



Initiatieven en participaties

Inhoudsopgave

1. INLEIDING	2
2. HUIDIGE RESULTATEN EN OPVOLGING VAN DE INITIATIEVEN.....	2
INITIATIEF / PARTICIPATIE: ENERGIEREDUCTIE INZET DOOH	2
INITIATIEF: DIGITALISERING RECLAMESCHERMEN.....	2
COMMUNICATIE EN REDUCTIE MET (INNOVATIEVE) LEVERANCIERS	2
3. ORIËNTATIE INITIATIEVEN EN KEUZE BEPALING.....	2
INVENTARISATIE MOGELIJKE INITIATIEVEN / PARTICIPATIES	2
4. OPPAKKEN INITIATIEVEN / PARTICIPATIES	3
INITIATIEF / PARTICIPATIE: ENERGIEREDUCTIE INZET DOOH	3
INITIATIEF: DIGITALISERING RECLAMESCHERMEN.....	3
COMMUNICATIE EN REDUCTIE MET (INNOVATIEVE) LEVERANCIERS	4
5. ONDERTEKENING DIRECTIE / HOGER MANAGEMENT	4
BIJLAGE:.....	4
BRONVERMELDING:.....	4

1. Inleiding

Via dit verslag geven wij u graag meer inzicht in onze bestaande initiatieven alsook onze oriëntatie naar nieuwe en mogelijk op te pakken initiatieven.

Kanttekening: wij vallen als 'kleine organisatie onder de CO₂ prestatieladder.

2. Huidige resultaten en opvolging van de initiatieven

Over afgelopen periode liepen de volgende initiatieven die we hier willen evalueren. Gezien we onze reductie op scope 1 en 2 hebben behaald is hier mogelijk te beoordelen dat deze participaties resultaat hebben.

Initiatief / participatie: energiereductie inzet DOOH

Enerzijds door Efficiëntere inzet DOOH (tweaken schermen) en daarnaast Advisering geschiktheid schermen / inzet juiste technologieën.

Over 2020 behaald, te zien in het energieverbruik van de schermen, wat van 538,68 kWh per m² naar 516,05 kWh per m² is gegaan. Dit geeft een reductie van 4,2%.

Daarnaast is er 2-maal een scherm her-ingezet in 2020 waarmee productie (CO₂) van een nieuw scherm is voorkomen en voor de klanten op kostenreductie is gestuurd.

Over 2021 is dit niet behaald. Door verschuiving naar meer outdoor-schermen is het gemiddelde verbruikcijfer gegroeid naar 632,87kWh/m². Dit is verklaarbaar. Uiteraard zullen we hierop blijven sturen, al zijn deze schermen ook nodig geweest in het weer oppakken van de omzet na corona.

Het stukje 'total-cost-of-ownership' zal komend jaar wellicht verder invulling gegeven gaan worden als hiervoor meer de ruimte is.

Initiatief: digitalisering reclameschermen

De voor 2020 voorgenomen digitalisatie van doeken, plaatsvindend bij ons zusterbedrijf, is om investeringsredenen niet doorgegaan en ook in 2021 nog niet opgepakt.

Communicatie en reductie met (innovatieve) leveranciers

Door corona is enerzijds het aantal bezorgingen zeer sterk toegenomen. Gezien het lagere kantoorgebruik is het zakelijke transport juist teruggedrongen waarmee we kunnen stellen dat we met ca 50 bestellingen per jaar zijn verminderd voor 2020 en 2021 t.o.v. 2019.

Hiermee hebben we een reductie behaald per kalenderjaar van 156,75kg CO₂ in plaats van de doelstelling van 94,05kg CO₂. Namelijk 30 bestellingen met een bestelbusje (uitstoot auto, diesel, groot) van gemiddeld 15km retour wat neerkomt op 30 bestellingen * 15km * 0,209kg CO₂ per km.

Voor 2022 zullen we moeten zien of we dit kunnen vasthouden als wellicht de kantoorbezetting weer iets toeneemt.

3. Oriëntatie initiatieven en keuzebepaling

Als Ngage Media zijn we begin 2020 gestart met de CO₂-prestatieladder. We zijn dan ook nog betrekkelijk nieuw in de weg naar initiatieven. We hebben inmiddels onze focus op het vormgeven van initiatieven en participaties.

De onderstaande lijst met mogelijke initiatieven hebben we uitgewerkt vanuit eigen inventarisatie in de branche alsook door gebruik van ideeën van www.skao.nl (besparingstips, ketenanalyses en initiatieven en programma's).

Inventarisatie mogelijke initiatieven / participaties

De volgende initiatieven zijn mogelijk geschikt om door ons opgepakt te gaan worden.

Ngage Media B.V	Pagina 2 van 4
CO ₂ portfolio: D05 Initiatieven en participaties.docx	Datum: 10-05-2022

- Verduurzaming pand / kantooromgeving i.s.m. het , zeker ook als we het gehele pand (andere partijen) hierin mee kunnen nemen;
- Efficiëntere inzet van digitale schermen, verduurzaming schermen, vervanging voor duurzamere schermen;
- Digitalisering OOH t.b.v. reductie geprinte buitenreclame;
- Deelname NL CO2 neutraal of andere (semi-)overheidsgroepen zoals Het Nieuwe Rijden;
- Samenwerking met Swap-fietsen om een duurzamer transport te realiseren;

4. Oppakken initiatieven / participaties

Vanuit de mogelijke initiatieven / participaties hebben we als Ngage Media de volgende mogelijkheden gekozen.

Initiatief / participatie: energiereductie inzet DOOH

Dit initiatief is zowel een maatregel voor onze eigen schermen als een initiatief richting onze klanten en DOOH-aanbieders om een energiereductie te behalen in het verbruik van de DOOH-schermen. Hiermee willen we een 1-2% energiereductie behalen en is relevant gezien de impact van dit energieverbruik op het totale verbruik. Deze reductie is te behalen door een tweetal deelmaatregelen:

1) Efficiëntere inzet DOOH (tweaken schermen)

Door het tweaken / fijner instellen van de schermen via de beheersomgeving (en eventueel inzet van nieuwe duurzamere schermen) willen we deze reductie behalen. De reductie van deze uitstoot vindt zowel in scope 2, ons energieverbruik, als scope 3, het energieverbruik van de klant, plaats. Wij zijn de initiatiefnemer en aanstichter door de klant en andere partijen hierin mee te nemen. Naast de energiebesparing en daarmee kostenbesparing en besparing van CO₂ uitstoot, draagt dit initiatief ook bij aan onze expertise en beheersing van DOOH.

Investerings voor dit initiatief verlopen via het innovatie-team en bedragen meer dan 20% van ons innovatiebudget.

2) Advisering geschiktheid schermen / inzet juiste technologieën

Door het effectief benutten van nieuwe technologieën en te kijken naar de total-cost-of-ownership (prijs/energie-efficiency) wordt een weloverwogen afweging gemaakt tussen techniek en energieverbruik passend bij een bepaalde situatie / locatie. Hierin wordt samengewerkt met de klant / gebruiker en leveranciers c.q. technische samenwerkingspartijen die in het project participeren.

Gezien de kWh-groei in 2021, zie ook D04.Energie management actieplan 2022, wordt het weer extra belangrijk te blijven sturen op dit verbruik.

In 2022 gaan we door met het inzetten van zo zuinig mogelijke schermen en tevens zullen, in ieder geval al op twee locaties, kleinere schermen worden ingezet: in plaats van 2x 108m² wordt het 2x 42m², resp 2x 50m².

Initiatief: digitalisering reclameschermen

Door reclamemasten te digitaliseren vervalt het periodiek printen, transporteren en afvoeren / verwerken van geprinte doeken. We hebben deze gekozen omdat dit een activiteit is wat in onze core-business zit en waarin we samen met onze klanten en leveranciers ook invloed op hebben dit te veranderen.

De reductie van deze uitstoot vindt met name bij onze leveranciers plaats (printen, transport, plaatsing en verwijdering). Dit betreft scope 3 uitstoot, namelijk uitstoot bij onze leveranciers. Wij zijn in deze initiatiefnemer en aanstichter van dit initiatief door de klant en andere partijen hierin mee te nemen.

Deze activiteit oppakken is voor Ngage Media uiteraard ook een businessmodel. Daarnaast levert dit een CO₂ reductie op van in ieder geval een 26 geprinte reclame-uitingen per jaar

per reclame-locatie plus de bijbehorende brandstof van een 7km per plaatsing reclame-uiting in een diesel-bedrijfsbus met een uitstoot van 0,209kg CO₂/km. Bij een indicatieve 50 reclame-uitingen per jaar betreft dit 50 uitingen * 26 plaatsingen * 7 km * 209 gram CO₂ = 1.901,9kg ofwel 1,9 ton CO₂-reductie enkel door het transport.

Dit initiatief blijft ook van toepassing in 2022, terwijl we nu ook kijken naar inzet van kleinere schermen op locaties waar dat kan wat betreft zichtbaarheid en met hetzelfde bereik.

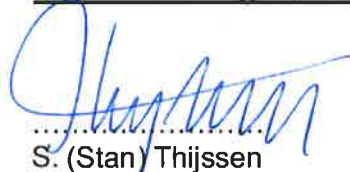
Communicatie en reductie met (innovatieve) leveranciers

CO₂-reductie vanuit onze grootste CO₂-bron met leveranciers, namelijk brandstofverbruik van leveringen / bestellingen van goederen. We willen door goed contact met leveranciers en bundelen van bestellingen het aantal ritten / bezorgingen naar ons kantoor beperken. Dit scheelt ons transportkosten en de leverancier brandstofverbruik en daarmee CO₂ uitstoot. Deze reductie vindt plaats in scope 3, de uitstoot bij leveranciers. Voor ons betekent dit geen directe uitstoot maar wel invloed in de keten en uitstoot buiten onze organisatie. Met name directie en management zal op deze doelstelling sturen. Hiervoor is met name bewustwording en aandacht nodig vanuit Ngage Media.

Eerste inschatting van reductie over 2020 is een 30 bestellingen met een bestelbusje (uitstoot auto, diesel, groot) van gemiddeld 15km retour wat neerkomt op 30 bestellingen * 15km * 0,209kg CO₂ per km = 94,05kg CO₂ reductie.

Omdat we in 2021 slechts twee nieuwe schermen hebben geïnstalleerd zal de verbetering minder zijn. Wel is dit onderwerp in 2022 nog meer onder de aandacht omdat vanuit ons Engelse moederbedrijf een initiatief is gestart om de uitstoot en footprint van alle landen waar Ocean actief is te inventariseren. De eerste contouren hiervan staan al.

5. Ondertekening directie / hoger management



S. (Stan) Thijssen
Directeur Ngage Media B.V.
Eindverantwoordelijke CO₂ prestatieladder portfolio.

10-05-2022
.....
datum ondertekening

Bijlage:

- Projectuitwerking TBXL-schermen;
- Verbruiksgegevens o.a.:
 - Smart screen control dashboard;
 - Screenshot stroomverbruik referentiescherm(en).

Bronvermelding:

- Niet van toepassing, anders dan het CO₂ portfolio.

Ngage Media B.V.	Pagina 4 van 4
CO ₂ portfolio - D05 Initiatieven en participaties.docx	Datum 10-05-2022