN JAAR	knowledge / human interest/ society	EEN	26/12/19	13,8	832,3	32,2
75	VOOR IK HET VERGEET	knowledge / human interest/ society	EEN	14/01/19	13,7	830,6	31,2
76	PANO	information / current affair	EEN	27/03/19	13,6	824,9	32,2
77	SNOW BEARS	knowledge / nature/environment	EEN	22/12/19	13,6	824,0	35,1
78	BLOKKEN	entertainment / game	EEN	11/11/19	13,6	823,9	44,6
79	DE WERELD ROND MET 80-JARIGEN	knowledge / human interest/ society	VTM	31/01/19	13,6	821,0	25,8
80	VERA	fiction / police, spying, détective	EEN	25/01/19	13,6	819,4	33,1
81	DE RECHTBANK	knowledge / other knowledge	VIER	21/10/19	13,5	815,0	26,0
82	BLIND DATE	entertainment / love/dating	VTM	06/02/19	13,5	814,2	29,4

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers %	Gemid. kijkers abs*1.000	Markt-aandeel
83	TOPDOKTERS	knowledge / medecine/health	VIER	25/02/19	13,3	806,2	24,0
84	VLAANDEREN FEEST	entertainment / music	EEN	11/07/19	13,3	805,2	42,8
85	ALLOO BIJ DE WEGPOLITIE	lifestyle / other lifestyle	VTM	03/10/19	13,3	803,1	36,8
86	DAT BELOOFT VOOR LATER	knowledge / human interest/ society	VTM	23/03/19	13,3	801,4	34,5
87	KOMEN TE GAAN	knowledge / human interest/ society	EEN	18/03/19	13,2	800,1	30,4
88	STUDIO TARARA	fiction / popular drama/comedy	VTM	12/02/19	13,2	800,0	27,2
89	LIEFDE VOOR MUZIEK	entertainment / music	VTM	15/04/19	13,2	799,0	30,0
90	WIELRENNEN. RONDE VAN FRANKRIJK - RIT 20 ALBERTVILLE>VAL THORENS	sport / cycling (road)	EEN	27/07/19	13,2	798,4	72,1
91	NIEUWS 19U VTM	information / general news	VTM	09/12/19	13,0	786,4	35,0
92	DE DAG	fiction / psychologic drama/ melodrama	VIER	10/01/19	13,0	783,9	25,8
93	EUROVISIE SONGFESTIVAL - HALVE FINALE	entertainment / music	EEN	14/05/19	12,9	781,0	37,5
94	WIELRENNEN. OMLOOP HET NIEUWSBLAD	sport / cycling (road)	EEN	02/03/19	12,9	778,2	71,0
95	MENSEN VERZETTEN BERGEN - BUURMAN, WAT DOET U NU?	knowledge / human interest/ society	EEN	24/04/19	12,9	777,1	28,8
96	FC DE KAMPIOENEN 2, JUBILEE GENERAL!	fiction / popular drama/comedy	EEN	01/09/19	12,8	774,0	36,0
97	VELDRIJDEN. KRUIBEKE - BELOFTEN H.	sport / cycling (cross)	EEN	13/01/19	12,8	771,2	67,5
98	BAPTISTE	fiction / police, spying, détective	EEN	30/04/19	12,7	769,4	32,4
99	HOLLAND-BELGIE	entertainment / game	VTM	02/01/19	12,6	761,5	29,9
100	TEGEN DE STERREN OP	entertainment / humour	VTM	02/01/19	12,6	760,5	29,1

Top 100 Zuid

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers %	Gemid. kijkers abs*1.000	Markt-aandeel
1	FOOT. CHAMPE. QUALIF - BELGIQUE/ECOSSE	sport / football	La Une	11/06/19	18,8	824,5	45,4
2	FOOT. CHAMPE. QUALIF - CHYPRE/BELGIQUE	sport / football	La Une	24/03/19	18,0	789,8	43,0
3	RAID DINGUE	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	14/03/19	17,7	778,0	42,6
4	FOOT. CHAMPE. QUALIF - BELGIQUE/RUSSIE	sport / football	La Une	21/03/19	17,7	774,1	43,4
5	RTL INFO 19H	information / general news	RTL-TVI	22/01/19	17,2	754,9	47,3
6	FACE AU JUGE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	17/03/19	17,1	747,8	40,9
7	FOOT. CHAMPE. QUALIF - BELGIQUE/SAINT-MARIN	sport / football	La Une	10/10/19	16,7	732,5	46,4
8	FOOT. CHAMPE. QUALIF - BELGIQUE/CHYPRE	sport / football	La Une	19/11/19	16,6	726,2	42,7
9	FOOT. CHAMPE. QUALIF - ECOSSE/BELGIQUE	sport / football	La Une	09/09/19	16,1	706,1	45,2
10	RTL INFO EDITION SPECIALE - GREVE NATIONALE	information / general news	RTL-TVI	13/02/19	15,6	685,6	44,2
11	LE 19.30	information / general news	La Une	16/11/19	15,5	681,4	46,4
12	FOOT. CHAMPE. QUALIF - BELGIQUE/KAZAKHSTAN	sport / football	La Une	08/06/19	14,9	653,9	41,0
13	LE MONDE DES ENFOIRES	entertainment / music	TF1	08/03/19	14,6	639,5	41,4
14	APPEL D'URGENCE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	17/02/19	14,6	638,3	40,0
15	TOP CHEF	lifestyle / cooking/food/drink	RTL-TVI	18/03/19	14,5	636,8	34,6
16	LE GRAND BETISIER	entertainment / humour	RTL-TVI	01/01/19	13,7	602,1	38,4
17	MARIES AU PREMIER REGARD	entertainment / love/dating	RTL-TVI	26/03/19	13,7	602,0	33,2
18	ENQUETES	information / current affair	RTL-TVI	19/03/19	13,6	598,0	37,7
19	L'AMOUR EST DANS LE PRE	entertainment / love/dating	RTL-TVI	03/12/19	13,5	591,6	33,7
20	JEUDI EN PRIME	information / economy/politics/ society affairs	La Une	28/02/19	13,4	586,6	38,5
21	IMAGES A L'APPUI	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	18/03/19	13,3	583,1	35,7

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers %	Gemid. kijkers abs*1.000	Markt- aandeel
22	FOOT. CHAMP.E. QUALIF - SAINT-MARIN/BELGIQUE	sport / football	La Une	06/09/19	13,3	581,2	40,1
23	REPRESAILLES	entertainment / theater	RTL-TVI	03/03/19	13,0	570,3	32,0
24	A BRAS OUVERTS	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	31/01/19	13,0	569,5	34,2
25	UN SAC DE BILLES	fiction / psychologic drama/ melodrama	RTL-TVI	03/01/19	12,9	567,5	32,7
26	FRANCOIS PIRETTE EST BORAIN DES BOIS	entertainment / humour	RTL-TVI	29/12/19	12,9	564,7	31,5
27	VIVA FOR LIFE	entertainment / miscellaneous	La Une	23/12/19	12,8	561,9	35,8
28	INDICES	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	28/05/19	12,6	550,2	35,3
29	TOUT S'EXPLIQUE	knowledge / miscellaneous	RTL-TVI	24/01/19	12,5	549,5	37,1
30	LA BELLE ET LA BETE	fiction / fantasy/fairy tale	RTL-TVI	26/12/19	12,4	544,2	35,1
31	A VIF!	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	04/02/19	12,4	543,7	31,6
32	DONOVAN MAGICIEN	entertainment / circus/magic/ paranormal	RTL-TVI	03/03/19	12,2	536,3	33,7
33	LE MEILLEUR PATISSIER	lifestyle / cooking/food/drink	RTL-TVI	02/12/19	12,0	526,8	32,8
34	THE VOICE BELGIQUE - BLIND	entertainment / music	La Une	22/01/19	12,0	526,3	29,8
35	VU A LA TELE	entertainment / game	RTL-TVI	06/01/19	11,7	514,8	30,6
36	LE JARDIN EXTRAORDINAIRE	knowledge / nature/environment	La Une	01/12/19	11,5	504,5	33,3
37	EDITION SPECIALE - LE 19.30	information / special event	La Une	16/04/19	11,4	498,7	33,2
38	WONDER	fiction / psychologic drama/ melodrama	RTL-TVI	21/11/19	11,4	498,2	32,3
39	KOH-LANTA, LA GUERRE DES CHEFS	entertainment / game	TF1	15/03/19	11,4	498,2	33,1
40	MEURTRES A COLMAR	fiction / police, spying, détective	La Une	10/02/19	11,3	495,9	28,2
41	COUTE QUE COUTE	lifestyle / consumer advice	RTL-TVI	20/03/19	11,3	495,2	31,7
42	REPORTERS	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	11/01/19	11,3	494,8	33,8
43	S.W.A.T.	fiction / action	RTL-TVI	13/03/19	11,2	492,5	27,9
44	LA MALADROITE	fiction / psychologic drama/ melodrama	La Une	20/10/19	11,1	484,9	33,1
45	THE VOICE, LA PLUS BELLE VOIX - AUDITIONS	entertainment / music	TF1	09/03/19	11,0	482,7	30,7
46	LE DERNIER CHASSEUR DE SORCIERES	fiction / action	RTL-TVI	24/01/19	11,0	480,3	27,8
47	AU COMMISSARIAT	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	12/05/19	10,9	479,7	35,8
48	ON N'EST PAS DES PIGEONS! - LE TOP 10 DES AR- NAQUES	lifestyle / consumer advice	La Une	06/11/19	10,9	477,3	30,2
49	FOOT. CHAMP.E. QUALIF - KAZAKHSTAN/BELGIQUE	sport / football	La Une	13/10/19	10,9	476,9	53,8
50	CAMPING PARADIS	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	13/01/19	10,9	476,3	26,7
51	9-1-1	fiction / action	RTL-TVI	31/03/19	10,8	474,0	27,0
52	RTL INFO, PLUS CHAUD QUE LE CLIMAT	information / special event	RTL-TVI	31/01/19	10,7	467,9	29,8
53	LE BETISIER DE NOEL	entertainment / humour	RTL-TVI	25/12/19	10,6	465,2	32,3
54	BALTHAZAR	fiction / police, spying, détective	La Une	03/12/19	10,6	465,2	26,8
55	AU COEUR DE L'HOPITAL DES ENFANTS	knowledge / medecine/health	RTL-TVI	13/03/19	10,6	464,1	28,9
56	LE MEILLEUR PATISSIER - CELEBRITES	lifestyle / cooking/food/drink	RTL-TVI	28/01/19	10,5	458,5	26,6
57	INFERNO	fiction / thriller	RTL-TVI	25/04/19	10,4	457,6	26,2
58	QU'EST CE QU'ON A FAIT AU BON DIEU?	fiction / popular drama/comedy	La Une	16/12/19	10,3	451,8	28,1
59	JACK REACHER 2	fiction / action	RTL-TVI	21/02/19	10,3	449,4	28,1
60	ASTERIX ET OBELIX, MISSION CLEOPATRE	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	02/07/19	10,2	447,6	32,5
61	DE L'AUTRE COTE DU PERIPH	fiction / action	RTL-TVI	06/01/19	10,2	446,6	24,7
62	TOP CHEF, CUISINEZ COMME UN GRAND CHEF	lifestyle / cooking/food/drink	RTL-TVI	11/02/19	10,1	443,9	40,2
63	ALIBI.COM	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	28/03/19	10,1	442,1	24,6
64	PETER ET ELLIOTT LE DRAGON	fiction / action	RTL-TVI	07/03/19	10,0	439,3	27,6
65	KINGSMAN, SERVICES SECRETS	fiction / action	RTL-TVI	04/06/19	10,0	439,2	29,8
66	NCIS - LOS ANGELES	fiction / police, spying, détective	RTL-TVI	09/01/19	10,0	436,5	26,8

	Programma	Genre	Zender	Datum	Gemid. kijkers %	Gemid. kijkers abs*1.000	Markt- aandeel
67	GOOD DOCTOR	fiction / psychologic drama/ melodrama	La Une	31/10/19	9,9	435,2	28,3
68	UEFA EURO 2020	sport / football	La Une	16/11/19	9,9	433,5	28,4
69	LA STAGIAIRE	fiction / police, spying, détective	La Une	14/02/19	9,9	432,6	26,3
70	LE BAZAR DE LA CHARITE	fiction / psychologic drama/ melodrama	La Une	05/12/19	9,7	425,9	27,2
71	ESPRITS CRIMINELS	fiction / police, spying, détective	RTL-TVI	23/01/19	9,7	425,7	27,0
72	SOUS LE MEME TOIT	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	06/06/19	9,7	424,0	26,0
73	LE GRAND DIRECT DES ELECTIONS	information / economy/politics/ society affairs	La Une	26/05/19	9,7	424,0	27,9
74	DOCTOR STRANGE	fiction / action	RTL-TVI	28/02/19	9,6	422,3	24,4
75	LES PROFS 2	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	29/01/19	9,6	422,2	23,8
76	EDDIE THE EAGLE	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	17/01/19	9,6	421,3	27,0
77	INSTINCT DE SURVIE	fiction / horror	RTL-TVI	07/02/19	9,6	421,2	24,1
78	EDITION SPECIALE - INVITES	information / special event	La Une	27/05/19	9,6	421,1	27,2
79	LE SUPER BETISIER	entertainment / humour	La Une	25/12/19	9,6	420,0	27,7
80	LUCY	fiction / science fiction	RTL-TVI	05/02/19	9,6	419,6	23,3
81	NOEL A DISNEYLAND, LES SECRETS DE LA FEERIE	knowledge / miscellaneous	RTL-TVI	26/12/19	9,5	417,2	29,0
82	CAUCHEMAR EN CUISINE	lifestyle / cooking/food/drink	RTL-TVI	16/02/19	9,5	417,2	25,1
83	MEURTRES DANS LE MORVAN	fiction / police, spying, détective	La Une	18/01/19	9,4	413,8	23,9
84	ASTERIX & OBELIX CONTRE CESAR	fiction / popular drama/comedy	RTL-TVI	18/06/19	9,4	413,1	30,5
85	CAPITAINE MARLEAU	fiction / police, spying, détective	La Une	23/02/19	9,4	411,3	24,6
86	COUP DE FOUDRE EN ANDALOUSIE	fiction / popular drama/comedy	La Une	08/10/19	9,3	408,1	27,2
87	GARDE ALTERNEE	fiction / popular drama/comedy	La Une	04/11/19	9,3	407,6	23,0
88	FOOT. C1 UEFA FIN - TOTTENHAM/LIVERPOOL	sport / football	RTL-TVI	01/06/19	9,3	406,1	28,3
89	112 HELICO D'URGENCE	knowledge / human interest/ society	RTL-TVI	29/11/19	9,2	402,9	28,3
90	LES SECRETS DU CHATEAU	fiction / police, spying, détective	La Une	27/10/19	9,1	399,9	26,8
91	NCIS, ENQUETES SPECIALES	fiction / police, spying, détective	RTL-TVI	12/06/19	9,1	399,2	27,2
92	LE GRAND BETISIER DU 31	entertainment / humour	TF1	31/12/19	9,1	397,7	29,8
93	MASK SINGER - LA FINALE	entertainment / variety	TF1	13/12/19	9,0	396,5	26,3
94	LES MYSTERES DU BOIS GALANT	fiction / police, spying, détective	La Une	03/02/19	9,0	396,3	21,7
95	LA FAUTE	fiction / psychologic drama/ melodrama	RTL-TVI	08/01/19	9,0	395,5	22,6
96	MUNCH	fiction / police, spying, détective	La Une	19/12/19	9,0	395,3	25,2
97	CHICAGO FIRE	fiction / psychologic drama/ melodrama	RTL-TVI	15/03/19	9,0	395,2	24,7
98	POUR SARAH	fiction / psychologic drama/ melodrama	La Une	01/10/19	9,0	395,0	28,8
99	THE FOREIGNER	fiction / action	RTL-TVI	14/11/19	9,0	394,2	23,7
100	MARIE-FRANCINE	fiction / popular drama/comedy	La Une	01/04/19	9,0	393,0	22,4

Perspectief 2020 voor de CIM TV-studie

De Taskforce OVA (Online Video Advertising) zal een aanbeveling aan de Technische Commissie TV doen voor:

- de definitie van use cases,
- de TV en online video contactdefinitie,
- de bronnen die kunnen worden gebruikt,
- de creatie van een total video planningstool.

Virtuele Populatie

Sinds 2019 werkt het CIM aan de opbouw van een virtuele populatie die de nieuwe Golden Standard zal bepalen. Deze virtuele populatie bestaat uit “harde” variabelen (gegevens uit fgov) en “zachte” variabelen (gegevens uit Persstudie, Radiostudie en Establishment Survey). Deze methodologie zal voor meer coherentie tussen de verschillende CIM-studies zorgen, door een betere stabiliteit te bieden ten opzichte van de doelstellingen die elk jaar voor elke CIM-studie bereikt moeten worden.

De Golden Standard (gebaseerd op de virtuele populatie van het CIM) zal vanaf 1 januari 2020 effectief gebruikt worden voor de TV-studie.

Calibration panel

Het Strategisch Comité Crossmedia zal de mogelijkheden bekijken om een single source panel te creëren dat het mogelijk maakt om video (en audio) cross device te meten. Hierdoor kan de fusie tussen het eerste scherm met de andere schermen worden gekalibreerd.

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 28 april 2020 zal De Heer DE WULF kenbaar maken dat de financiële staten van de vereniging afgesloten op 31 december 2019 een getrouw beeld gaven van het vermogen en van de financiële toestand en zal hij een verklaring zonder voorbehoud doen over de financiële staten.

Budgettaire opvolging

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



COLOPHON

Lay-out en productie: Pastabal

Redactie: Permanente Structuur CIM

Coördinatie: Véronique Defeld



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