

Awareness + Dooh Good Loop

Wat is het?

De Dooh Good loop is een extra content item op ons netwerk, dat exclusief beschikbaar is voor initiatieven met het oog op Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). MVO betekent dat een bedrijf bewust onderneemt om een goede balans te zoeken tussen people, planet en profit.

Adverteerders met duurzame producten en/of duurzame wijzigingen op producten krijgen op deze plek extra exposure aangeboden, naast hun awareness campagne. Zo bieden wij hen de gelegenheid om consumenten te informeren wat de duurzame effecten zijn van hun (gewijzigde) producten, wat niet via de standaard awareness campagne verteld kan worden.

Dit content item is 6% van de zendtijd zichtbaar en hierop worden mogelijk meerdere groene initiatieven getoond.



Hoe kom ik op de Dooh Good Loop?

Wanneer ons netwerk wordt ingezet om een duurzame ontwikkeling van een bedrijf te communiceren, krijgt de adverteerder dezelfde campagneperiode een plek op de Dooh Good Loop aangeboden om verdere toelichting te geven over de effecten van deze duurzame ontwikkeling.

Waarom?

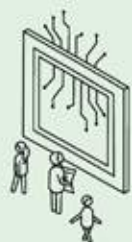
Adverteerders informeren de consument, naast hun awareness campagne, over de concrete effecten van hun duurzame initiatief. Voorbeelden zijn CO2-reductie, afvalvermindering, maar ook op vlak van mensenrechten, diversiteit en kansen, enzovoorts.



Waarom CSDM

als duurzaam

exploitant?



Volledig digitaal netwerk, geen papier en plastic afval



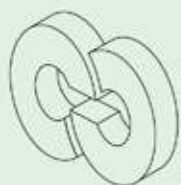
Scherm elektriciteit wordt o.a. opgewekt via zonnepanelen



Beheer op afstand via software, geen onnodige mobiliteitsbewegingen



Volledig elektrisch wagenpark



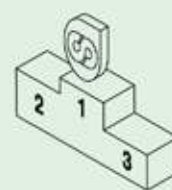
Enkel leveranciers die werken volgens "Cradle-to-Cradle" principe



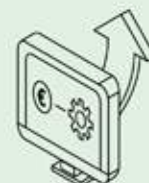
Alle schermen worden aan het einde van hun levensduur gerecycled



CSDM committeert zich om in 2025 100% klimaatneutraal te opereren



CSDM heeft als eerste in Nederland reclamerichtlijnen tbv fossielvrije reclame ingevoerd



Mogelijkheid tot inzetten CO2-slot bij Programmatic inkoop



Wanneer heeft de adverteerder recht op extra zendtijd in de Dooh Good loop?

Adverteerders voldoen aan de richtlijnen van DOOH GOOD wanneer zij maatschappelijk verantwoord ondernemen en de in te zetten awareness* boodschap sluit aan bij minimaal één van de 17 Sustainable Goals van de United Nations.

- Voorbeelden van MVO-boodschappen zijn:
- Duurzame initiatieven die afval- of CO2-reductie realiseren;
 - Projecten waarbij schone energie wordt opgewekt;
 - Projecten waarbij de natuur wordt beschermd en hersteld;
 - Het tegengaan van armoede of honger;
 - Het ondersteunen van educatie;
 - Het inzetten voor gendergelijkheid;
 - Het verbeteren van de toegang tot schoon drinkwater.



Hoe ziet de Dooh Good loop eruit?

De Dooh Good loop is een extra content item van 10 seconden dat op ons gehele netwerk één keer per 160 seconden zichtbaar is. De loop biedt extra ruimte om concrete effecten en resultaten van een duurzaam initiatief te verduidelijken waar in een normale awareness campagne geen ruimte voor. De boodschap die de adverteerder communiceert, dient dan ook in het verlengde te liggen van de awareness uiting en is dezelfde periode zichtbaar als de campagne. CS Digital Media stelt 6% van haar volledige inventory beschikbaar voor de Dooh Good loop. Bij meerdere initiatieven wordt de loop door de adverteerders gedeeld.

DoohGood.com

Tijdens en na afloop van de campagne, zal het duurzame initiatief altijd zichtbaar blijven op het online platform doohgood.com. Zo kunnen reizigers altijd alle duurzame initiatieven van Dooh Good terugvinden, ook na afloop van de campagne.

Voorbeeld campagnes



1. Awareness campagne (betaald)

Vrumona, bottelaar van 7Up in Nederland, vervangt de iconische groene fles van 7Up van glas en PET voor een transparante fles van ongekleurd PET. Met de transparante fles introduceert 7Up ook een nieuwe pay-off: 'Clearly 7Up'!



2. Dooh Good loop (gratis)

Met de introductie van de transparante fles ondersteunt Vrumona 'bottle to bottle'-principe. Hierdoor kan elke PET-fles steeds weer opnieuw gebruikt worden. Zo wordt het totale aanbod transparant (en dus recyclebaar) plastic met 400 ton vergroot.



3. DoohGood.com (gratis)

De duurzame ontwikkeling van 7up zal worden vermeld op Doohgood.com. Hier zal het initiatief blijven staan, welke ook zal doorlinken naar de website van de adverteerder. Zo verzorgt Dooh Good ook nog online traffic.

**De awareness campagne dient een minimale waarde van €10.000,- te hebben.*