



Energie management actieplan

Inhoudsopgave

1. INLEIDING	2
2. REDUCTIEDOELSTELLINGEN EN -EVALUATIE.....	2
VOORGAANDE DOELSTELLINGEN 2019	2
REFLECTIE DOELSTELLINGEN VOORGAAND JAAR.....	2
NIEUWE DOELSTELLINGEN 2021-2022	3
BETREKKING DOELSTELLINGEN OP PROJECT(EN) MET GUNNINGSVOORDEEL	3
3. ALTERNATIEVE BRANDSTOFFEN EN/OF GROENE STROOM.....	3
EVALUATIE DOELSTELLINGEN	3
NIEUWE DOELSTELLING.....	3
4. REDUCTIEMAATREGELEN 2021-2022	3
SCOPE 1:	4
SCOPE 2 INCL. BUSINESS TRAVEL:.....	4
5. BEOORDELING AMBITIENIVEAU	5
6. ONDERTEKENING DIRECTIE / HOGER MANAGEMENT.....	5
BIJLAGE:.....	5
BRONVERMELDING:.....	5

1. Inleiding

Dit verslag, het energie management actieplan ofwel reductieprogramma, is een uitwerking van het B-deel van de CO₂ prestatieladder. Hiermee acteren we op de CO₂-inzichten om daarmee onze uitstoot te reduceren.

Vanwege de start met de CO₂-prestatieladder begin 2020 is dit verslag een opvolging van eerder opgezette doelstellingen en eventuele bepaling van nieuwe doelstellingen.

In de energiebeoordeling zijn de reeds aanwezige reductiemaatregelen beschreven. Ook is er in dat document een eerste opsomming gemaakt van mogelijke toekomstige maatregelen voor reductie en is er gekeken naar input van medewerkers en lering getrokken vanuit de branche.

Vanuit de emissie inventaris werkt dit energie management actieplan de reductie-doelstelling en -maatregelen verder uit tot een realistisch actieplan *en* wordt een evaluatie over afgelopen periode gegeven.

2. Reductiedoelstellingen en -evaluatie

We kunnen inmiddels onze eerste doelstellingen voor 2020 en 2021 evalueren en kunnen melden dat we diverse reductiedoelstellingen hebben kunnen behalen.

Voorgaande doelstellingen 2019

- Scope 1: 5,5% reductie in 2020, 9% in 2021, 11% in 2022 t.o.v. 2019.
- Scope 2: 0,8% reductie in 2020, 1,4% in 2021, 1,7% in 2022 t.o.v. 2019.
* refererend aan de omzet of FTE.

Reflectie doelstellingen 2020

De doelstelling op scope 1 met ruimschoots behaald. Deze uitstoot betreft namelijk geheel zakelijk verkeer. Dit is vanwege de elektrificatie en vanwege corona sterk teruggedrongen. De reductie is 43,26% reductie. Gerefereerd aan het aantal medewerkers is de reductie 37,62% reductie. Aangezien de omzet ook sterk is teruggelopen is daaraan gerefereerd de CO₂ uitstoot wel verhoogd. Aangezien de vaste uitstoot van kantoor wel constanter blijft is dit ook een logisch gevolg en is onze doelstelling van 5,5% reductie in 2020 t.o.v. 2019 behaald.

De reductie op scope 2 is niet behaald gezien de elektrificering van het wagenpark en groei van het aantal / verbruik DOOH-schermen in eigen beheer. Daarnaast mocht in 2019 het type 'stroom onbekend' nog worden gebruikt. Gezien dit voor de CO₂ prestatieladder versie 3.1 niet meer gebruikt mag worden is de voetprint over 2019 hierop aangepast waarmee de uitstoot over 2019 sterk is gegroeid.

Met deze nieuwe cijfers is de uitstoot gereduceerd van 13,343 ton CO₂ naar 11,153 ton CO₂ per medewerker (scope 2 aangevuld met business travel) ofwel een reductie van 16,41%. Hiermee is de doelstelling van 0,8% behaald.

T.o.v. de omzet is de doelstelling niet behaald, aangezien de omzet is gekelderd in 2020.

Reflectie doelstellingen 2021

De reductie op scope 1 is in 2021 van 3,2 ton CO₂ naar 1,977 ton CO₂ gegaan. Hiermee is de doelstelling voor 2021 behaald. Dit resultaat is behaald door de verdere elektrificering, van 29% naar 45% elektrische vervoersmiddelen. De CO₂-reductie is 38,24% reductie t.o.v.

Ngage Media B.V.	Pagina 2 van 5
CO ₂ portfolio: D04.Energie management actieplan 2022.docx	Datum: 09-05-2022

2019. Ook gerefereerd naar de omzet, die in 2021 weer iets is aangetrokken, is er een reductie behaald.

Voor scope 2 incl. business travel is de uitstoot per FTE verhoogt van 10,26 ton CO₂ naar 12,2 ton CO₂. Ook gekeken naar de omzet is er geen reductie behaald. De groei zit in het elektra-verbruik van ons elektrische vervoer (waardoor scope 1 wel is gereduceerd) en de eigen DOOH-schermen. Deze uitstoot / energieverbruik is harder gegroeid dan de omzet. Dit kan gezien worden als bijtrekken van de omzet tijdens corona. Daarnaast is het verbruik van de DOOH-schermen ook weer gegroeid, waar dit in 2019 naar 2020 was gedaald van 538,68 kWh/m² naar 516,05kWh/m² is dit in 2021 gegaan naar 632,87kWh/m². Deze groei zit vooral in het hogere verbruik per scherm over 2021 t.o.v. 2020. Dit is mogelijk een stukje verklaarbaar door de iets hogere zonuren in 2021 t.o.v. 2020, van 1799 uur zon in 2021 tegen 1774 uren in 2020 (zie o.a. [weeronline](#)) en mogelijk meer focus op zichtbaarheid dan efficiëntie om zeker in deze tijd de klant naar tevredenheid te bedienen.

Nieuwe doelstellingen 2021-2022

Gezien behaalde resultaten, scope-verschuivingen en mogelijke toekomstige ontwikkelingen zijn de volgende doelstellingen bepaald:

- Scope 1: 25% in 2022 t.o.v. 2019.
- Scope 2 incl. business travel: 1% in 2022 t.o.v. 2019.
* refererend aan de omzet of FTE.

Deze doelstellingen worden halfjaarlijks gemonitord / beoordeeld op voortgang via de emissie inventaris. Dit wordt daarna zowel intern als extern gecommuniceerd.

Betrekking doelstellingen op project(en) met gunningsvoordeel

De doelstelling en maatregelen op onze scope 1 heeft directe betrekking op ons operationele deel van de organisatie. Hiermee heeft de scope 1 reductiedoelstelling ook een directe relatie met eventuele projecten met CO₂-gunningsvoordeel. Er zijn momenteel geen gegunde projecten actief.

3. Alternatieve brandstoffen en/of groene stroom

Evaluatie doelstellingen

Hierbij een reflectie over deze doelstellingen over 2021: Inmiddels is 45% van de voertuigen EV-voertuigen waarmee we weer verder zijn dan 2020.

Hiermee hebben we onze doelstelling voor 2021 niet geheel behaald, die stond namelijk op 50%. De reden is een krimp van het wagenpark. Als we de weggevallen auto's wel hadden vervangen door EV dan was dit % wel behaald.

Nieuwe doelstelling

Voor het gebruik van alternatieve brandstoffen en/of groene stroom hebben we de volgende doelstelling bepaald: verdere elektrificering van het eigen wagenpark.

Uitgewerkt voor de komende jaren betekent dit een EV-aandeel in het eigen wagenpark van 60% eind van 2022.

4. Reductiemaatregelen 2022-2023

Ngage Media B.V.	Pagina 3 van 5
CO ₂ portfolio: D04.Energie management actieplan 2022.docx	Datum: 09-05-2022

Onderstaande een toelichting op de op te pakken maatregelen waarmee we bovenstaande reductiedoelstellingen als realistisch inschatten.

Deze maatregelen hebben (in)direct betrekking op eventuele projecten. Project specifieke maatregelen zijn wanneer relevant separaat benoemd in projectrapportages. Wanneer er meerdere maatregelen per scope zijn benoemd wordt bij deze maatregelen aangegeven hoeveel reductie% ze vertegenwoordigen van bovengenoemde reductie% van die betreffende scope.

Scope 1:**Brandstof t.b.v. vervoer reduceren – elektrificeren (100% van de doelstelling)**

Dit is een bedrijfsbrede doelstelling en de grootste uitstootbron waar wij zelf direct invloed op hebben. Gezien het wagenpark en hiermee het brandstofverbruik de enige uitstoot in scope 1 is willen we met verdere elektrificering de benoemde reductie van scope 1, zie hoofdstuk 2, behalen. Dit wordt ondersteund door verdere stimulering van thuiswerken (naar 10% van de werktijd), parkeren in de buurt van het kantoor en (Swap)fietsen voor het laatste stukje naar kantoor en een voorraad goederen op kantoor aanhouden waardoor we niet voor ieder dingetje naar de winkel hoeven te gaan.

Deze doelstelling is reeds in gang gezet door het vaststellen van een nieuw autobeleid en inzet van EV-voertuigen ter vervanging van de brandstofmachines, waarin we willen groeien naar een geheel EV wagenpark en uiteraard verder faciliteiten voor thuiswerken. Vanaf juni 2022 start een HR medewerker en zullen we het HR-beleid hierop uitwerken.

Directie en HR zijn de verantwoordelijk personen voor de opvolging van deze maatregel en terugkoppeling / stimulering via de zeepkist-momenten.

Scope 2 incl. business travel:**Stroomverbruik reduceren d.m.v. nieuwe technieken (5%)**

Door de inzet van nieuwe technieken waaronder bewegingssensoren, nieuwe IT-apparatuur, verlichting en keukenapparatuur (kokendwaterkraan en koelkast) hopen we op het stroomverbruik van kantoor een reductie te behalen en behouden.

Lering trekken m.b.t. stroomverbruik kantoorgebruik (20%)

Medio 2022/2023 (met de nieuwe 3-jarencyclus certificering) willen we mogelijk een benchmark uitvoeren van ons kantoorverbruik met andere kantoren in ditzelfde pand. In 2021 zijn we zeer beperkt op kantoor geweest, waardoor dit over afgelopen jaar niet relevant was.

Met deze vergelijking zullen we een direct vergelijk kunnen maken tussen ons verbruik en andere partijen met eenzelfde type installatie en omgeving. Als hier verschillen in te vinden zijn, kunnen we hier mogelijkwijs lering uit trekken.

Stroomverbruik reduceren d.m.v. efficiëntere inzet DOOH (75%)

Daarnaast willen we op het stroomverbruik van de DOOH / buitenschermen een besparing doorvoeren. Dit willen we bereiken door enerzijds het verder tweaken / instellen van de schermen via de beheeromgeving (afstellen lichtsensoren) en anderzijds de inzet van nieuwe duurzame schermen bij nieuwe plaatsingen en vervanging / groot onderhoud.

Ngage Media B.V.	Pagina 4 van 5
CO ₂ portfolio: D04.Energie management actieplan 2022.docx	Datum: 09-05-2022

Deze reductie heeft ook betrekking / gevolgen voor de schermen waarvoor de klant / opdrachtgever de energieverantwoordelijke is. Hiermee realiseren we dus ook reductie in scope 3 en kan dit gezien worden als een initiatief van Ngage Media.

Meer hierover is ook te lezen in D05.Initiatieven en participaties.

5. Beoordeling ambitieniveau

We hebben onze voetprint, certificatieniveau en reductiedoelstellingen proberen te vergelijken met een aantal collega-partijen (JC Decaux, Interbest, BlowUP Media). Deze partijen hebben geen van alle een CO2-prestatieladder certificaat.

Hiermee lijkt onze CO2-beleid scherper en concreter dan de milieu-uitlatingen van de andere partijen. De andere partijen hebben in zijn geheel geen doelstellingen voor CO2-reductie waarmee we onze doelstellingen kunnen vergelijken.

Wat wel te benoemen is dat de traditionelere partijen de reclame ook vormgeven via fysiek printwerk, fysieke plaatsing en afvoer en vernietiging achteraf.

Onze maatregelenlijst heeft diverse maatregelen waaronder ook diverse. B en C-maatregelen (ambitieuw) waaronder zeer duurzaam pand (A++), innovatiebudget voor duurzaamheid, duurzaam autobeleid c.q. zero-emissie voertuigen.

Ons initiatief om schermen, ook van de klant / gebruikers, te kunnen tweaken hebben we bij andere partijen nog niet tegen gekomen.

Hiermee zien wij onszelf voldoende als koploper voor niveau 3-certificering vergeleken met soortgenoten.

6. Ondertekening directie / hoger management



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

..... 10 - 05 - 20 22

datum ondertekening

Bijlage:

- o D04a.Rapport maatregellijst 2022, kopie vanaf SKAO

Bronvermelding:

- o Niet van toepassing, anders dan het CO₂ portfolio.

Ngage Media B.V.	Pagina 5 van 5
CO ₂ portfolio: D04.Energie management actieplan 2022.docx	Datum: 09-05-2022

