

## I. CONTEXT

De Beheersovereenkomst 2021-2025 gesloten tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT vormt het uitgangspunt van de hieronder uitgewerkte inhoud van en procedure omtrent de marktindex.

De Beheersovereenkomst bepaalt:

“Vanaf 1 januari 2022 wordt het globaal plafond op commerciële communicatie en BAN geïndexeerd op basis van een marktindex, die zal ontwikkeld worden door de Vlaamse overheid, in samenwerking met de VRT en de particuliere media. Indien de marktindex stabiel blijft of daalt, wordt het globale plafond van de VRT op hetzelfde niveau gehouden.

In geval van een indexering van het globale plafond, besteedt de VRT minstens 33% van de middelen door deze indexering in externe productie (op voorwaarde dat het globale plafond effectief gerealiseerd wordt) (cf. KPI 38).”

De evolutie van het reclameplafond van de VRT op basis van de marktindex kadert binnen de filosofie van het stabiel houden van het relatieve aandeel van de reclame-inkomsten van de VRT binnen de Vlaamse advertentiemarkt.

## II. MARKTINDEX

### 2.1 Componenten van de marktindex

De index wordt berekend op basis van declaratieve netto marktcijfers, die jaarlijks in november en in april worden overgemaakt door DPG Media, Roularta en Ads&Data.

Deze spelers zullen hun netto-cijfers delen, voor de Vlaamse en Brusselse markt en ontdaan van mogelijke kortingen, incentives, en dergelijke meer. Zo kunnen de cijfers 1-op-1 met elkaar vergeleken worden.

De marktindex heeft betrekking op de volgende inkomsten:

- radioreclame, radiosponsoring en andere audioformaten/videoformaten bij en in niet-lineaire audiocontent;
- televisiesponsoring en televisiereclame;
- audioformaten/videoformaten bij en in alle niet-lineaire videocontent;
- display (zoals bannering online);
- financiële productplaatsing;
- content marketing, branded content en lead generation.

Inkomsten die niet gevat zijn:

- ruildeals;
- commerciële communicatie-inkomsten van internationale platformspelers;
- inkomsten verworven uit out-of-home reclame en printadvertenties.

In geval van cross-mediale pakketten zal er een duidelijke opsplitsing gemaakt worden tussen de diverse media. Deze toekenning moet voor de beoordelaar transparant, helder en verdedigbaar gebeuren.

Inkomsten van internationale platformspelers komen niet in aanmerking omwille van de focus op het Vlaamse media-ecosysteem en de spelers die hier zowel vanuit economisch als cultureel oogpunt een belangrijke rol spelen. Dit in lijn met de uitgangspunten van het beleid inzake de marktindex, zoals hierboven uiteengezet.

In het licht van bovenstaande kan de lijst van spelers en de marktindex herbekeken worden in geval van wijzingen inzake de aandeelhoudersstructuur, locatie van mediabedrijven en van activiteiten.

## **2.2 Methodologie**

Daar waar in de tekst wordt verwezen naar PMP, wordt het bedrijf bedoeld dat van de Vlaamse Overheid de gunning heeft ontvangen voor de opdracht van het berekenen van de marktindex.

### **Benchmark jaar**

Voor het berekenen van de marktindex wordt 2019 als startjaar gebruikt, op die manier wordt teruggekeken naar de stabiele periode vlak voor de versturende effecten van de pandemie. Voor de eerste berekening van de marktindex wordt dit nominale bedrag van de declaratieve netto cijfers geïndexeerd aan 0.67%, naar analogie met de stijging van het plafond van de VRT tussen 2019 en 2020 cf. de gezondheidsindex.

### **Bezorgen van de netto-cijfers**

Er zal nog worden geconcretiseerd op welke manier, wanneer en aan welke partij de declaratieve cijfers bezorgd dienen te worden.

Indien de cijfers niet tijdig worden ingediend, onvolledig of incorrect blijken te zijn, zal de overheid de marktindex bepalen op basis van de gecombineerde MDB- en UMA-cijfers.

### **Eerste verwerking en berekening van de marktindex op basis van netto-cijfers**

De netto-marktcijfers worden gecontroleerd door de auditoren van de respectievelijke bedrijven, die door hun kennis van de organisaties de cijfers kunnen valideren. De auditoren zijn daarbij contractueel verplicht tot absolute geheimhouding en dienen een gecertificeerde verklaring af te leveren van de correctheid van de opgegeven cijfers.

Eenmaal de marktgegevens gevalideerd zijn door de auditoren, worden ze overgemaakt aan PMP, die er daarna de nodige berekeningen op toepast om tot een eerste algemene marktindex te komen.

## Correctiemechanisme

Eenmaal de eerste globale index aldus is bepaald, zal een correctiemechanisme in rekening gebracht worden. PMP zal ook de marktindex bepalen op basis van de MDB- en UMA-cijfers.<sup>1</sup> Deze index zal naast de marktindex gelegd worden.

Indien de marktindex op basis van de MDB- en UMA-cijfers meer dan 2%-punt afwijkt van de marktindex berekend op basis van de declaratieve cijfers, wordt er een gemiddelde gemaakt van beide indexen. Dit gemiddelde geldt dan als de definitieve marktindex.

Enkel de definitieve marktindex zal openbaar worden gemaakt. Alle andere berekeningen en cijfermateriaal blijven geheim en worden onder geen enkel beding gedeeld met derden. Dit zal contractueel worden vastgelegd.

In het geval dat dit correctiemechanisme in werking is getreden, zal een overlegmoment worden ingepland om inzicht te verwerven over de afwijking die groter is dan 2%.

## Berekening – Schematisch

$$\begin{aligned} & \text{Marktindex (Jaar N) =} \\ & \frac{\text{Som van de netto cijfers (of MDB/UMA) van de geselecteerde mediabedrijven (jaar N) /}}{\text{Som van de netto cijfers (of MDB/UMA) van de geselecteerde mediabedrijven (jaar N-1 of 2019 in} \\ & \text{het eerste jaar) -1)}} \\ & \text{#####} \\ & \text{Plafond VRT (jaar N+1) =} \\ & \text{Plafond VRT (Jaar N of 2019 in het eerste jaar) * ( 1 + Marktindex (Jaar N))} \\ & \text{#####} \end{aligned}$$

## 2.3 Kalender

Jaarlijks worden de cijfers overgemaakt op basis van effectieve netto-cijfers voor de periode januari-oktober en projecties voor november-december.

In maart worden de effectieve netto-cijfers voor november en december doorgegeven en wordt de index indien nodig bijgesteld tegen 1 Juli. De MDB en UMA cijfers zijn dan ook beschikbaar voor het voorafgaande jaar en worden dan mee in overweging genomen.

Dit resulteert in de volgende tijdslijn:

Nov - December	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verzamelen van data<ul style="list-style-type: none"><li>• Data januari-oktober: effectieve cijfers (gevalideerd door auditor)</li><li>• Data November-December: projecties (gevalideerd door auditor)</li><li>• 1e berekening: data 2019 aanleveren</li><li>• Data MDB en UMA</li></ul></li></ul>
----------------	--

<sup>1</sup> MDB (Media Database) van Nielsen voor Radio en TV. UMA cijfers voor de digitale cijfers.

	Berekening marktindex Jaar N voor plafond N+1
1 Januari	<ul style="list-style-type: none"> <li>In werking treden van reclameplafond op basis van de berekende marktindex</li> </ul>
Maart - Mei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verzamelen van data <ul style="list-style-type: none"> <li>Data januari- december: finale netto cijfers (gevalideerd door auditor)</li> <li>Data MDB en UMA</li> </ul> </li> <li>Gereviseerde marktindex Jaar N voor plafond N+1</li> </ul>
1 Juli	<ul style="list-style-type: none"> <li>In werking treden van bijgesteld reclameplafond op basis van gereviseerde marktindex</li> </ul>

#### **2.4 Ondergrens van het plafond**

Het reclameplafond van de VRT is voor 2021 nominaal begrensd op 77,8 miljoen euro. Het plafond wordt vanaf 2022 geïndexeerd op basis van de marktindex, maar kan niet zakken onder het nominaal plafond van 77.8 miljoen euro.

In de beheersovereenkomst wordt niet enkel aandacht gegeven aan de rol van de VRT ten aanzien van externe productie, maar ook op de rol van de VRT ten aanzien van het gehele media-ecosysteem:

- De VRT zal vanuit een rendabel businessplan in betalende niet-lineaire diensten met focus op Vlaamse content meestappen en samenwerken op het vlak van fictie.
- De VRT werkt prioritair en op een marktconforme manier samen met initiatieven die Vlaams, lokaal aanbod een prominente plaats in hun aanbod geven, om samen met deze partners ten volle in te zetten op de valorisatie van (de verschillende windows van) fictie.