



Warszawa, 23.07.2024 r.

Adform i Effie Awards Poland rozpoczynają wspólny cykl „Adform Carbon Index”

Cykl ma na celu prezentację wskaźnika informującego o emisyjności kampanii programmatic w Polsce, a także sposobów redukcji CO2.

„Celem mierzenia emisyjności kampanii jest zrozumienie jej wpływu na środowisko i znalezienie sposobów na redukcję tego wpływu, np. poprzez optymalizację procesów, korzystanie z odnawialnych źródeł energii czy wdrażanie bardziej efektywnych technologii. Zmniejszenie emisyjności kampanii staje się coraz ważniejsze dla firm, które dążą do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności ekologicznej.” - powiedział Bartek Malinowski, Regional President CEE, MEA & APAC, Adform.

Adform podjęło zdecydowane działania w zakresie zużycia CO2/kWh w swoich centrach danych. 97% zużywanej energii pochodzi z odnawialnych źródeł, w tym 100% dla centrów danych w Europie. Firma inwestuje też w redukcję emisji dwutlenku węgla z energii elektrycznej wykorzystywanej przez klientów na ich platformach. Idąc o krok dalej, chce wpłynąć na swoich klientów prezentując 5 wskazówek dotyczących zrównoważonego działania w zakresie kampanii digital. Mierzenie śladu węglowego kampanii digital jest punktem odniesienia dla organizacji już dziś monitorujących emisyjność kampanii oraz bazą wiedzy dla marketerów rozważających taki monitoring.

Każde, nawet najmniejsze działanie, zmierzające do ograniczenia śladu węglowego, jest bardzo istotne. Poznanie źródeł jego emisji, jest natomiast kluczowe dla podejmowania skutecznych działań na rzecz ochrony klimatu. Działania jakie Adform prowadzi pokazują, że redukcja dwutlenku węgla w ramach prowadzonych kampanii jest możliwa dzięki odpowiedzialnemu zarządzaniu nimi, a cykl który otwiera wraz z Effie Awards Poland ma na celu prezentację prowadzonych pomiarów oraz wskazanie na możliwości ograniczania emisji.

Z publikacjami zapoznać się można na www.effie.pl i w kanałach social media Effie oraz Adform.

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR zostało założone w 1997 r. Organizacja zrzesza firmy, które tworzą efektywną komunikację marketingową. Obecnie jest to 137 podmiotów, a wśród nich agencje full service, mediowe, brand design & consulting, event marketingowe, interaktywne, AdTech, komunikacji i PR oraz domy produkcyjne. SAR tworzy platformy wymiany doświadczeń i wiedzy pomiędzy podmiotami działającymi na rynku, m.in. organizując konferencje, programy edukacyjne, a także prowadząc i wspierając badania branżowe. SAR opracowuje, systematyzuje i popularyzuje standardy przetargowe oraz dobre praktyki biznesowe. Stowarzyszenie jest organizatorem wyznaczających standardy komunikacyjne konkursów i związanych z nimi konferencji: Effie Awards, Innovation Award oraz KTR. SAR promuje środowiska reklamowe w Polsce, a wraz z Konfederacją Lewiatan prowadzi lobbying wokół prawa reklamy. Od 1999 r. SAR należy do European Association of Communications Agencies (EACA) i jest przedstawicielem międzynarodowego konkursu Cannes Lions. www.sar.org.pl

Kontakt dla mediów:

Paulina Goliżewska
Project Manager Effie
kom.: +48 511 698 622
e-mail: paulina.goliszewska@sar.org.pl