



IAB Avrupa Dijital Reklamcılıkta Sera Gazı Tahmin Çözümleri Haritalaması

Yönetici Özeti

Avrupa'da dijital reklamcılıktan kaynaklanan sera gazı (GHG) emisyonlarını tahmin etme ve azaltma konusunda büyük bir ivme var. Büyük medya grupları ve ticaret dernekleri yoğun bir şekilde yer almakta ve bu zorlukla başa çıkmak için birçok şirket kurulmuştur. Bu karmaşık yapıda, dijital reklamcılığın çevresel etkisini tahmin etmek için kullanılan metodolojiler ve verilerin daha iyi anlaşılması gerekmektedir. Bu amaçla, ulusal ve artık küresel düzeyde ortak metodolojik yaklaşımlar kademeli olarak uygulanmaktadır. IAB Europe ile yaptığımız çalışma, metodolojileri ve verileri karşılaştırmak için paydaşlar arasında daha büyük bir şeffaflık ve gerçek işbirliği sağlamaya yardımcı olmaktadır.

Dijital reklam endüstrisinde GHG emisyonlarını tahmin etmek için seçenekler hızla büyümüş ve çeşitlenmiştir. Daha fazlası ise başlangıç aşamasında. Bununla birlikte, bu boşluk analizinde gösterilen önemli detay farklılıkları vardır. Yüzeysel olarak bakıldığında bile, tahminlerinin neden farklı olabileceğini anlamak için farklı çözümlerin kapsamlı bir analizinin gerekli olduğu açıktır. Ayrıca, tedarik zinciri paydaşları arasında ek katılım ve üçüncü taraf GHG tahminlerinin hedef aldığı piyasa katılımcılarının daha fazla dahil edilmesi, daha sağlam bir veri temeli elde etmek için kritik öneme sahiptir.

Arthur Millet

IAB Europe Sürdürülebilirlik Standartları Komitesi Başkanı

Steffen Johann Hubert

IAB Europe Sürdürülebilirlik Standartları Komitesi Başkan Yardımcısı

1. Giriş

Dijital reklamcılık ile ilişkili sera gazı (GHG) emisyonlarının seviyesini anlamak, çevresel ayak izinin azaltılması için gerekli bir koşuldur. Dijital kampanyalar ve medya ürünleri için emisyon tahminleri üreten araçların geliştirilmesi, esas olarak pazarlama faaliyetlerinden kaynaklanan kapsam 3 emisyonlarını ölçmeyi ve azaltmayı amaçlayan firmalar tarafından yönlendirilmektedir ve medya ölçümüne yeni bir boyut kazandırmıştır. Endüstri, sürdürülebilirlikle ilgili çözümler sunmaya devam ederken, pazarlamacılar stratejilerini hedeflerine uyarlamalarına yardımcı olacak bir referans aracına ihtiyaç duyabilirler. Aşağıdaki haritalama, sektör profesyonellerinin mevcut emisyon modellerini anlamalarına ve bunların neden farklı tahminlere ulaşabileceğini anlamalarına yardımcı olmak amacıyla hazırlanmıştır.

Toplanan bilgiler teknik derinlik açısından çeşitlilik göstermekte olup, temel çözüm tanımlarından metodoloji farklılıklarının genel bir bakışına kadar uzanmaktadır. Nihayetinde, haritalama, sektör profesyonellerinin GHG tahmin seçeneklerini incelerken arayacakları verileri içermektedir.

Haritalamanın ikinci amacı, dijital reklam ürünleri için sağlam GHG tahminleri oluşturmanın ana zorluklarını ortaya çıkarmak ve daha ileri çalışmalar ve sektör işbirliği için bir temel sağlamaktır. Modellerinin nasıl geliştirilebileceği konusunda tedarikçilerle yapılan görüşmelerde dört ana odak alanı ortaya çıkmıştır. Avrupa dijital reklam ekosistemi, IAB Europe tarafından temsil edilmekte olup, bu zorlukların ele alınması ve dijital medya ürünleriyle ilgili GHG tahminlerinin güvenilirliğinin artırılması konusunda aktif olarak çalışmaktadır.

2. Format

2.1. Kategoriler

Katılımcı kuruluşlardan toplanan bilgiler, GHG tahmin çözümlerinin farklı yönlerini temsil eden 9 kategoriye ayrılmıştır.

- Amaç: Çözümün sahibi tarafından sunulan kullanım durumu.
- Tedarik Zinciri Kapsamı: Dijital reklam tedarik zincirinin hangi aşamalarının kapsandığının değerlendirilmesi.
- Cihaz Yaşam Döngüsü: Cihazların hangi yaşam döngüsü aşamalarının kapsandığının ve hangi tür emisyonların dikkate alındığında (örneğin, kullanım aşaması vs üretim) değerlendirilmesi.
- Şeffaflık: Temel varsayımlar, rakamlar ve hesaplamalar ile ilgili açıklık değerlendirmesi.
- Belirsizliğin Dahil Edilmesi: GHG modelinin belirsizliğinin ne ölçüde anlaşıldığı, hesaba katıldığı ve çözümde temsil edildiğinin değerlendirilmesi.
- Veri Entegrasyonu: Modelin, sürdürülebilirlik gelişiminin çeşitli seviyelerinde olan firmalar tarafından kullanımına uygunluk değerlendirilmesi.
- Coğrafi Esneklik: Çözümün hangi pazarlar için tasarlandığı ve diğer yerlere uyarlanabilir olup olmadığının açıklanması.
- Geliştirme: Çözümün sahibinin çözümü nasıl geliştirdiği ve güncellediği, ayrıca piyasa tarafından benimsenmesi konusundaki katılımı.
- Uyum Yönelimi: Çözümün, finansal olmayan açıklama düzenlemeleriyle uyumu sağlayıp sağlamadığının açıklanması.

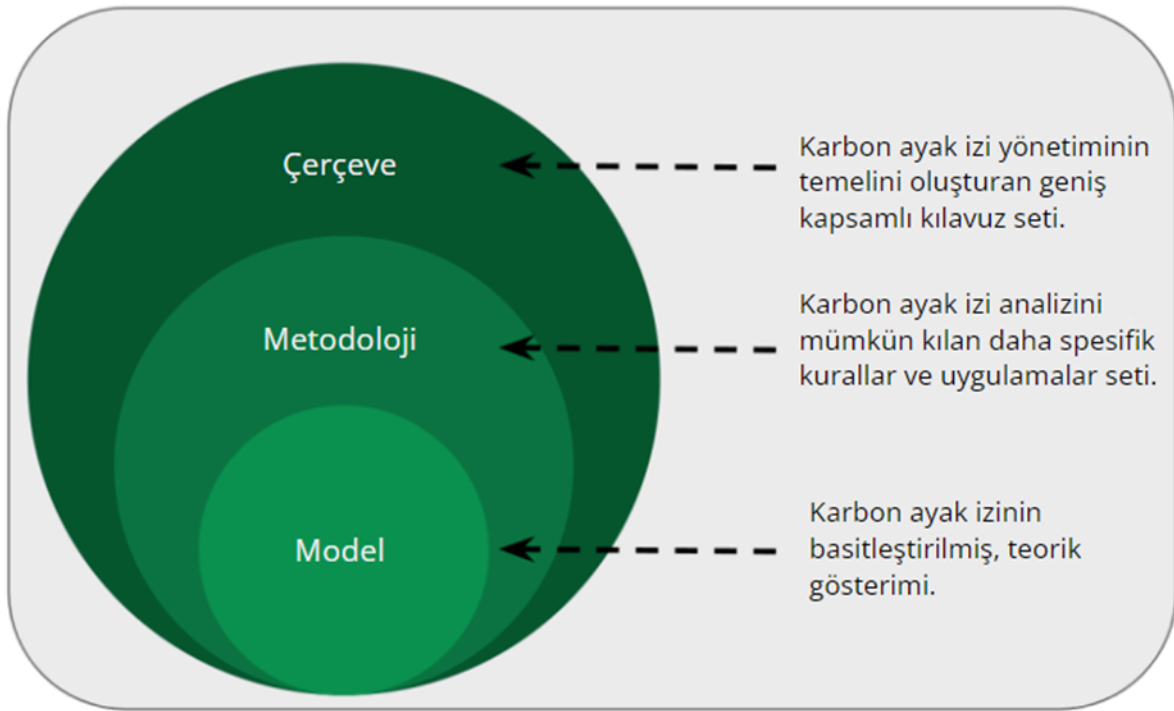
2.2. Ek Bilgiler

Katılımcılar, çözümlerinin her kategoriye ilişkin açıklamalarını bağlamlaştıran bilgileri paylaşmaya teşvik edilmiştir. Okuyucular, bu ek bilgileri incelemeye teşvik edilmiştir, çünkü bu bilgiler görsellerde tam olarak yakalanamayabilecek önemli bilgiler içermektedir.

3. Dahil Edilen Çözümler

3.1. Çözüm Sınıflandırması

Analiz öncesinde, Komite tarafından farklı çıktı türlerini tanımlamaya yardımcı olmak amacıyla aşağıdaki sera gazı (GHG) tahmin çözümü sınıflandırması benimsenmiştir.



Çerçeveler, bir kuruluşun sera gazı emisyonlarını nasıl ele alması- yani ölçmesi, raporlaması ve azaltması- gerektiğini tanımlayan geniş, resmi kılavuz setleridir. Bunlar kamuya açık olabilir ve birçok farklı sera gazı tahmin çözümünün temelini oluşturabilir veya tescilli teknolojik rehberlik olarak geliştirilebilir. Metodoloji, bir kuruluşun sera gazı emisyonlarını ölçerken kurumsal, operasyonel ve analitik eylemlerinin temelini oluşturan uygulamalar, kurallar ve yönergeler dizisini ifade eder. Bu, belirli değer zinciri faaliyetlerini tanımlamak için toplanan verileri ve sera gazı etkisi tahminlerinin nasıl hesaplandığını açıklar.

Bir model veya tahmin aracı, değer zincirindeki faaliyeti tanımlayan girdileri (örneğin, gösterim sayısı, yaratıcı dosya boyutu) kabul eden ve ilgili sera gazı ayak izi için bir tahmin üreten bir araçtır. Modeller genellikle bir çerçeve ve metodoloji uygulanarak oluşturulur.

3.2. Katılımcı Kuruluşlar

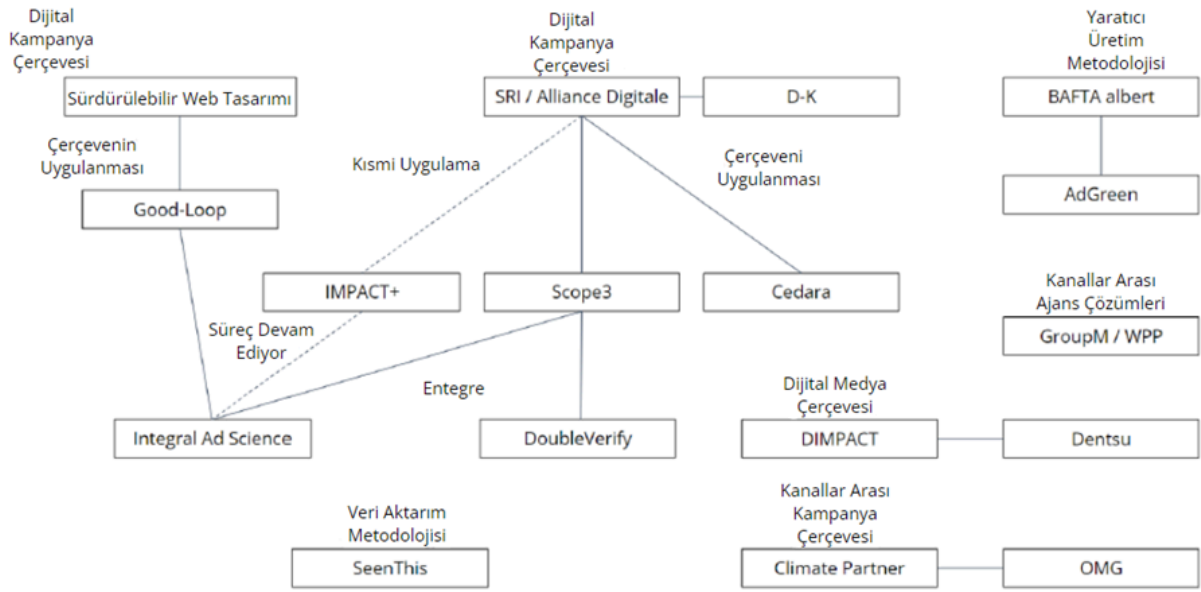
Analiz öncesinde, farklı çıktı türlerinin tanımlanmasına yardımcı olmak amacıyla Komite tarafından aşağıdaki sera gazı tahmin çözümleri sınıflandırması benimsenmiştir.

Sahip Kurum	Çerçeve	Metodoloji	Model
SRI / Alliance Digitale	✓	✓	
Climate Partner*	✓	✓	✓
DIMPACT	✓	✓	✓
GroupM *	✓	✓	✓
Omnicom Media Group *		✓	✓
Dentsu *	✓	✓	✓
AdGreen		✓	✓
Scope3 *		✓	✓
Good-Loop *		✓	✓
IMPACT+ *		✓	✓
DK *		✓	✓
SeenThis *		✓	
Cedara *		✓	✓

* kâr amacı gütmeyen kuruluş

3.3. Çözüm Etkileşimi

Analizden önce, farklı çıktı türlerinin tanımlanmasına yardımcı olmak amacıyla Komite tarafından aşağıdaki sera gazı tahmin çözümleri sınıflandırması benimsenmiştir.



4. Sonuçlar

4.1. Amaç

Katılımcı kuruluşlardan toplanan bilgiler, GHG tahmin çözümlerinin farklı yönlerini temsil eden 9 kategoriye ayrılmıştır.

SRI / Alliance Digitale

Paydaşların dijital kampanyalardan kaynaklanan emisyonları değerlendirmek için karbon ayak izi değerlendirme araçları geliştirmelerini sağlayacak metodoloji ve veri tabanı oluşturmak.

Climate Partner

Medya ajanslarına, yayıncılara ve diğer paydaşlara değer zinciri boyunca CO2 emisyonlarının kapsamlı bir özetini sağlamak.

Bu, kampanya planlamasına emisyon değerlendirmelerinin dahil edilmesini kolaylaştırır ve etkili azaltma önlemlerinin türetilmesini sağlar. Ayrıca, emisyonlarını dengelemek isteyen müşterilere sağlam emisyon verileri sunarlar.

DIMPACT

DIMPACT, şirketlerin dijital medya ve eğlence ürünlerinden kaynaklanan emisyonları tahmin etmelerini ve ele almalarını destekleyen bir girişimdir. DIMPACT, bir araç ve kamuya açık bir metodoloji sunarken, medya ve eğlence şirketlerinin emisyonları daha iyi anlamak ve ele almak için bir araya geldikleri işbirlikçi bir gruptur.

GroupM

Bilim temelli azaltma ve net sıfır hedeflerinde medya emisyonlarını hesaba katan sektördeki ilk kuruluş olarak, GroupM ve WPP, sektörü ve müşterilerini bu karmaşık alanda emisyonları azaltma konusunda desteklemek için çalışıyorlar. GroupM kar amacı güden bir kuruluş olmasına rağmen, çerçevelerine ücretsiz erişim sağladıklarını ve standartların geliştirilmesinde yer alan sektör çalışma gruplarıyla açıkça paylaştıklarını belirtmek gerekir.

Omnicom Media Group

Karbon araçları, ClimatePartner tarafından geliştirilmiş ve sertifikalandırılmış yöntemi kullanarak programatik bir kampanyanın emisyonlarını hesaplar. Bu şekilde hesaplanan emisyonlarla, kampanyaları optimize edebilir ve aynı medya verimliliğini korurken izlenim başına emisyonları optimize edebilirler.

Dentsu

Metodolojileri, medya kampanyalarının yaşam döngüsü boyunca karbon ölçümü, anlaşılması ve yönetimini sağlar. Medya karbon hesaplayıcıları, medya planlama ve satın alma süreçlerinde bilinçli karar verme sürecini desteklemeyi amaçlamaktadır.

AdGreen

Yaratıcı prodüksiyondan kaynaklanan sera gazı emisyonlarının seviyesini tahmin eder.

Scope3

Reklamlarla ilişkili emisyonları anlamak ve ölçmek, azaltma eylemlerini kolaylaştırmak ve pozitif bir döngü oluşturmak - sürdürülebilir uygulamalar ve ek emisyon açıklamaları ile önyargılı medya satın almayı teşvik etmek.

Good-Loop

Good Measures Teknolojisinin amaçlanan kullanım durumu, ajansların dijital reklam kampanyalarından kaynaklanan tahmini GHG emisyonlarını hem canlı hem de sonradan analiz etmelerini sağlamaktır. Mevcut ve gelecekteki kampanyalar, Yayıncı Optimizasyonları ve Yaratıcı Optimizasyonları aracı kullanılarak GHG emisyonlarını azaltmak için optimize edilebilir.

IMPACT+

- Çeşitli ayrıntı seviyelerinde (kampanya, platform, marka vb.) iç ve dış raporlama amaçlı GHG emisyonlarını değerlendirmek.
- Dijital reklam kampanyalarının karbon ayak izini azaltmak için eylemleri belirlemek.
- Optimizasyonların etkinliğini azaltılmış ve önlenmiş emisyonların değerlendirilmesi yoluyla değerlendirmek.
- Tarihsel faaliyetler ve ülke ortalamalarına karşı çevresel performansı izlemek.
- Üretilen çevresel verileri, ek platformlarda (örneğin, DSP'de özel teklif verme) daha fazla optimize etmek için kullanmak.
- Kampanyaya başlamadan önce potansiyel çevresel etkinizi değerlendirin.
- Çevresel etkiyi en aza indirmek için yaratıcı ağırlıklarınızı optimize edin.
- Kolay yönetim için platform içinde raporları görselleştirin veya tam olarak gereken verileri dışa aktarmak için özel rapor oluşturucu kullanın.

Cedara

Çözüm, dijital, baskı, dış mekan, TV, radyo ve etkinlikler de dahil olmak üzere tüm pazarlama tedarik zincirlerinde yer alan tüm şirketler için tasarlanmıştır. İşletmeler için kurumsal emisyonları ölçer ve azaltma ve SBTI net sıfır başvurularında yardımcı olur.

Ayrıca, üçüncü taraf emisyon hesaplayıcılarının daha doğru hale gelmesi için tahmin edilen veri setlerine olan bağımlılığı azaltarak tedarik zinciri boyunca kurumsal verilerin iletilmesine yardımcı olurlar.

DK

Çevrimiçi ve çevrimdışı reklam kampanyalarının (Baskı, Dijital, Radyo, Dış Mekan, TV, Sinema) karbon ayak izini ölçme ve optimize etme çözümleri sağlar. DK, reklam verenler, yayıncılar, ajanslar ve medya satış evlerinin daha sorumlu ve sürdürülebilir bir dünyaya geçişlerini yönetmelerine yardımcı olur. Ticaret dernekleri (SRI/Alliance Digitale, Bureau de la Radio, SNPTV, Union des Marques vb.) ile geliştirilen çözümleri çapraz medya olup karbon ayak izini azaltmak için eylemler önerir. Müşterinin olgunluğu ve çapraz medya zorluklarına bağlı olarak, DK üç seviyede karbon değerlendirme ve yönetimi sunar:

- Denetim ve danışmanlık: Dijital, CTV, lineer TV, radyo, ses, akıllı video ve daha fazlası gibi çeşitli kanallardaki kampanyaların veya teknolojinin denetimlerini içerir.
- SaaS platformu: Veri görselleştirme için panolar sunar.
- Hesaplama API'si: Karbon verilerinin müşterinin panosuna veya başka bir BI aracına kolayca entegrasyonunu sağlar.

SeenThis

SeenThis, Doconomy tarafından doğrulanan metodolojilerini, kapsamlı bir endüstri çerçevesinin geliştirilmesi için ek perspektifler sunmayı amaçlayan devam eden boşluk analizine katkıda bulunmaktadır. Veri transferinin emisyonlar üzerindeki etkisinin az anlaşıldığı ve birkaç çerçevenin var olduğu bir zamanda geliştirilen katkıları, tartışmayı zenginleştirmeyi ve işbirlikçi ilerlemeyi teşvik etmeyi amaçlamaktadır; metodolojiyi tanıtmayı değil, ki bunu daha fazla geliştirmeyeceklerdir. SeenThis'in temel yetkinliklerine odaklandığını belirtmek önemlidir - yaratıcıları ve yaratıcı teslimatları optimize etmek - emisyon değerlendirme ortağı olma niyetleri olmadan. SeenThis, SRİxAD çerçevesini benimseyecek ve endüstriyle uyumlu bir çerçevenin geliştirilmesine aktif olarak katılacaktır

4.2 Tedarik Zinciri Kapsamı

Bir çözümün tedarik zinciri kapsamı, dijital reklamcılık tedarik zincirinin çevresel etki açısından dikkate alınan aşamalarını ifade eder.

Kreatif üretimi; çekimler, düzenleme, tahsis ve dağıtım, reklam seçimi ve dağıtımını içerir. Tüketici görünümü ise kreatif içeriklerin kullanıcı cihazlarında görüntülenmesinin etkisini kapsar.

Sahip Kurum	Yaratıcı Üretim	Tahsis & Dağıtım	Tüketici Görünümü
SRI / Alliance Digitale		✓	✓
Climate Partner	✓	✓	✓
DIMPACT		✓	✓
GroupM	✓	✓	✓*
Omnicom Media Group	✓	✓	✓
Dentsu		✓	✓
AdGreen	✓		
Scope3		✓	✓
Good-Loop		✓	
IMPACT+		✓	✓
DK	✓	✓	✓
Cedara	✓	✓	✓
SeenThis		✓	✓

* Bu aşama için ek açıklamalar olabilir.

Programatik

Mevcut programatik durumunda, emisyon tahmini için gerekli verileri temin etmek zor olabilir. Aşağıdaki tablo, tedarikçilerin hangi verilere göre emisyon tahmini yaptıklarını göstermektedir.

Sahip Kurum	Demand-Side	Supply-Side
Scope3	✓	✓
Good-Loop		✓
IMPACT+	✓	✓
DK	✓	✓
Climate Partner	✓	✓
Omnicom Media Group	Climate Partner, birçok varsayıma dayanarak, kendi programatik karbon tahmin ve optimizasyon aracını, DSP ortakları The Trade Desk'in teknik rapor verileri ile genişletti. Bu sayede daha ayrıntılı bir yaklaşım sağlayarak, müşteri odaklı ve uygulanabilir emisyon azaltma önerileri çıkarabilmektedir.	
Cedara	Canlı verileri müşterilerden okuyarak programatikte aktif yolları ve teklif sayısını belirler.	

Takip

Takip, ek veri transferi ve işlemeyi gerektirir ve dijital reklamcılıkta bilişim teknolojileri kaynak kullanımı nedeniyle oluşan sera gazı etkisinin bir bileşeninden sorumludur. Aşağıdaki tablo, hangi satıcıların modellerine takip faaliyetini dahil ettiğini göstermektedir.

Sahip Kurum	Takip Dahil	Notlar
Scope3	✓	Takip komut dosyaları yaratıcı varlıklarda bulunmaktadır.
Good-Loop	✓	IAS entegrasyonu sonucunda gerçekleşir.
DK		Ek emisyonları önlemek için takip yapılmıyor.
Climate Partner	✓	Takip komut dosyasının boyutları standart varsayımlara dayanmaktadır.
Omnicom Media Group	Kampanyaya bağlı olarak, teknik raporlarından müşteri odaklı dosya boyutunu çıkarabilirler ve tahminleri için kesin dosya ve takip dosya boyutuna sahip olabilirler. Bu mümkün değilse, Climate Partner'ın medya ortağı ile yaptığı çalışmalardan elde ettiği değeri kullanırlar.	

Ek Bilgiler:**SRI / Alliance Digitale**

Ortak Temel Kapsam		V2 (April 2023)
REKLAMVERENLER & MEDYA AJANSLARI: İletişim stratejisi		
İÇERİK ÜRETİMİ: YARATICI AJANSLAR, ÇEKİMLER, VB.		
DAĞITIM VE REKLAM ORTAMI ÖNCESİ: Pazarlama, medya planlama, hedefleme (DMP), DCO		
Reklam Alanı Dağıtımı ve Analitik (SSP, DSP, vb.)	AdTech Operasyonu	
	Programatik Sunucular	✓
	Diğer Sunucular	✓
	Ağlar	✓
Reklam Dağıtımı	Satış Operasyonu	
	Sunucular	✓
	Ağlar	✓
	Terminaller	✓
ÜÇÜNCÜ TARAF TAKİBİ: ADTECH SUNUCULARININ VE AĞLARIN TALEP EDİLMESİ		
TIKLAMA SONRASI: Açılış sayfası / app, analitikler		

SeenThis

SeenThis, kreatif içeriklerin son kullanıcıya ulaşımı sırasında aktarılan veri miktarını ölçer. Bu detaylı ölçümleme, SeenThis'in şeffaf ve ayrıntılı raporlama sağlamasına olanak tanır.

Emisyon metodolojisi, internet üzerinden gerçekleşen veri transferlerine uygulanır ve aşağıdakileri kapsar:

- Veri merkezleri
- Çekirdek ağ
- İçerik dağıtım ağları (CDNs)
- Erişim ağları
- Kullanıcı cihazlar

Cedara

Kreatif üretimi, ajanslar, reklam platformları, yayıncılar ve kullanıcı cihaz deneyimlerinin emisyonlarını baştan sonra (cradle-to-grave) olacak şekilde kapsayan bir yaklaşım benimser. SRI / Alliance Digitale çerçevesi, diğer kurumsal emisyonların eklendiği bir “minimum sınır” modeli olarak kullanılır.

Good-Loop

Dijital reklam kampanyalarının sera gazı (GHG) emisyonlarının tahminlenmesindeki veri transferini ölçen "Yukarıdan Aşağıya" (Top-down) yaklaşımı:

Toplam Veri Transferi = Yayıncı İçerik Verisi + AdTech Verisi + Kreatif İçerik Verisi

Bu yaklaşım, veri merkezlerindeki hesaplamaları ve veri transferlerini kapsar:

- AdTech
- Teklif Süreci (Bidding Process)
- Kreatif içerik

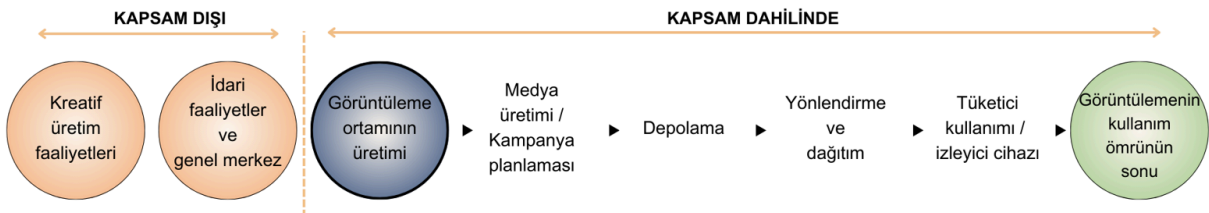
Yeşil enerji kullanımı ve karbon dengeleme (carbon offsets) de hesaba katılır.

DK

DK, SRI / Alliance Digitale çerçevesi V2 ile uyumludur. API bağlantılarını kullanarak reklam sunucusu verilerini topladıktan sonra ayrıntılı kampanya verilerini ekleyebilirler.

Dentsu

Dentsu, bir kampanyanın yaşam döngüsünün karbon ayak izini hesaplamak için (Ürün Yaşam Döngüsü Değerlendirme Standardına dayalı) özel bir metodoloji geliştirmiştir. Dentsu'nun karbon metodolojisi, medya kampanyalarının farklı yaşam döngüsü aşamalarını kapsar ve pazarın inceliklerine göre uyarlanmıştır. Emisyon raporlamalarının doğruluğunu sağlamak amacıyla, metodolojileri, aşağıdaki sınırları kullanarak ve yerel verileri dikkate alarak pazar düzeyinde oluşturulmuştur.



4.3 Cihaz Yaşam Döngüsü

Cihazlar, kullanımları sırasında elektrik üretiminden kaynaklanan sera gazı (GHG) emisyonlarının yanı sıra, üretim ve imha süreçlerinden de sorumludur.

Aşağıdaki tablo, her bir çözümün cihaz türüne göre hangi yaşam döngüsü aşamasını kapsadığını göstermektedir.

Sahip Kurum	Sunucular	Ağlar	Kullanıcı Cihazları	Notlar
SRI / Alliance Digitale				
Climate Partner				
DIMPACT				Kullanıcıları gömülü emisyonları ekleyebilirler.
GroupM				Gömülü yoğunlukları önerir.
Omnicom Media Group				
Dentsu				
AdGreen	Kreatif üretimine uygulamaz.			
Scope3				
Good-Loop				
IMPACT+				Mödüler
DK				
Cedara	SRI metodolojisini takip eder.			

SeenThis			  	Gömülü emisyonları dahil etmek için oran belirler.
----------	---	---	--	---

Anahtar:

- Üretim kaynaklı emisyonlar 
- Kullanım aşaması emisyonları 
- Kullanım ömrü sonu emisyonları 

4.4 Şeffaflık

Şeffaflık, firmaların farklı çözümleri karşılaştırma fırsatını anlamaları ve bu fırsatı korumaları için önemlidir. Belge ve gösterge verilerini açıklamak şeffaflığı sağlar. "Open-source" (açık kaynaklı) terimi belirli bir yazılım lisans türünü ifade ederken, burada belgelerin herkese açık olmasını ifade eder. Tüm çözümler açık kaynaklıdır veya kamuya açık çerçeveler veya araştırmalara dayanır. Kamuya açık veri sütunu, bir GHG (sera gazı) modelinde kullanılan veya üretilen verilerin, anonimleştirilmiş veriler de dahil olmak üzere, kamuya açık hale getirilip getirilmediğini belirtir.

Sahip Kurum	Açık Kaynak	Açık Kaynaklara Dayalı	Kamuya Açık Veri
SRI / Alliance Digitale	✓		✓
Climate Partner		✓	
DIMPACT	✓	✓	✓
GroupM	✓		
Omnicom Media Group		✓	
Dentsu	✓		
AdGreen	✓		
Scope3	✓	✓	✓
Good-Loop		✓	✓
IMPACT+	✓	✓	
DK	✓	✓	✓
Cedara		✓	
SeenThis	✓	✓	✓

Ek Bilgi:

Climate Partner

Reklam gösterim metodolojisi, açık kaynak araştırmalarına ve bilimsel veritabanlarından (örneğin Ecoinvent) elde edilen özel verilere dayanmaktadır. Genel olarak, kurumsal ve ürünle ilgili emisyonların hesaplanmasında GHG protokolü gibi uluslararası muhasebe standartlarını ve sektöre özel yönergeleri takip ederler. Bu amaçla, sağlam karbon ayak izlerini hesaplamak için bilimsel veritabanları, araştırma çalışmaları ve müşteri verilerini kullanırlar. Metodolojilerinin detaylı açıklamalarını müşterilerine sağlarlar. Talep üzerine, bireysel hesaplamalar (örneğin kullanılan emisyon faktörleri) hakkında daha fazla bilgi sunarlar.

Omnicom Media Group

Metodolojileri Climate Partner'a dayandığı ve emisyon faktörleri içeren veritabanları kullandığı için ham verileri paylaşmaları yasaktır ve şu anda detaylı metodolojilerini açıklamaları mümkün değildir.

Dentsu

Metodolojilerini kamuya açık olarak paylaşmazlar. Ancak, MCC ile ilgili müşteri görüşmelerinde yaklaşımlarının, sınırlamalarının, varsayımlarının vb. detaylarını müşterileriyle paylaşırlar ve gizlilik anlaşmaları altındadırlar. Dijital metodolojilerini DIMPACT'e model temeli olarak verdiler – bu kamuya açık bilgi olup açıklanmıştır.

Good-Loop

Çözümlerini nasıl kullanacaklarına dair gösterimler sağlarlar ve çözümleri ve metodolojileri için destekleyici belgeler üretmişlerdir. Metodolojileri, Sustainable Web Design'in veri-elektrik formülünden elde edilen açık kaynak hesaplamalarına dayanır ve Greenly tarafından yapılan bir dış denetim sonrası amaca uygun olarak sertifikalandırılmıştır. Hesaplamalarda kullanılan değerler, 2020'den 2030'a kadar internet elektriği kullanımını modelleyen açık kaynak araştırmalarından alınmıştır (Andrae, 2020). Küresel elektrik şebekesi (442 g/kWh) ve yenilenebilir enerji kaynakları (50 g/kWh) için karbon faktörleri dahil olmak üzere kamuya açık veriler kullanırlar. Bu veriler EMBER World Data web sitesinden ve Ulusal Yenilenebilir Enerji Laboratuvarı (NREL) raporundan alınmıştır.

SeenThis

Hesaplamalarda kullanılan veri kaynakları aşağıdaki kriterlere göre seçilmiştir:

- Seçilen kapsamla ilgili örtüşme ve tamlık: hesaplamalarda geçerliliği sağlar ve hata payını azaltır.

- Tanınmış ve uzmanlaşmış araştırmalardan veya kurumlardan gelme: güvenilirlik ve sağlamlık sağlar.
- Kamuya açık: şeffaflığı sağlar. Hesaplamalar kısmen bu kaynaklara, kısmen de konuyla ilgili uzmanlarla yapılan görüşmelere dayanır. Bilgi ve İletişim Teknolojisi (ITC) alanının büyüklüğü ve hızlı evrimi göz önüne alındığında, güncel yayınların ve çalışmaların düzenli olarak incelenmesi gerekmektedir. Temel varsayımlar ve kaynaklar da zaman zaman sorgulanmalı ve güncel ve geçerli bir hesaplama modeli sağlanmalıdır.

Cedara

Kurumlar arası üst düzey emisyonları ölçmek için kamuya açık GHG emisyon hesaplama modelleri ve emisyon faktörleri veritabanlarını kullanırlar. Ürün düzeyindeki emisyonları hesaplamak için sektörde onaylı çerçeveler ve Cedara emisyon faktörlerini kullanırlar. Teknolojilerini doğrudan işletmelerle entegre ederek operasyon verilerini alır ve bunu emisyon verilerine dönüştürürler. Şirket başına toplam emisyonlar, kurumsal yoğunluk ve kullanılan emisyon faktörleri hakkında şeffaflık sağlarlar (şirket izin veriyse).

IMPACT+

Tam metodoloji belgesi çevrimiçi olarak mevcuttur. Lisanslama açısından açık kaynak olmasa da metodolojilerini veya araçlarını ücretsiz olarak yeniden kullanmak mümkün değildir, ancak aynı düzeyde şeffaflığı, potansiyel müşterilere ve müşterilere sunarlar.

DK

Metodolojileri (Bilan carbone veya GHG protokolü) ve kullandıkları veritabanları hakkında tam şeffaflık sağlarlar. Bu veritabanları kamuya açık veya özel olabilir (örneğin SRİxAD veritabanı, base Empreinte de l'ADEME veya NEGAOCTET). Modeldeki her adım için emisyon tahmin yüzdelerini de sağlarlar (barındırma, teslimat, sunucular, aktivasyon, tüketici görünümü vb.). Hesaplamayı sağladıklarında, aynı zamanda hesaplamanın dayandığı çerçeveyi de belirtirler. TV/Radyo/Dijital ölçüm için metodolojik hesaplama belgeleri de üretmişlerdir.

4.5 Belirsizliklerin Dahil Edilmesi

Sera gazı (GHG) tahminlerinde hataları dikkate alıp almadıkları sorulan çözüm sahipleri, bunun hala bir zorluk olduğunu ifade etmişlerdir. GHG tahminlerinin dayandığı veriler genellikle belirsizliği tanımlayan sayılarla birlikte sunulmaz. Yine de nitel veri değerlendirmeleri ve belirsizliğin çeşitli modellere nasıl girebileceğinin değerlendirilmesi için seçenekler bulunmaktadır.

Sahip Kurum	Belirsizliklerin Tahmini	Notlar
SRI / Alliance Digitale	Veri Erişilebilirlik Boşluğu: Veri kaynakları arasında belirsizliğin dikkate alındığı alanlarda boşluklar bulunmaktadır. Sera gazı (GHG) tahminleri, bilimsel nitelikte olmayan kurumsal emisyon raporlarından alınan verileri kullanan tahsis yöntemlerine dayanır. Ayrıca, LCA (Yaşam Döngüsü Analizi) veritabanı rakamları da belirsizlik tanımlamalarından yoksun olabilir.	Veri kalitesinin niteliksel değerlendirmesi.
Climate Partner		
DIMPACT		
GroupM		
Omnicom Media Group		
Dentsu		
AdGreen		
Scope3		Sınırlamalar ve varsayımlar vurgulanmıştır. Daha yüksek kaliteli veri temin etmeye çalışılmaktadır.
Good-Loop		Sınırlamalar ve varsayımlar vurgulanmıştır. Daha yüksek kaliteli veri temin etmeye çalışılmaktadır.
IMPACT+		
DK		Yakında eklenecek olan özellik, varsayımları vurgulamak için “kutu grafik diyagramı” eklemesini içerecektir.
Cedara		Sınırlamalar ve varsayımlar vurgulanmıştır.
SeenThis		Sınırlamalar ve varsayımlar vurgulanmıştır.

Ek Bilgi:

Emisyon hesaplamalarında iki ana belirsizlik kaynağı

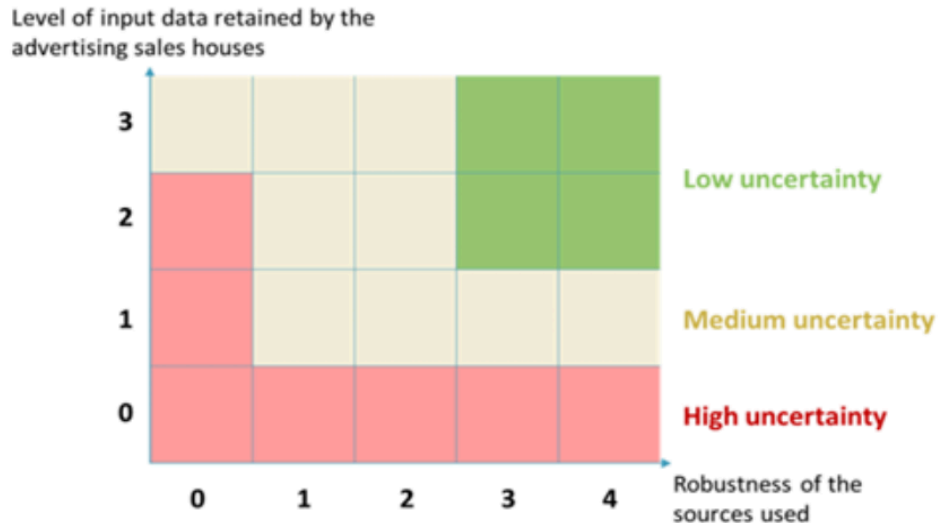
Reklam Şirketleri Tarafından Saklanan Veri Seviyesi:

- 0: Veri girişi yok / Seviye 1 ortalama hesaplanmıştır - seviye 2 ve 3 için ortalama değerler
- 1: Seviye 1 hesaplamalar için veri girişi olarak kullanılmıştır - Seviye 2 ve 3 için ortalama değerler
- 2: Seviye 2 reklam şirketi tarafından belirtilmiştir - Seviye 3 için ortalama değerler
- 3: Seviye 3 reklam şirketi tarafından belirtilmiştir - Ortalama değerler kullanılmamıştır

Kullanılan Kaynakların Dayanıklılığı:

- 0: Faktörler ve modelleme tahminlere dayanmaktadır
- 1: Özel çalışmalar ve bilimsel danışmanlık / eski LCA'lar (Yaşam Döngüsü Analizi) ile faktörler ve modelleme
- 2: Özel çalışmalar ve bilimsel danışmanlık / güncel LCA'lar ile faktörler ve modelleme
- 3: Eski resmi raporlardan / hakemli bilimsel çalışmalardan alınan faktörler ve modeller
- 4: Güncel resmi raporlardan / hakemli bilimsel çalışmalardan alınan faktörler ve modeller

Bu nedenle, her hesaplamanın belirsizlikleri aşağıdaki gibi niteliksel olarak modellenebilir:



Climate Partner

Kampanya seviyesindeki tüm emisyonlar için etkinlik bazlı veriler kullanılır. Ancak, bu emisyonlar içinde, ağ emisyonları ve programatik ihale süreci için önemli bir belirsizlik kaynağı olduğunu kabul ederler.

Belirsizliğin özel değerlendirmelerini dahil etmezler, ancak bu belirsizliği azaltmak amacıyla, hesaplama yöntemlerinin dayanıklılığını artıran birincil veriler içeren pilot projeler yürütürler.

Omnicom Media Group

Climate Partner yaklaşımına benzer olarak, genel emisyon tahmin sonuçlarına %10 eklerler ve daha ayrıntılı bilgiye sahip olmadıklarında muhafazakar varsayımlar kullanılır. Bu şekilde, bilgi ve özenleri doğrultusunda, aslında neden olduklarından daha yüksek emisyon rapor ederler.

Cedara

Genel olarak, harcama bazlı veriler etkinlik bazlı verilere göre daha yüksek belirsizlik içerir. Tüm kampanya seviyesindeki emisyonları etkinlik bazlı verilerle hesaplarlar. Kampanya seviyesindeki emisyonlar içinde, iletim ağı emisyonlarının modelde yüksek belirsizlik kaynağı olduğunu kabul ederler, çünkü ana internet hizmet sağlayıcılarından şeffaf veriler mevcut değildir. Yüksek belirsizlik içeren diğer bir alan ise, teklif talepleri ve teklif verme sırasında veri transferi ile ilgili programatik teslimattır.

Belirli bir belirsizlik değerlendirmesi veya güven aralığı sağlamazlar, ancak belirsizliği azaltmak için dijital tedarik zincirindeki oyuncularla işbirliği yaparlar.

IMPACT+

Yöntemlerini bir değerlendirme olarak tanımlarlar ve çevresel etki modellerinde doğası gereği belirsizlik olduğunu açıklarlar.

Müşterilerini, rakamların bazı varyasyonlar içerebileceğini anlamalarına yardımcı olurlar. Ancak, azaltım eylemlerinin sorgulanmadığını ve yönsel olarak çevresel etkiyi azaltmaya yardımcı olduklarını belirtirler.

Scope3

Yöntemlerinin varsayımları ve sınırlamaları dokümantasyonunda vurgulanır. Belirsizlik, kurumsal sürdürülebilirlik raporlarında belirsizliğin dahil edilmesine ve

daha fazla firmanın bu tür açıklamalar yapmasına bağlıdır. Scope3, doğrulama programı aracılığıyla veri kalitesini iyileştirmeye çalışmaktadır.

Yenilenebilir enerji ve karbon dengeleme konusunda muhafazakar bir yaklaşım benimserler.

Dentsu

Medya tedarikçilerinin tamamen onboard edilmediğini açıkça belirtirler, bu da hesaplamalarının gelecekte daha doğru hale gelme potansiyeline sahip olduğu anlamına gelir.

Yöntemleri diğerleri gibi evrim geçirmektedir ve bu durumu müşterileriyle paylaşırlar.

Mümkün olduğunda kamuya açık emisyon faktörlerini, sistemlerinden gerçek kampanya verilerini ve eksik veri olduğunda Dentsu veritabanlarından kıyaslamaları kullanırlar. Ayrıca, medya ortaklarıyla gerçek ve doğru veriler almak için yerel ve küresel düzeyde işbirliği yaparlar. Son olarak, varsayımların ve metodolojilerin evrimi hakkında uyum sağlamak ve doğruluğu sağlamak için birden fazla forum ve grupla (örneğin DIMPACT, Ad Net Zero) etkileşimde bulunurlar.

DIMPACT

2024 yılında, modellerinin varsayımlarını ve veri kaynaklarını gözden geçirmek için ayrıntılı bir parametre incelemesi yapmayı planlamaktadırlar. Bu, model içinde bileşenler (örneğin, son kullanıcı cihazları, sunucular) için bölgeselleştirilmiş/tüm ülke tahminleri sunma ve gömülü emisyon tahminleri sunma fırsatlarını araştırmayı da içerir.

4.6. Veri Entegrasyonu

Özel veri kümesi sütunu, belirli etkinlik veya GHG (sera gazı) yoğunluğu verileri içeren veri noktalarının çözümle entegre edilip edilemeyeceğini belirtir. Daha gelişmiş firmalar ek veriler sağlayabilir ve varsayılan değerlere olan bağımlılığı azaltabilir. Özel veri kullanılsa bile, bir GHG modelinin gerçek detay seviyesi değişkenlik gösterebilir. Varsayılan değerler sütunu, firmaların bilgi eksikliği durumunda kullanılabilecek sabit veri noktalarının mevcut olup olmadığını belirtir. Varsayılan değerlerin mevcut olması, teknolojik engeller veya maliyet nedeniyle faaliyetlerini tanımlayan ayrıntılı veri sağlayamayan firmalar için GHG tahminini kolaylaştırır.

Sahip Kurum	Özel Veri Kümesi	Varsayılan Değer Mevcutluğu	Notlar
SRI / Alliance Digitale	✓	✓	Kademeli veri sistemi.
Climate Partner	✓	✓	
DIMPACT	✓	✓	
GroupM	✓	✓	
Omnicom Media Group	✓	✓	
Dentsu	✓	✓	
AdGreen		✓	
Scope3	✓	✓	Kullanıcı cihazlarının emisyonları dahil edilebilir / hariç tutulabilir. Veriler, doğrudan iletişim yoluyla bağlamlandırılır.
Good-Loop		✓	Veri, özel reklam teknolojisi tarafından toplanır.

IMPACT+	✓	✓	Saatlik / günlük emisyon faktörü konuma dayalıdır.
DK	✓	✓	API, standart çerçevelerin üzerine özel KPI'lar eklemeye olanak tanır.
Cedara	✓	✓	Ölçeklenebilir veri altyapısı / API'ler kullanılarak toplama yapılır.
SeenThis	N/A		Toplanan veri noktaları (örneğin, iletilen veriler) herhangi bir platform ve çerçeve ile entegre edilebilir.

SRI / Alliance Digitale

KULLANIRKEN GİRİLMESİ GEREKEN VERİLER		FORMAT 1	FORMAT 2	FORMAT N
		Görüntülenme sayısı	Görüntülenme sayısı	Görüntülenme sayısı
		Satış modu: programatik veya rekabetçi teklif usulü olmadan doğrudan satış	Satış modu: programatik veya rekabetçi teklif usulü olmadan doğrudan satış	Satış modu: programatik veya rekabetçi teklif usulü olmadan doğrudan satış
TOPLAMA SEVİYELERİ	Seviye 1 Kurulum sırasında toplanması veya girilmesi gereken veriler	Boyut 1 Ortalama görüntüleme süresi / maruz kalma Hedef kitle konumu: % Fransa vs Uluslararası. Kullanıcı terminalleri: % PC, % tablet, ...	Boyut 1 Ortalama görüntüleme süresi / maruz kalma Hedef kitle konumu: % Fransa vs Uluslararası. Kullanıcı terminalleri: % PC, % tablet, ...	Boyut 1 Ortalama görüntüleme süresi / maruz kalma Hedef kitle konumu: % Fransa vs Uluslararası. Kullanıcı terminalleri: % PC, % tablet, ...
	Seviye 2 İyileştirme için veri	Hedef kitle konumu: Ülke bazında yüzde Ağ türü: % sabit, % mobil, ...	Hedef kitle konumu: Ülke bazında yüzde Ağ türü: % sabit, % mobil, ...	Hedef kitle konumu: Ülke bazında yüzde Ağ türü: % sabit, % mobil, ...
	Seviye 3 İyileştirme için veri	Sunucu etkisi (alan tahsisi ve kampanya teslimi)	Sunucu etkisi (alan tahsisi ve kampanya teslimi)	Sunucu etkisi (alan tahsisi ve kampanya teslimi)
	PAZAR VERİLERİ	Ağ etkisi (alan tahsisi ve kampanya teslimi) Kullanıcı ekipmanlarının etkisi (üretim, kullanım ve ömrün sonu)	Ağ etkisi (alan tahsisi ve kampanya teslimi) Kullanıcı ekipmanlarının etkisi (üretim, kullanım ve ömrün sonu)	Ağ etkisi (alan tahsisi ve kampanya teslimi) Kullanıcı ekipmanlarının etkisi (üretim, kullanım ve ömrün sonu)

Climate Partner

Araçları, müşterilere emisyonlarını çeşitli düzeylerde birincil verilere dayanarak hesaplama olanağı sunar. Veri boşlukları durumunda varsayılan değerler sağlanır. Müşteriler, hesaplanan emisyon sonuçlarının sağlamlığını artırmak için mümkün olduğunca fazla birincil veri sağlamaya teşvik edilir.

Scope3

Müşteriler, kullanıcı cihazlarını tahmine dahil edip etmeyeceklerini seçerler.

Scope3, ads.txt, sellers.json dosyalarını okur ve diğer tedarikçilerle çalışarak, tedarik zincirindeki nüansları yansıtacak şekilde tedarikçi grafiği üretir.

Veriler, ads.txt verilerini bağlamlaştırmak için yayıncılardan ve tedarikçilerden toplanır.

Cedara

Çözümleri, şirketlerin sürdürülebilirlik yolculuklarının farklı aşamalarında kullanılabileceği şekilde tasarlanmıştır. Gerçek veri olmadığında kullanılabilecek yedek değerler sağlar ve şirket yeterli birincil veri topladığında bunları değiştirebilir. Bu şekilde, şirketler zamanla GHG envanterlerinin kalitesini artırarak toplam emisyonlarını daha iyi anlayabilirler.

API'ler ve diğer yöntemler aracılığıyla veri toplama ölçeklenir ve tüm tarihsel verileri sürekli olarak ölçmeyi sağlayan bir veri altyapısı oluşturulmuştur.

Good-Loop

Metodolojileri, reklam kampanyalarının veri transferi için genel enerji kullanımını inceleyen ve hesaplamalar için verileri kendi özel AdTech'leri tarafından toplanan yukarıdan aşağıya bir yaklaşımdır.

SeenThis

SeenThis, veri transferini optimize eder ve gerçek veri transferi, cihaz türleri, konumlar gibi veri noktalarını ölçer; bu veriler herhangi bir emisyon platformu ve çerçevesine entegre edilebilir. Emisyon metodolojisi yukarıdan aşağıya bir emisyon değerlendirmesi olduğundan, adaptasyon ve ölçeklenebilirliğini kısıtlayan bazı yönler vardır. Bunlar, sektörle uyumlu bir çerçeve için dikkate alınması gereken unsurlar olarak paylaşılmak istenmektedir:

Veri Granülerliği: Emisyon sıcak noktalarını tanımlamak için mükemmel verilere sahip olmadan da mümkün olmalıdır. Bu, “kolay kazanımlar” a odaklanarak önemli bir etki sağlar. Bu model bunu destekleyebilir. Daha ayrıntılı analizler için iki şey gereklidir: belirli ve ayrıntılı veri noktalarını dikkate alabilecek bir model ve bu veri noktalarının toplanması.

İlki metodoloji ile ilgilidir; bu metodoloji granülerlik açısından sınırlıdır. İkincisi ise tedarikçilerin veri ölçümleri ile ilgilidir; SeenThis, tüm tedarik zincirinde, transfer edilen veriler, konumlar ve cihaz türleri dahil olmak üzere çok ayrıntılı veri toplayabilir. Ayrıca, herhangi bir çıktıyı oluşturmak için kullanılan granülasyon seviyesinin net olması önemlidir; çünkü ortalama veri ile gerçek veri arasındaki karşılaştırmalara dayanarak karar vermek olumsuz etkiler yaratabilir.

Raporlama ve Optimizasyon: Bu metodoloji, GB başına karbon ayak izi sağlar; bu, dijital reklamcılıkla ilişkili olarak, bir izlenim, bir kampanya veya tüm kampanyalar için karbon ayak izine dönüştürülebilir. Bunlar ölçülmesi ve raporlanması gereken metriklerdir. Ancak optimizasyona geldiğinde, reklamverenlerin, tüm veri transferlerinin veya tüm izlenimlerin aynı değeri yaratmadığını dikkate almaları gerekir. İlgili iş sonuçlarının karbon maliyeti göz önünde bulundurulmalı ve optimizasyon amacıyla tasarlanmış herhangi bir metodolojide ana metrik olmalıdır.

Proxy (vekil): Bu metodolojide, emisyonların hesaplanması, tüm değer zinciri boyunca veri transferini proxy (vekil) olarak kullanmaya dayanır. Daha ayrıntılı bir model, vekili değer zincirindeki belirli aşamaya uyarlamalıdır. Veri transferi, veri transferi ile ilişkili faaliyetler için geçerli vekil olarak kalırken, cihazlarda işleme için görülen saniyeler daha uygun olacaktır.

IMPACT+

Küresel veya yerel herhangi bir büyüklükte veya sürdürülebilirlik çabalarındaki ilerleme seviyesinde ortaklara uyacak şekilde tamamen uyarlanabilir ve ölçeklenebilir bir dizi çözüm sunarlar. Dünyanın en büyük 5 reklamvereninden biri ve sürdürülebilirlik alanında lider markalarla çalışırlar, ayrıca çevresel farkındalığı yüksek ve etkilerini sınırlamak isteyen birkaç yerel girişimciyle de iş birliği yaparlar. Kampanya bazında derin analizler sunabilirler, SaaS platformları aracılığıyla küresel yönetim sağlarlar ve sistemleri entegre etmek veya dijital reklam emisyonlarını değerlendirmek isteyen herhangi bir iş için API bağlantıları sunarlar.

4.7. Coğrafi Esneklik

Bir GHG modelinin coğrafi kapsamı, elektrik tüketimini GHG etkisine bağlayan verilerin mevcudiyeti ile sınırlıdır. Çoğu GHG tahmin çözümü, bölgesel yoğunluk faktörleri içerir ve bölgesel verilerin mevcut olmadığı durumlarda genel bir küresel faktöre dayanır. Bölgesel yoğunluk verileri, özel olarak hazırlanmış veri tabanı hizmetleri veya enerji şirketleri, hükümet kurumları vb. raporları aracılığıyla temin edilebilir.

Sahip Kurum	Bölgelere Göre Yoğunluk	Ortak Küresel Faktör	Notlar
SRI / Alliance Digitale	✓	✓	Fransa için geliştirilmiş bir veritabanı, küresel emisyon yoğunlukları mevcuttur.
Climate Partner	✓	✓	
DIMPACT	✓	✓	
GroupM	✓	✓	Konum biliniyorsa bölgesel yoğunluk önerilir.
Omnicom Media Group	✓	✓	
Dentsu	✓	✓	Dijital model küresel olarak kullanılabilir.
AdGreen	✓	✓	
Scope3	✓	✓	Tedarik zinciri temsili, konuma göre rafine edilir.
Good-Loop	✓	✓	IPCC 5. Değerlendirme yoğunluk değerleri entegre edilmiştir.
IMPACT+	✓	✓	
DK	✓	✓	

Sahip Kurum	Bölgelere Göre Yoğunluk	Ortak Küresel Faktör	Notlar
Cedara	✓		Entegre emisyon faktörü veritabanı.
SeenThis		✓	

4.8. Gelişim

SRI / Alliance Digitale

Kapsam genişletme çerçevesi oluşturmak ve kabul sağlamak. Uluslararası destek sağladıktan sonra çerçeveyi birlikte geliştirmek. Coğrafi kapsamı genişletmek.

Climate Partner

Climate Partner, hesaplamalarda kullanılan emisyon faktörlerini sürekli olarak güncellemeye ve hesaplama metodolojilerini uluslararası çerçeveler ve yönergelerle uyumlu tutmaya kararlıdır. Ayrıca, yeni projelerden elde edilen bilgiler, araç ve metodolojilerin daha fazla geliştirilmesinde kullanılmaktadır.

Omnicom Media Group

Çözümü şu anda geliştirilme aşamasındadır, çünkü en güncel ve bilimsel olarak kabul edilmiş veri noktalarını kullanmaya çalışmaktadırlar. Daha ayrıntılı ve müşterilerine giderek daha iyi optimizasyon sağlamaya yönelik sürekli bir çaba içindedirler.

Scope3

Tahminleri aktif olarak geliştirmektedir. Pazarlar arasında uyum sağlamak ve güç karışımı verilerinin ayrıntı düzeyini (ülkeye, mevcut olduğunda eyalete göre) kolaylaştırmaktadır. Kapsamı yaratıcı üretime genişletmektedir. Desteklenen kanalları genişletmektedir (örneğin, arama / DOOH / OOH). Programatik paydaşların destekleyebilecekleri ayrıntı düzeyine göre veri paylaşımlarını sağlayan bir API geliştirmektedir (örneğin, istek sayısı).

Good-Loop

Çözümünü geliştirmeye devam edecekler ve dijital reklamcılıkla üretilen sera gazı emisyonlarının daha büyük bir ölçeğini yakalamak için yöntemlerinin kapsamını genişletmeyi planlamaktadırlar.

IMPACT+

Modelleme konusunda sürekli olarak iyileştirmeler yapmaya çalışmaktadırlar; bu hem müşterileri için mümkün olan en fazla dijital aktiviteyi takip etmek amacıyla ek kapsamı dahil etmeyi, hem de mevcut metodolojilerindeki unsurları daha fazla veri

veya bilimsel araştırmalarla ortaya çıkan potansiyel iyileştirmelerle rafine etmeyi içermektedir. Ayrıca, karbon emisyonlarını değerlendirmek için standartlaştırılmış çerçeveler oluşturmayı amaçlayan endüstri girişimleriyle aktif olarak iş birliği yapmaktadırlar. Küresel bir sağlayıcı olarak, gelişmeleri takip etmeye çalışırlar; Fransa, Avrupa ve Kaliforniya genellikle bu alanda öncüdür.

DK

DK, yeni çerçeveleri geliştikçe adapte etmeye ve uygulamaya kararlıdır. Örneğin, SRI/Alliance Digitale/IAB Fransa'nın V2 erevesi Eylül 2023'ten itibaren platformlarına entegre edilmiştir. Kamuya açık karbon veritabanlarını güncelleme yaklaşımları benzer şekildedir. Karbon mühendisleri, doğru hesaplamalar sağlamak ve gerekli güncellemeleri yapmak için bu veritabanlarını aylık olarak gözden geçirirler. Ayrıca, her çeyrekte yeni kanallar eklerler. Yaratıcı üretim kapsamı, EcoProd ile yapılan bir iş birliği aracılığıyla Q2'nin sonlarında planlanmaktadır. Ayrıca, veri kalitesini artırmak ve tedarik zincirini haritalamak için başka bir yeşil teknoloji şirketi ile iş birliği kurmaktadırlar.

SeenThis

SeenThis, sektörde evrimii reklamcılığın karbon ayak izini nicelendirirken ortak bir çerçeveye uyum sağlamanın kritik olduğunu düşünmektedir. Verinin transferinin, örneğin varlık teslimatıyla ilişkili emisyonların önemli bir kısmını oluşturduğu açıktır.

SeenThis tarafından geliştirilen ve Doconomy tarafından doğrulan metodoloji büyük ölçüde yukarıdan aşağıya bir yaklaşıma dayanmaktadır, sadece veri transferine odaklanmakta ve yatay tedarik zincirinin tüm parçalarından düzgün bir şekilde aktığını varsaymaktadır. Tedarik zincirinde sabit bir emisyon payı ile veri transferinin karbon ayak izini oluşturmayı amaçlamaktadır. Spesifik ayarları ve senaryoları, satıcılar, ağ türü, cihaz türü ve yerel emisyon faktörleriyle ilgili daha ayrıntılı analizler için bir aşağıdan yukarıya yaklaşım gerekecektir. Bu nedenle, SeenThis bu metodolojiyi daha fazla geliştirmeyecek, ancak SRİxAD çerçevesini benimseyecek ve endüstri uyumlu bir ereve oluşturulmasını destekleyecektir. SeenThis metodolojisinin, özellikle veri transferi ile ilgili endüstri uyumlu bir çerçevenin geliştirilmesinde bir referans ve katkı olarak kullanılmasının en iyi olduğunu düşünmektedir.

Kapsam: Metodoloji, veri merkezlerinde ve CDN sunucularından gelen veri transferi dahil olmak üzere tüm değer zincirini dikkate almakta ve veri transferi ile ilgili enerji tüketimini kullanıcı cihazındaki işleme ve diğer süreçlerden ayırmaktadır.

Veri transferi, dosya boyutundan ziyade: Metodoloji, dosya boyutundan ziyade veri transferine odaklanmaktadır. Dosya boyutu veri transferini tahmin ederken önemli bir değişkendir, ancak dosyayı teslim etmek için kullanılan teknolojiye bağlı olarak, dosya boyutu ile her zaman bağlantılı değildir (örneğin, akış ve tamponlama). Ayrıca, bir dosyanın CDN sunucuları ile son kullanıcı cihazları arasında daha sık transfer edileceği, ilk aşamalardan daha belirgindir.

Veri türleri arasında karşılaştırılabilirlik: Metodoloji, transfer edilen veri türleri arasında fark gözetmemektedir, bu da dosya türü (örneğin, video veya resim) ve kanallar arasında karşılaştırılabilirliği sağlar.

Zamansal Hususlar: Metodoloji, veri transferinde değişkenlik varsayımı altında tüm emisyonları tahsis etmektedir. Kısa vadede sabit olarak algılanabilecek şeylerin uzun vadede değişken hale geldiğini kabul etmek önemlidir. İnternet genişlemesinin emisyonlar üzerindeki küresel etkisini dikkate alırken, artan veri transferi ile ilişkili büyümeyi hesaba katmak için 5-10 yıllık bir zamansal perspektif benimsemek zorunludur.

Sinerjik Doğrulama: Metodoloji, internetten yukarıdan aşağıya tüm emisyonları tahsis etmeyi amaçladığı için, herhangi bir aşağıdan yukarıya yaklaşım için doğrulama sağlayabilir.

Dentsu

GHG tahmin çözümünü, müşteriler ve ortaklar için hizmetlerinin temel bir parçası olarak görmektedirler. Metodolojilerini ve faktörlerini, GARM standartları ve yerel emisyon gelişmeleri gibi piyasa gelişmelerine göre güncellemeyi planlamaktadırlar.

4.9. Uyum Yönelimi

Uyum yönelimi, çözümün firmaların finansal olmayan açıklama yükümlülüklerini yerine getirmelerine ne ölçüde yardımcı olabileceğini ifade eder. Uyum potansiyeli sütunu, sahiplerin çözümlerinin böyle kullanılma potansiyeline sahip olup olmadığını belirttikleri durumu gösterir ve kullanım durumu sütunu, sahiplerin tahminlerinin finansal olmayan açıklamalara dahil edildiği spesifik örnekleri bilip bilmediklerini gösterir.

Sahip Kurum	Uyum Potansiyeli	Kullanım Durumu	Notlar
SRI / Alliance Digitale	✓	✓	SeenThis, emisyon raporlamasında bu çerçeveyi uygulamaktadır.
Climate Partner	✓		Proje başlangıcında müşteri ile anlaşılması halinde, ClimatePartner metodolojiler, emisyon faktörleri vb. konularda gerekli ek bilgileri sağlayabilir.
DIMPACT	✓	✓	Schibsted, Channel4, Netflix gibi finansal raporlarda yer alan tahminler.
GroupM	✓	✓	
Omnicom Media Group			
Dentsu	✓		CSRD ile uyumlu rakamlar.
AdGreen	✓		
Scope3	✓	✓	Axel Springer yıllık emisyon raporunda Scope3 verilerini kullanmıştır. Şu anda hem markalar hem de yayıncılarla Avustralya düzenleyicisi Climate Active'e yaptıkları sunumun bir parçası olarak aynı şeyi yapmaları için çalışmaktadır.
Good-Loop	✓		Düzenlemeler ortaya çıktıkça açıklamayı mümkün kılar.
IMPACT+	✓	✓	Veriler, CSRD gibi yaklaşan düzenlemelere veya Contrat Climat ya da AdNetZero gibi kurumsal sosyal sorumluluk anlaşmalarına uyum sağlamaya yardımcı olabilir.

Sahip Kurum	Uyum Potansiyeli	Kullanım Durumu	Notlar
DK	✓		Ekstra finansal raporlama ve CSRD uyumluluğu için kullanılabilir.
Cedara	✓		GHG Protokolü uyumlu raporlar SBTi gönderimleri için kullanılabilir.
SeenThis	✓		Doconomy tarafından onaylanmıştır, raporlama firması raporlama için uygunluğu belirlemek için en yüksek standartları kullanır.

5. AÇIK KALAN KISMIN ANALİZİ (GAP ANALİZİ)

Dijital medya ürünleri için sera gazı (GHG) tahminlerinde çözüm sahipleriyle yapılan görüşmelerde çeşitli zorluklar ortaya çıktı. Bu zorluklardan bazıları, sektörün daha sürdürülebilir bir işleyişe doğru evrildiği süreçte ek çalışmaların gerekebileceği alanları vurgulayan ortak temalar olarak belirlendi.

5.1. Sabit Verilere Dayanma

GHG tahmini için mevcut en büyük engel, veri mevcudiyetidir. Dijital medya ürünlerinin satışını kolaylaştıran farklı süreçleri tanımlayan ayrıntılı verilerin yokluğunda, tahminler değer zincirini modellemek için sabit verilere dayanmak zorundadır. Bu doğal bir ilk adımdır, ancak değer zinciri faaliyetlerini ve çevresel yoğunluklarını doğru şekilde tanımlayan verilerin şeffaflığını artırmak ve veri alışverişini kolaylaştırmak için ek çalışmalar gereklidir. Ayrıca, sektörde kullanılan veri kaynaklarında (örneğin, akademik araştırmalar, yaşam döngüsü analiz (LCA) veritabanları, ortak veri setleri) bazı örtüşmeler gözlemlense de, veri aktarımının enerji gereksinimi gibi GHG modellerinde ortak olan sabit faktörler henüz uyumlu hale getirilmemiştir. Son olarak, GHG modelleri bir değer zinciri paydaşının (örneğin, bir yayıncı veya reklam teknolojisi sağlayıcısı) çevresel performansını açık veya örtük olarak tanımladığında, tahmin edilen faaliyete ilişkin özel verilerin sunulması için hedeflenen firmaya fırsat tanıyacak bir sistem mevcut değildir. Daha sağlam GHG tahmin çözümlerinin geliştirilmesini desteklemek, ortak faktörlerin tutarlı veri setlerini oluşturmayı, bunları piyasa koşullarını yansıtacak şekilde düzenli olarak güncellemeyi ve tedarikçi verilerini artan ayrıntı seviyeleriyle temin etmeyi gerektirir.

5.2. Tahmin Güveni Hakkında Bilgi

Daha önce belirtildiği gibi, GHG model sahipleri, veri setlerini doldurmak için birden fazla bilgi kaynağı kullanır. Mevcut faaliyet ve yoğunluk verileri kaynakları, GHG tahminlerinin hangi güven seviyesinde oluşturulduğunun analiz edilmesini sağlamaz. Kurumsal emisyon raporları, LCA veritabanları, devlet ajansları ve hatta araştırma makaleleri, sundukları rakamların ne kadar doğru olduğuna dair bilgi sunmayabilir. Bu nedenle, her GHG modelinin hangi kısımlarının doğru olduğu ve hangilerinin ek dikkat gerektirdiğini anlamak zor olabilir. Ayrıca, GHG tahminine ilgi duyan bir firma açısından, tahminlerin ne kadar sağlam olduğunu, farklı GHG modellerinin doğruluk ve kesinlik açısından birbirleriyle nasıl karşılaştırıldığını ve tahminlerin karar vermede güvenilir olup olmadığını anlamak zor olabilir. Niteliksel veri kaynakları değerlendirmeleri bazı durumlarda geçici bir çözüm olarak kullanılmaktadır ve satıcılar modellerindeki varsayımlar ve sınırlamaları vurgulamaktadır.

İlerleyen dönemde, GHG modellerinin nasıl geliştirilebileceği ve GHG tahminlerinin hangi kararlara anlamlı bir şekilde rehberlik edebileceği konusundaki tartışmaları genişletmek hayati önem taşımaktadır. Herhangi bir tahmin modelinde olduğu gibi, GHG hesaplamalarındaki belirsizlikleri net bir şekilde tanımlamak, sonuçlara güveni artıracak ve hedefli azaltmalara rehberlik edecektir.

5.3. Metodolojik Uyum

Dijital medya ürünleriyle ilişkili tedarik zinciri faaliyetlerinin modellenme şeklindeki farklılıklar, farklı satıcılar arasında karşılaştırma yapma konusunda ek bir engel oluşturmaktadır. Standartlaştırılmış bir çerçeve, tutarlılık yaratabilir, karşılaştırmaları kolaylaştırabilir ve sektörel ilerlemeyi hızlandırabilir. Bireysel çözümler, bu daha geniş yapı içinde yenilik yapmaya devam edecektir. Temel metodolojinin yanı sıra, kimse daha ayrıntılı, sağlam varsayılan verilere erişemediğinde GHG tahmin parametreleri olarak kullanılabilecek varsayılan değerlere bağlı kalmak da önemlidir. Bu yaklaşım, örneğin ekran boyutları veya veri aktarım parametreleri gibi alanlarda uygulanabilir.

5.4. Coğrafi Farklılıklar

GHG modellerinde bölgesel GHG yoğunluk değerleri yaygındır, bu da tahminlerin dünyanın farklı enerji şebekelerinin çevresel etkilerini içermesini sağlar. Enerji şebekesi yoğunluk veritabanları, satıcıların GHG tahmin tekliflerini kolayca genişletmelerini sağlar. Ancak, her piyasa için yoğunluk faktörleri mevcut değildir ve farklı doğruluk veya yenileme oranlarıyla sunulabilir. Ayrıca, GHG modelleri, daha spesifik verilerin mevcut olmadığı durumlarda küresel ortak yoğunluk faktörlerine geri dönmek zorundadır. Sonuç olarak, modelin kalitesi ve nihai tahmin bölgeden bölgeye değişebilir. Bu fenomen, teknik düzeydeki tutarsızlıklarla daha da kötüleşmektedir. Örneğin, Scope3, ads.txt dosyalarının güncel olmadığı veya mevcut olmadığı piyasalarda tedarik zincirini haritalamanın daha zor olduğunu belirtmektedir. Avrupa kapsamında, model kalitesindeki coğrafi farklılıklar, yoğunluk verilerinin daha zengin ve daha yaygın hale gelmesiyle zamanla azaltılmalıdır.

6. Sonuç

Çeşitli GHG tahmin modelleri ve metodolojilerinin derinlemesine incelenmesi, sektör paydaşlarının emisyon verilerini etkin bir şekilde gezinip kullanabilecekleri uyumlu ve şeffaf bir ekosistemin oluşturulmasının kritik önemini vurgulamaktadır. Dijital reklamcılık ortamının karmaşıklığı, ilgili sera gazı (GHG) emisyonlarını nicelleştirmede önemli bir zorluk sunmaktadır. Bununla birlikte, kuruluşların etkilerini anlamalarına ve hafifletmelerine yardımcı olmak için uzmanlaşmış çözümlerin artan bir yelpazesi ortaya çıkmaktadır. Bu haritalama, her biri kendi güçlü ve zayıf yönleriyle çeşitli yaklaşımlar ortaya koymakta ve anlamlı karşılaştırmaları ve bilinçli karar almayı kolaylaştırmak için daha fazla uyum ve tutarlılık çağrısında bulunmaktadır.

GHG emisyonlarını doğru bir şekilde değerlendirme ve hafifletme konusundaki mevcut boşlukları ve zorlukları tanımak ve ele almak önemlidir. Yukarıdaki haritalama, profesyonellerin mevcut emisyon modellerini gezmelerine yardımcı olur ve modellerin geliştirilmesi ve sektör işbirliği için bir temel sağlar. Sektör profesyonelleri, dijital reklamcılıkta GHG tahminlerinin iyileştirilmesine şu yollarla katkıda bulunabilir:

- Çözümleri dikkatlice seçmek: Araçları özel hedeflerinize, veri hazırlığı seviyenize ve istenilen ayrıntı seviyesine göre değerlendirin.
- İşbirliğini teşvik etmek: Metodolojileri standartlaştırmaya ve veri boşluklarını ele almaya odaklanan çalışma gruplarına veya girişimlere katılın.
- Savunuculuk yapmak: Pazarlama ekipleri içinde emisyon değerlendirmesinin önemini teşvik edin, çevresel değerlendirmelerin karar alma süreçlerine entegrasyonunu teşvik edin.

Kolektif hareketle, sektör güvenilir ölçütler oluşturabilir, karbonsuzlaşma çabalarını hızlandırabilir ve dijital reklamcılık için daha sürdürülebilir bir gelecek yaratabilir.

Dokümanın orijinaline [buradan](#) ulaşılabilir.

Bilgi

Dimitris Beis

Data Analyst & Sustainability Manager

beis@iabeurope.eu

Lauren Wakefield

Marketing & Communications Director

wakefield@iabeurope.eu

Çeviri ve Uyarlama

IAB Sürdürülebilirlik Çalışma Grubu, Ağustos 2024