

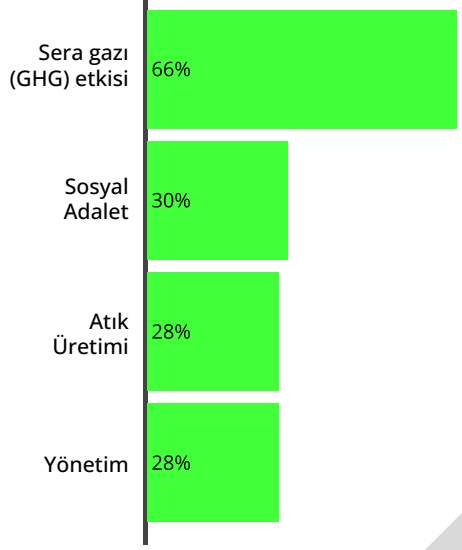
DİJİTAL REKLAMCILIKTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK - HAZIRLIK DURUMU RAPORU 2024

IAB Europe, Dijital Reklamcılıkta Sürdürülebilirlik - Hazırlık Durumu Raporu 2024'ten önemli istatistikleri derledi. Anket, 29 Avrupa pazarından 186 katılımcı aldı.

Sürdürülebilirlik, İlk 3 İş Zorluğundan Biridir

- 1 Üçüncü taraf çerezlerin kullanımının sona ermesi (%36)
- 2 Ölçümleme (%35)
- 3 Sürdürülebilirlik (%27)

Sürdürülebilirliğin En Önemli Yönleri



Dijital reklamcılık işletmelerinin

70%'i

CO₂e azaltma yolculuğuna başlamıştır.

Sürdürülebilirlik İlerlemesi



İşletmelerin **51%**'i bir denetim gerçekleştirmiştir.



51%'i sektör forumlarına katılmıştır.



48%'i bir kontrol listesi oluşturmuştur.

90%'i

dijital reklam tedarik zincirinde GHG emisyonlarını azaltan çözümlerin benimsenmesinin çevresel sürdürülebilirlikte ilerleme kaydetmenin anahtarı olduğunu belirtmiştir.

89%'u

GHG emisyonlarını azaltmak için araçların geliştirilmesini belirtmiştir.

89%

Sera gazı (GHG) etkisi, sosyal adalet, atık oluşumu ve yönetim konuları da önemli görülmüştür.

Şirketlerin

24%'ü

%24'ü, dijital reklamların etkisini ölçmek için bir sera gazı (GHG) tahmin çerçevesi metodolojisi veya modeli benimsemiştir.

Kaynak



IAB Europe 2024 Hazırlık Durumu Raporu