



Credibility In Media

CIM

Centrum voor Informatie over de Media

Vereniging Zonder Winstoogmerk

Intern Reglement

Bijlage – financieringsregels

Bijlage 1. Financieringsregels CIM TV-studie voor de media

(laatste update Bestuursorgaan 24/01/2023)

- Elke TV-zender of reclameregie die wenst deel te nemen aan de CIM-studies is werkend lid van het CIM en betaalt het CIM-lidmaatschap dat momenteel 780,00 € per jaar bedraagt.
- Alle vermelde bedragen zijn exclusief btw en op jaarbasis.
- De vermelde bedragen gelden op 01/01/2021 en worden jaarlijks geïndexeerd (basis 2021 = 100).
- Voor nieuwe toetreders is het gebruikelijk dat de bijdrage voor het eerste jaar pro rata temporis berekend wordt.

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

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

(zie <https://www.cim.be> : [Voor Experts/Methodologie/TV](#) en [Voor Experts/Reglementen/TV](#))

2

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

- de tactische tv-bereiksstudie(s), verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden. Momenteel gaat het om het GfK TV panel, de horodatage (40% van de kosten), de Establishment Survey (in 2022 57,26% van de kosten, elk jaar aan te passen volgens het percentage van het medium in de vragen, in de studiebudgetten en in MDB), en eventueel de Other Screen meting;
- de strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies. Momenteel zijn de strategische studies de Consumer Decision Journey (CDJ), de doelgroepenstudie (Target Group Monitor of TGM) en de horodatage (60% van de kosten).

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

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

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

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

Vanaf 1 januari 2023 kan de zender kiezen uit twee formules:

- Horodatage, volledig uitgevoerd door Nielsen (manueel aan de hand van beelden), met twee niveaus van codering waaruit de zender kan kiezen:
 - Normaal: codering van programma's, reclame en autopromo;
 - Light: codering van reclame.
- Horodatage met identificatie van programma's op basis van As Run bestanden van de zender, die gevalideerd zijn door Nielsen volgens de voorgeschreven specificaties zoals [hier](#) beschreven.

De tarieven zijn geldig voor 2023 en worden jaarlijks geïndexeerd.

- Volledige verificatie door Nielsen, Normal 12.099 €
- Volledige verificatie door Nielsen, Light 7.099 €
- Verificatie via As Runs 7.099 €

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

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

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

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

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

Op de hoger beschreven algemene financieringsregels wordt één uitzondering gemaakt:

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

In dat geval geldt per regio de volgende verdeelsleutel:

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



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

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

3. Beperkte toegang tot de resultaten van de studie

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

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

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

a. bijdrage tot de strategische kosten. Wie niet via een andere tactische CIM-studie bijdraagt aan de strategische kosten betaalt een forfaitaire bijdrage van 9.776 €

b. bijdrage voor MZR van eerste zender

- universum 4jr. en ouder + 1 extra doelgroep:	18.385 €
- bijkomende doelgroep of bijkomend uurblok:	5.511 €
- speciale ad hoc fiche:	1.530 €

c. bijdrage voor MZR van bijkomende zender

- universum 4jr. en ouder + 1 extra doelgroep:	5.511 €
- bijkomende doelgroep of bijkomend uurblok:	2.700 €
- speciale ad hoc fiche:	383 €

d. technische kost

De berekeningen en rapporten worden op vraag van het CIM aangemaakt door een gecertificeerd software house dat hiervoor bijkomend een technische kost zal aanrekenen, en rechtstreeks factureren, aan de aanvrager.

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



Bijlage 2. Financieringsregels CIM Radiostudie voor de media

(laatste update Bestuursorgaan 24/01/2023)

- Elke radiozender of reclameregie die wenst deel te nemen aan de CIM-studies is werkend lid van het CIM en betaalt het CIM-lidmaatschap dat momenteel 780,00 € per jaar bedraagt.
- Alle vermelde bedragen zijn exclusief btw en op jaarbasis.
- De vermelde bedragen gelden op 01/01/2023 en worden jaarlijks geïndexeerd (basis 2023 = 100).
- Voor nieuwe toetreders is het gebruikelijk dat de bijdrage voor het eerste jaar pro rata temporis berekend wordt.

1. Volledige toegang tot de resultaten van de studie

Momenteel zijn er 3 golven in het veldwerk per jaar. Iedere golf leidt tot een publicatie. Wie kiest voor een volledige toegang tot de gegevens van de studie krijgt toegang tot het volledige databestand (gegevens opgesplitst per kwartieren per gepubliceerde radio) en heeft recht om deze gegevens met een gecertificeerde software te gebruiken.

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

- de tactische radio bereiksstudie, verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden. Momenteel gaat het om de RAM-studie (zie <https://www.cim.be> : [Voor Experts/ Methodologie/Radio](#) en [Voor Experts/Reglementen/Radio](#)), de Radio over IP studie en de Establishment Survey (in 2022 22,13% van de kosten, elk jaar aan te passen volgens het percentage van het medium in de vragen, in de studiebudgetten en in MDB),
- de strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies. Momenteel zijn de strategische studies de Consumer Decision Journey (CDJ), de doelgroepenstudie (Target Group Monitor of TGM) en de horodatage (60% van de kosten).

De lijst van de tactische studies en de strategische kosten kan jaarlijks door het Bestuursorgaan herzien worden.

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

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

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

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



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

2. Beperkte toegang tot de resultaten van de studie

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

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

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

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

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



Bijlage 3. Financieringsregels CIM Internet-studie voor de media (België)

(laatste update Bestuursorgaan 24/01/2023)

1. Voorwerp van de financiering

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

- a. De tactische internet studies, verminderd met de dotatie van de tussenpersonen en eventuele inkomsten van derden: het gaat om de Gemius trafiekmeting, de Gemius bereiksstudies en de Establishment Survey (in 2022 20,61% van de kosten, elk jaar aan te passen volgens het percentage van het medium in de vragen, in de studiebudgetten en in MDB).
- b. De strategische kosten, dit is de som van de kosten voor de Permanente Structuur en voor de strategische studies: het gaat om de Consumer Decision Journey (CDJ), de doelgroepenstudie (Target Group Monitor of TGM) en de TV horodatage (60% van de kosten).

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

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

7

2. Principes van de financiering

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

De tarieven hieronder zijn zonder BTW en worden jaarlijks geïndexeerd.

3. Tarieven voor sites, applicaties en players

De variabele kosten worden berekend op basis van het aantal bezoeken tijdens het afgelopen trimester afzonderlijk voor sites, voor apps en voor players en samengevat in een totale kost per uitgever. Het **rekentarief** in de formule hieronder, wordt elk jaar herzien op basis van de evolutie van de internettrafiek. Voor 2023 is dit tarief 0,428 €.

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

- 1 site/app/player : € 0,428 * $\sqrt{\text{Visits(Quarter)}}$ * 1,15
- 2 sites/apps/players : € 0,428 * $\sqrt{\text{Visits(Quarter)}} * \sqrt{\text{Nr of Sites/Apps/Players}}$

Rekenvoorbeelden voor 1 SITE of 1 APP of 1 PLAYER

Visits/quarter	1 site/app/player
5.000	34,78 €
10.000	49,19 €
20.000	69,56 €
50.000	109,99 €
100.000	155,55 €
200.000	219,98 €
500.000	347,82 €

Visits/quarter	1 site/app/player
1.000.000	491,90 €
2.000.000	695,65 €
5.000.000	1.099,91 €
10.000.000	1.555,51€
20.000.000	2.199,82 €
50.000.000	3.478,23 €
100.000.000	4.918,96 €

Rekenvoorbeelden voor 2 SITES of 2 APPS of 2 PLAYERS

Visits/quarter	2 sites/apps/players
5.000	42,77 €
10.000	60,49 €
20.000	85,55 €
50.000	135,26 €
100.000	191,29 €
200.000	270,52 €
500.000	427,74 €

Visits/quarter	2 sites/apps/players
1.000.000	604,91 €
2.000.000	855,47 €
5.000.000	1.352,62 €
10.000.000	1.912,89 €
20.000.000	2.705,24 €
50.000.000	4.277,35 €
100.000.000	6.049,09 €

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

4. Tarief voor externe regies

Externe regies die reclameruimte verkopen voor sites en secties van derden betalen een forfaitaire jaarbijdrage van € 4 061,75.

5. Facturatieschema

Trimester 1: variabele kosten 1e trimester;

Trimester 2: ledenbijdrage + variabele kosten 2e trimester;

Trimester 3: variabele kosten 3e trimester;

Trimester 4: variabele kosten 4e trimester.



Bijlage 4. Financieringsregels CIM Pers bereiksstudie voor de media

(laatste update Bestuursorgaan 18/02/2020)

1. Voorwerp van de financiering

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

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

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

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

2. Principes van de financiering

- a. Elke intekenaar moet werkend lid te zijn van het CIM en de jaarlijkse ledenbijdrage betalen (780 € voor individuele leden en 450 € voor geassocieerde leden, zie <https://www.cim.be> : Lid Worden).
- b. Elke intekenaar betaalt een vaste bijdrage van 2.500 € per jaar per gepubliceerde individuele fiche.
- c. Elke intekenaar betaalt een vaste bijdrage van 750 € per jaar per gepubliceerde gegroepeerde fiche.
- d. Elke intekenaar betaalt een variabele bijdrage afhankelijk van zijn marktaandeel in het totale bereik van alle gepubliceerde titels.

Het totale bereik van alle gepubliceerde titels wordt gedefinieerd als de som van het "lectuur laatste periode" bereik voor de papieren en digitale versies van alle gepubliceerde titels.

Voor de berekening van de variabele bijdrage wordt het marktaandeel toegepast op de resterende kosten van de pers, dit zijn totale kosten verminderd met de som van alle vaste bijdragen en de som van alle gegroepeerde fiches.

- e. Nieuwe titels betalen bij inschrijving de vaste bijdrage van 2.500 €. De variabele bijdrage en eventuele gegroepeerde fiches worden gefactureerd na de eerste publicatie.
- f. Een titel die de studie verlaat, blijft de vaste en variabele kosten van het lopende veldwerk verschuldigd.

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

Trimester 1

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

Trimester 2

De ledenbijdrage,
+ de vaste kosten van de gegroepeerde fiches in de publicatie van trimester 1 (375 €),



+ het saldo van de variabele bijdrage (= het nieuwe marktaandeel volgens de publicatie van trimester 1 toegepast op 50% van het totaal van de variabele bijdragen voor het lopende werkjaar minus de provisie gefactureerd in trimester 1).

Trimester 3

De helft van de jaarlijkse vaste bijdrage (1.250 €),

+ een provisie op de variabele bijdrage (= het marktaandeel in de publicatie van trimester 1 toegepast op 25% van het totaal van de variabele bijdragen voor het lopende werkjaar).

Trimester 4

De vaste kosten van de gegroepede fiches in de publicatie trimester 3 (375 €),

+ het saldo van de variabele bijdrage (= het marktaandeel in publicatie van trimester 3 toegepast op 50% van het totaal van de variabele bijdragen voor het lopende werkjaar minus de provisie gefactureerd in trimester 3).



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

(laatste update Bestuursorgaan 20/06/2023)

1. Voorwerp van de financiering

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

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

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

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

2. Principes van de financiering

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



- g. Variabele kosten die ontstaan door de meting van een product eigen aan één enkele intekenaar, worden 100% door deze intekenaar gedragen.

3. Jaarlijks facturatieschema

Trimester 2

ledenbijdrage

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

Trimester 3

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

Trimester 4

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

Bijlage 6. Tussenpersonen: financieringsregels CIM-studies

(laatste update Bestuursorgaan 18/02/2020)

1. Definities

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

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

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

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

2. Financieringsprincipes

- 2.1. Elke tussenpersoon die toegang wenst tot de CIM-gegevens moet werkend lid zijn van het CIM (zie artikel 7.1 van het huishoudelijk reglement) en de verplichtingen respecteren die vermeld staan in artikel 8.3 van dit huishoudelijk reglement.
- 2.2. De UMA stelt zich garant voor de financiële bijdrage van de tussenpersonen in de kosten van het CIM (cf. artikel 7.1 van het huishoudelijk reglement).
- 2.3. Voor elke tussenpersoon waarvan het aantal personeelsleden meer dan 8 FTE's bedraagt, wordt de financiering van de CIM-studies berekend volgens de interne verdeelsleutel van de UMA:
 - a. Elke tussenpersoon moet jaarlijks een verklaring op erewoord indienen:
 - van de totale facturatie van media-aankopen (volgens de criteria van de UMA),
 - of de tariefwaarde van de geplande campagnes (advies, planning van campagnes voor adverteerders).In dit geval: toepassing van een korting van 35% op de tariefwaarde (schatting van de gemiddelde tariefkorting om de bijdrage gelijk te stellen met de facturatie van media-aankopen gedeclareerd volgens de UMA criteria in onderhandelde waarde).
 - b. Het totaal van de facturatie gedeclareerd door alle tussenpersonen van meer dan 8 FTE's wordt het nieuwe "Totaal 100%".
 - c. De CIM kosten die door de Tussenpersonen betaald worden, min de bijdrage van de Tussenpersonen "van maximum 8 FTE's" (zie 2.4.), zullen verdeeld worden pro rata van het percentage dat elke tussenpersoon vertegenwoordigt in het "Totaal 100%" zoals hierboven berekend, met een minimum bedrag van 43.019,22 €.



2.4. Voor elke tussenpersoon waarvan het aantal personeelsleden maximum 8 FTE's bedraagt, of de gelijkgestelde firma's (zie 1.), wordt de financiering als volgt berekend:

- a. Kost voor toegang tot de 1ste CIM-studie + TGM studie (Target Group Monitor) + CDJ (Consumer Decision Journey) = 24.582,41 €.
- b. Kost voor toegang tot elke bijkomende CIM-studie = 3.687,36 €/studie, met een maximum van 43.019,22 € voor alle studies.

Al deze bedragen zijn geldig voor het kalenderjaar 2023. Daarna zullen ze aangepast worden aan de indexatie die van toepassing is bij het CIM voor het totale bedrag van de deelname van de tussenpersonen.