

## Persbericht

### Lancering van het Cross Media Panel (XMP) in Vlaanderen

De Vlaamse Regering en de Vlaamse mediabedrijven investeren via het Cross Mediaal Consortium (XMC\*) in een nieuw crossmediaal meetsysteem. Dat moet meer inzicht geven in het mediagebruik op alle toestellen doorheen de dag.

Vanuit die kennis zullen lokale media sneller kunnen inspelen op de wensen van de gebruiker en een beter antwoord kunnen bieden op de dominantie van internationale spelers.

Het CrossMediaal Consortium (XMC\*) heeft de opdracht voor de uitbouw van het Cross Media Panel (XMP) toegekend aan Ipsos België. Dat zal in 2024, met de steun van het Ipsos team in het Verenigd Koninkrijk, een representatief panel samenstellen van 1.500 Vlamingen waarvan de consumptie van audio, video, sites en sociale media gemeten wordt op alle toestellen. Vanaf 2025 wordt het daardoor mogelijk om een totaalbeeld te krijgen van het bereik over alle media heen.

Concreet wordt op deze manier in kaart gebracht hoe de Vlamingen doorheen de dag verschillende mediaplatformen (crossmediaal) en mediamerken gebruiken. Vb. Iemand die 's morgens online de krant leest via een nieuwsapp, nadien op sociale media surft via de smartphone, dan in de auto naar de radio luistert en 's avonds naar een serie kijkt met het gezin via een streaming platform.

Ipsos is een toonaangevend marktonderzoeksbureau met ruime ervaring in mediastudies in België en daarbuiten. Het verzorgt gelijkaardige cross media panels voor BBC in het Verenigd Koninkrijk en NMO in Nederland (het Nederlandse CIM).

Benjamin Dalle (Vlaamse Minister Media): "Dit project is een echte gamechanger voor de Vlaamse mediagroepen. Het biedt een krachtig antwoord op de steeds dominantere positie van grote internationale spelers in onze mediasector. Het is een heel sterk signaal dat de mediaspelers hiervoor de krachten bundelen zodat de Vlaamse consument van actuele, relevante content kan blijven genieten. Alleen door samen te werken kunnen we de mediasector ook bij ons relevant en financieel leefbaar houden."

Gerd Callewaert (Managing Director Ipsos België) is bijzonder opgetogen over het nieuwe project: "Het is duidelijk dat de manier waarop mensen media consumeren een ongelooflijke evolutie gekend heeft in de afgelopen jaren. En deze evolutie had een nieuwe meetmethode nodig. Ipsos was een van de eerste om te investeren in een technologische oplossing voor een cross mediale meting met de smartphone als belangrijk meetinstrument. We zijn bijzonder verheugd dat we met onze totaaloplossing ook XMC hebben kunnen overtuigen".

## Persbericht

Tim Van Doorslaer (DPG Media), voorzitter van XMC, over de start van het Cross Media Panel: “Het XMP project werd aangekondigd in 2022. Na de toelating van de Europese Commissie, de oprichting van het Consortium en de uitgebreide aanbestedingsprocedure, is het hoog tijd om in actie te schieten. Ik ben zeer blij dat we in Ipsos een betrouwbare en ervaren partner hebben gevonden om dit hoogtechnologische project te realiseren.”

Het is de Vlaamse Regering die dit project heeft mogelijk gemaakt met een bijdrage van 4 miljoen euro vanuit de ‘Vlaamse Veerkracht’ relancemiddelen. De mediagroepen zelf investeren 1,7 miljoen euro. Eén ander zal toegelicht worden op een kick-off event gewijd aan het Cross Mediaal meetproject dat doorgaat op 13 mei om 15 uur en gestreamd zal worden.

Inschrijven kan [HIER](#).

\*Het CrossMediaal Consortium verenigt zowel grote als kleinere Vlaamse mediagroepen : Ads & Data, DPG Media, Mediafin, Mediahuis, de niet-openbare regionale televisievereniging Vlaanderen (NORTV), Play Media, Roularta Media Group, Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR), Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) en WE MEDIA.