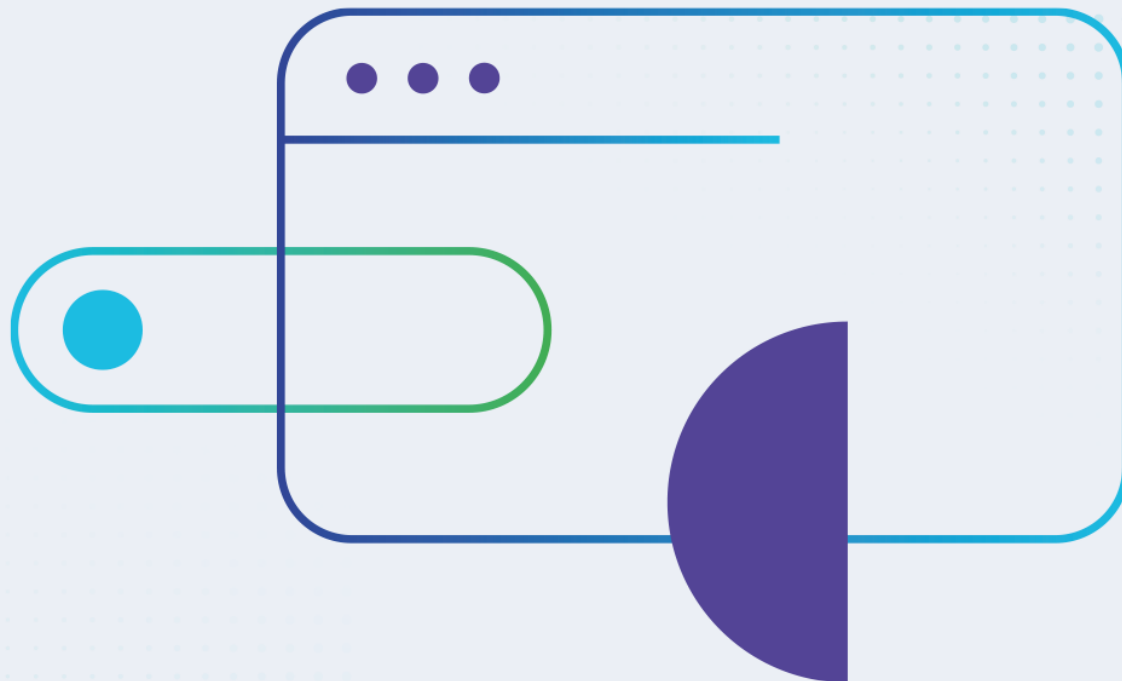




relatório
institucional

2021

iabbrasil.com.br

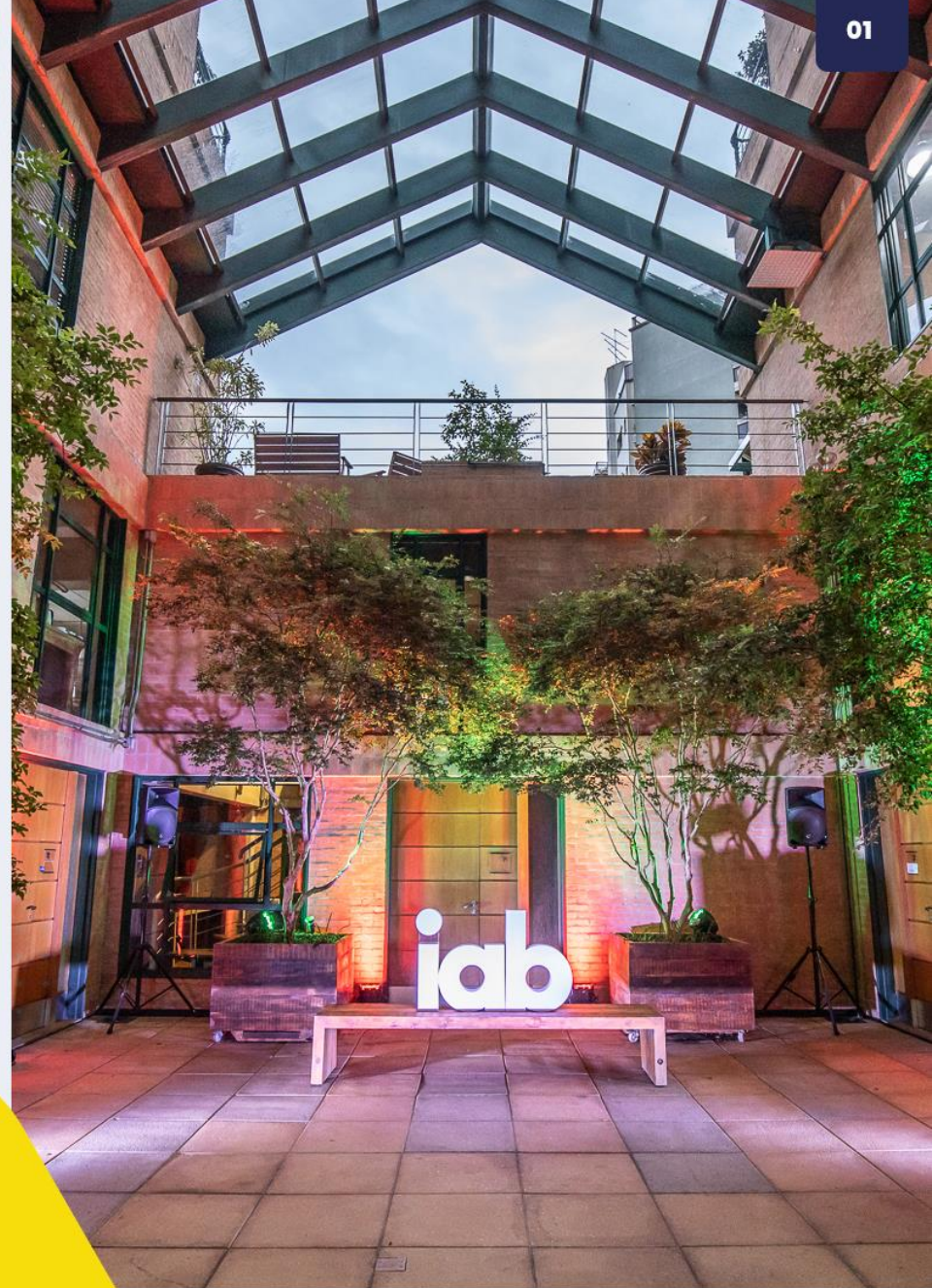


sobre o
iab brasil



Somos o principal agente responsável pelo desenvolvimento da publicidade digital no Brasil.

Desenvolvemos e incentivamos a adoção de padrões técnicos e boas práticas globais para uma operação de mídia segura e eficiente.



IAB no mundo

O IAB Brasil faz parte de uma rede global que representa a publicidade digital em mais de 45 países.

ÁFRICA

África do Sul.

ÁSIA

Ásia do Sul, Austrália, China, Hong Kong, Índia, Japão e Nova Zelândia.

AMÉRICA DO NORTE

Canadá, Estados Unidos e México.

AMÉRICA DO SUL

Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Peru e Uruguai.

EUROPA

Alemanha, Bélgica, Bielorrússia, Bulgária, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Macedônia, Noruega, Polônia, Portugal, Romênia, Rússia, Sérvia, Suécia, Suíça, Turquia, Ucrânia, Áustria e Reino Unido.



diretoria



**Marco
Bebiano**

PRESIDENTE
Google



**Cristiane
Camargo**

CEO
IAB Brasil



**Diego
Gualda**

CLO
Twitter



**Guilherme
Lima**

COO
Teads



**Marcelo
Bechara**

CIR
Globo



**Paulo
Samia**

CFO
UOL

conselho construtivo



Ana Moises

**PRESIDENTE
DO CONSELHO**
LinkedIn



**Marcio
Garcez**

CONSELHEIRO
Facebook



**André
Izay**

CONSELHEIRO
Verizon Media



**Paula
Puppi**

CONSELHEIRA
WPP



**Denis
Onishi**

CONSELHEIRO
FCA



**Eduardo
Lorenzi**

CONSELHEIRO
Publicis Brazil



**Federico
Grosso**

CONSELHEIRO
Adobe



**Fernando
Tassinari**

CONSELHEIRO
Taboola



**Giovanni
Rivetti**

CONSELHEIRO
Accenture
Interactive



**Melissa
Vogel**

CONSELHEIRA
Kantar IBOPE
Media Brazil



**Fred
Müller**

CONSELHEIRO
SBT



**Fabiana
Manfredi**

CONSELHEIRA
Mercado Livre

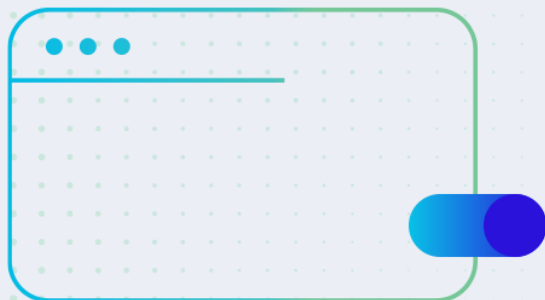


**Raffael
Mastrocolla**

CONSELHEIRO
Oliver

empresas associadas*

Com mais de 210 empresas associadas, reunimos as principais empresas do mercado digital entre anunciantes, veículos de mídia, produtores de conteúdo, agências, consultorias, institutos de pesquisas e adtechs.



Plenos (Lidere)

AMAZON	KANTAR IBOPE MEDIA	PROSPECTIVA	TIK TOK
BAPTISTA LUZ	LEONARDI ADVOGADOS	PUBLICIS	TOLUNA
BETC HAVAS - GRUPO HAVAS	LEW'LARA/TBWA	R7	TWITTER BRASIL
BLINKS - WPP	LINKEDIN	SBT	UOL
BRIUS	MATTERKIND - GRUPO MEDIA BRANDS	SPOTIFY	WAZE
FACEBOOK	MEIO & MENSAGEM	TABOOLA	YAHOO BRASIL
GLOBO.COM	MERCADO LIVRE	TALENSES	
GOOGLE	NIELSEN	TEADS	

Anunciantes (Compartilhe)

AGROGALAXY	COLGATE	L'OREAL DO BRASIL	SKY
AKZONOBEL - CORAL	DANONE	LATAM	SMILES
ALPARGATAS	ELECTROLUX	LOCALIZA	STELLANTIS
AMBEV	FGV	MAGAZINE LUIZA	THERMO FISHER
AUDI DO BRASIL	GOL	MCDONALD'S	TIM
BENEFICÊNCIA PORTUGUESA	HEINEKEN	PEPSICO	UNILEVER
BRADESCO	HYPERA PHARMA	SAINT-GOBAIN	
CARREFOUR	ITAÚ	SANTANDER	



empresas
associadas*

Titulares (Participe)

A&E OLE	CENTRALCOMM	FOLHA DE SÃO PAULO
AD DIALETO	CENTRIA	FOOTBALLCO
ADMETRICKS	CLEAR CHANNEL	GAMNED
ADMITAD	CLEAR SALE	GAUGE
ADSENSOR	CNN	GAZETA ONLINE/A GAZETA DO ESPIRITO SANTO
ADSMOVIL	COMSCORE	GDB BRASIL
ADSTREAM SOLUÇÕES	CRITEO DO BRASIL	GETBLUE
ALL SET	DAILY MOTION	GLOBO CONDÉ NAST
APPNEXUS / XANDR	DAVID - WPP	GREENZ
ARENA PUBLICIDADE - GRUPO HAVAS	DEEZER	GREY - WPP
ARTPLAN	DENTSU	GRUPO ETAPA / PHD Publicidade
AUDIO AD	DIGITAL GROUP	GRUPO NZN
AÚNICA	DISCOVERY	HANDS
AUTOARREIMATE	DISNEY	HAVAS - GRUPO HAVAS
AWIN/ZANOX	DOUBLEVERIFY	HOGARTH - WPP
AZERION/ ZOOMIN	DP6	HUBIFY
BABEL	DPZ&T/ TATERKA	I CHERRY - WPP
BEGROWTH	EDITORA GLOBO/ INFOGLOBO	IAS - Integral Ad Science
BOLD	ELLE	ID\TBWA
Boo-Box/FTPI WEB	ENEXT - WPP	IM MAKERS
BOX COMUNICAÇÃO	ENTRAVISION	INITIATIVE - GRUPO MEDIA BRANDS
CADASTRA - DBG	EVENTIALS	INNOCEAN
CARTA CAPITAL	EVERIS BRASIL	JCDECAUX
CATRACA LIVRE	EXAME / BTG PACTUAL	JOTACOM
CAZAMBA	FBIZ - WPP	JUSSI - WPP
CELY	FCR LAW	KAYAK
	FELSBERG	KPMG



empresas
associadas*

Titulares (Participle)

KUAISHOU	ONE TRUST	SOCIAL TAILORS
LEMME CONTENT	OPICE BLUM	SQUID
LEO BURNET	ORACLE	SUNO
LIVERAMP	OVERVIEW	TAIL DIGITAL
LOMADEE	PIANO	TAKE BLIP
MACHADO MEYER	PINHEIRO NETO	TALENT MARCEL
MAGNITE	PIPELINE	TASTEMADE
MARKETDATA - WPP	PLAY STUDIOS	TERRA ADVERTISING
MEDIA SYSTEMS	PMWEB - WPP	THE JUJU AGENCY
MEDIASmart	PREMIUM ADS	TUNAD
MEDIASTREAM	PSAFE	TURNER
METAX / METASOFT	PUBLYA	UM BRASIL - GRUPO MEDIA BRANDS
METRIKE	RAKUTEN ADVERTISING	VEIRANO ADVOGADOS
MIGHTYHIVE	RANKMYAPP	VERISOFT
MIRUM/ AGENCIA CASA - WPP	REAMP/ COMUNE	VIACOM
MONETIZE MORE	REDE TV	VIBRA
MULLEN LOWE - GRUPO MEDIA BRANDS	RELEVANC	VIDMOB
MUTATO - WPP	REPENSE	VIX MIDIA
MYNTELLIGENCE	REPRISE DIGITAL - GRUPO MEDIA BRANDS	WEACH
NAVEGG	RETARGETLY	WEBEDIA
NETCOS	REZULTO	WEBMOTORS
NUTS	RTB HOUSE	WIEDEN+KENNEDY
NWB	RZK DIGITAL MEDIA	WINCLAP
O ESTADO DE SÃO PAULO	SALESFORCE	WMCCANN
OFFERWISE	SAPIENT AG2	WUNDERMAN THOMPSON - WPP
OGILVY - WPP	SIMILAR WEB	XCOM
OLIVER AGENCY	SIMPLE ADS	Y&R/ VML - WPP
OLX/ BOM NEGÓCIO	SMART AD	YDIGITAL
ONE STATION	SMARTCLIP	ZOOX
ONE TRUST	SO GROUP	ZYGON

O mercado digital unido, plural e diverso

Nestes dois anos em que fui presidente do IAB Brasil, tivemos como base a representatividade aliada a uma gestão que transformou os nossos valores e diretrizes em realidade – reforçando o caráter agnóstico de nosso trabalho, a importância de uma governança responsável e da transparência em toda e qualquer relação.

Durante uma pandemia de proporções inéditas nas nossas vidas, o digital cresceu mais do que nunca e acelerou o futuro. Olhamos para dentro e reconstruímos nossa voz. Amplificamos bases técnicas fundamentais para a publicidade digital e oferecemos os melhores insumos para orientar os planejamentos de campanhas e de negócios.

Estes dois anos foram marcados por diversas discussões, situações politicamente desafiadoras e o IAB Brasil esteve consciente de sua responsabilidade. Não se trata de ganhar uma batalha, mas sim de pavimentar um futuro próspero para a publicidade brasileira a partir de um objetivo em comum: a união do ecossistema para um mercado ainda mais forte, plural, saudável e responsável.

Estivemos aqui para todos e todas, e isto pôde ser vivido e sentido pelos funcionários, associados, diretores, conselheiros e quem quisesse chegar!



**Marco
Bebiano**

**PRESIDENTE
DO IAB BRASIL**

2020 E 2021



O melhor sempre está por vir

Nestes 8 anos em que estou no IAB Brasil, é muito interessante observar e perceber que, o que parecia distante, pode ser considerado uma realidade. Quando olho em especial para o ano de 2021, fica claro o quanto amadurecemos e os caminhos que percorremos para chegarmos até aqui:

- Quando imaginávamos uma associação democrática, precisávamos de mais igualdade em todas as discussões. Fechamos o ano com 50% de agências e anunciantes no corpo de associados;
- Quando planejávamos uma produção de conteúdo de impacto, seria essencial levantar informações de alta relevância para o mercado. Neste ano, focamos nossos esforços para construir conteúdos mais independente, e pudemos oferecer 11 estudos exclusivos do IAB;
- E quando toda avalanche das questões de igualdade atingiu a sociedade, tivemos que repensar toda nossa estrutura e governança. No ano passado, conseguimos chegar à marca recorde de 58% de mulheres líderes nos comitês.

Acreditar na missão é fundamental para um negócio de impacto como o nosso. Mas, a força e a resiliência no processo também são fundamentais. Mais uma vez, agradeço imensamente pelas conquistas destes últimos anos, em especial aos nossos associados, diretoria, equipe e todas as pessoas que contribuíram com esse desenvolvimento.



**Cris
Camargo**

**CEO
DO IAB BRASIL**



RELAÇÕES governamentais

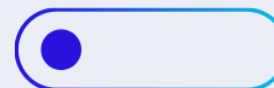
Com o objetivo de construir a reputação do setor de forma proativa e influenciar pautas relevantes para o setor, a área de Relações Governamentais (RelGov) realizou o mapeamento de movimentações políticas, seus principais interlocutores, leis e projetos de leis que poderiam trazer impactos ao setor – além de ter orientado o trabalho de advocacy como representante da indústria.

Como suporte à frente de RelGov, ações de conteúdo e estratégias de comunicação ajudaram a reforçar nossos posicionamentos:

- Ações educativas para jornalistas;
- Discussões e ações de conscientização em pauta nos comitês;
- Artigos publicados na imprensa;
- Entrevistas para diversos veículos.
- Publicação de guias de boas práticas e protocolos de segurança para marcas.

PRINCIPAIS PAUTAS DE 2021:

- Contribuições à ANPD (*Autoridade Nacional de Proteção De Dados*);
- Renovação do Memorando de Entendimento sobre Publicidade On-line e Direitos de Propriedade Intelectual, assinado em compromisso com o Conselho Nacional de Combate à Pirataria (*CNCP*);
- PL 504/2020 | IAB Brasil fez parte de movimento contrário ao projeto que sugeria vedar publicidade que contivesse alusão a gênero e orientação sexual ou a movimentos sobre diversidade sexual relacionados à crianças e adolescentes no Estado de São Paulo (*participamos do abaixo-assinado*);
- Conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (*LGPD*);
- Reforma do Código Eleitoral Brasileiro;
- PL 2.134/2021 | Transparência na Contratação de Publicidade Digital;
- PL 2.630/2020 | Combate às Fake News;
- Defesa do Marco Civil da Internet;
- PL 3.227/2021 | Moderação de conteúdo em redes sociais;
- Amicus curiae na ADI 6034 | Tributação das atividades de veiculação de publicidade.



educação

Preparar profissionais para atuarem de forma prática, segura e eficiente no mercado da publicidade digital foi a grande missão da nossa área de Educação em 2021. Disponibilizados diretamente ao público e também por meio do programa Formar para Transformar*, nossos cursos livres foram ministrados 100% on-line – assim como nossos webinars e treinamentos in companies.

16
cursos
realizados

11
webinars

6
turmas in
company

2.699
alunos
certificados

*Cursos, In Companies
e certificação*

+de **6.000**
participantes
em webinars



TEMAS DOS CURSOS:

- Digital fundamentais;
- Mídia programática – Básico;
- Planejamento de mídia programática;
- Gestão de mídia programática para veículos;
- Mídia programática para traders;
- O impacto da LGPD no ecossistema de publicidade on-line;
- Áudio 360°;
- Estratégias jurídicas na publicidade digital;
- Brand Safety;
- Mensuração e otimização de campanhas;
- Atribuição de campanha;
- Influenciadores digitais: estratégias e melhores práticas.



comitês

Com o objetivo de atuar como fóruns de discussões sobre as mais importantes temáticas para a sustentabilidade e evolução do setor, os comitês receberam profissionais de diferentes áreas do mercado.

10
comitês

1.893
participações

35
reuniões
no ano

14
grupos de
trabalho

ASSUNTOS JURÍDICOS

PRESIDENTE: NATALIA KUCHAR (GOOGLE)
VICE-PRESIDENTE: ANDRESSA BIZUTTI ANDRADE
(BAPTISTA LUZ ADVOGADOS)

ÁUDIO E VOZ

PRESIDENTE: RODRIGO TIGRE (AUDIO.AD/REDMAS)
VICE-PRESIDENTE: VICTOR SENOI (SPOTIFY)

AD VERIFICATION E COMBATE À FRAUDE

PRESIDENTE: LUCIANA BURGER (ORACLE)
VICE-PRESIDENTE: VITOR BELLOTE (XANDR)

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

PRESIDENTE: LUCAS REIS (ZYGON ADTECH)
VICE-PRESIDENTE: JULIANA AMORIM (F.BIZ)

CONTEÚDO

PRESIDENTE: ISABELA VENTURA (SQUID)
VICE-PRESIDENTE: BÁRBARA BONO (EMPREENDEDORA)

GESTÃO DE DADOS E AUDIÊNCIAS

PRESIDENTE: EMMANUEL MARTINS (TAIL)
VICE-PRESIDENTE: MÔNICA SAYURI FUKUMOTO (DP6)

VÍDEO DIGITAL

PRESIDENTE: RAFAEL PALLARÉS (MAGNITE)
VICE-PRESIDENTE: VANESSA DELGADO
(METAX SOFTWARE)

UX/MOBILE

PRESIDENTE: HELOISA LOPES (GDB)
VICE-PRESIDENTE: RAFAEL BRANDÃO (TELECINE)

MENSURAÇÃO

PRESIDENTE: SABRINA BALHES (NIELSEN)
VICE-PRESIDENTE: AMANDA GASPERINI (GAUGE)

TECH LAB

PRESIDENTE: JOSÉ CALAZANS (GLOBO)

eventos

Com transmissão ao vivo e participação remota de palestrantes nacionais e internacionais, a 2ª edição do IAB NEXT apresentou uma trilha de aprendizado em 4 encontros que abordaram os principais temas da publicidade digital:

- Dados e Mensuração
- Tecnologia e Automação
- Vídeo e Streaming
- Business Transformation

+ de
7.000
acessos



PERFIL DA AUDIÊNCIA



Buy side - Anunciantes, agências e consultorias
Sell side - veículos, plataformas de tecnologia, institutos de pesquisa e advogados





publicações

76
artigos

36
vídeos

19
episódios
de podcast

10
publicações
próprias nos temas:

- Taxonomia 2.2
- Guia de Vídeo Digital, Streaming e TV Conectada
- Parecer Jurídico LGPD
- Código de Boas Práticas em Publicidade Digital
- Minutário de Boas Práticas
- Guia de Modelos de Contratação
- Guia para a Era Pós-Cookies de Terceiros
- Guia de Boas Práticas no Combate à Fraude
- Guia de Boas Práticas In-App
- CJPP

pesquisas



A área de Pesquisas do IAB Brasil trouxe, a partir de dados e insights, insumos fundamentais para orientar o planejamento de campanhas e de negócios!

11 PESQUISAS PROPRIETÁRIAS:

- Os hábitos de uso de redes sociais no Brasil
- As mulheres, o mercado de trabalho e a representação do gênero feminino na publicidade
- Segunda edição de pesquisa revela os impactos da Covid-19 no investimento em publicidade no Brasil para 2021
- Publicidade em games on-line no mercado brasileiro
- IAB State of Data 2021: Análise quantitativa sobre o mercado norte-americano
- Adex Benchmark 2019 - O cenário da publicidade no continente Europeu
- TV Conectada - Os desafios e oportunidades para anunciantes e publishers no Brasil
- O mercado publicitário está preparado para o fim dos cookies?
- IAB Brand Disruption 2021
- A influência da Publicidade digital no universo dos podcasts
- Digital Adspend 2020/2021



campanhas de conteúdo



Ao longo do ano, transformamos nossos conteúdos e materiais em campanhas especiais.

Clique na imagem e confira



Em 2021, tivemos + de

800.000

IMPACTOS TOTAIS*



e **98%** de satisfação
em nossas iniciativas.**

*Acessos ao site, download de pesquisas e publicações, visualizações em vídeos, audiência de podcast, alunos certificados e acessos em eventos e webinars.

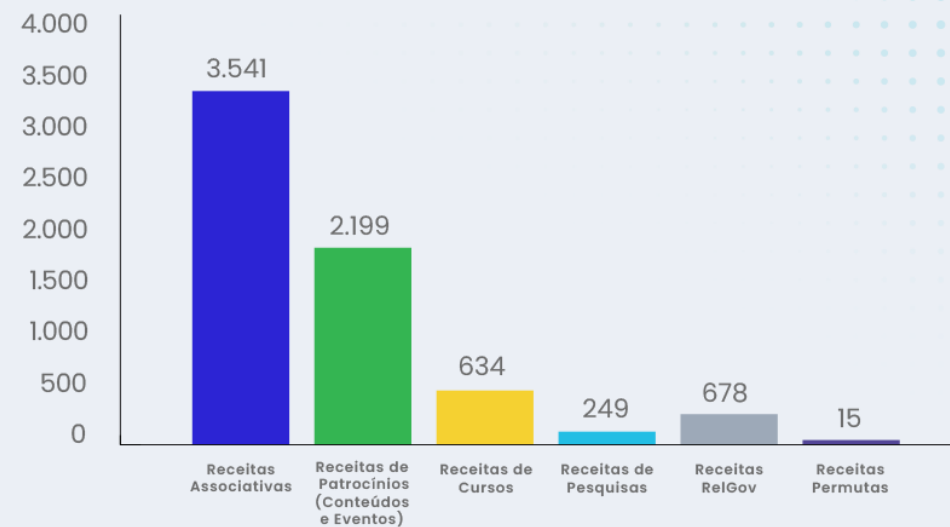
**Satisfação em cursos, webinars, eventos e comitês.

resultado financeiro

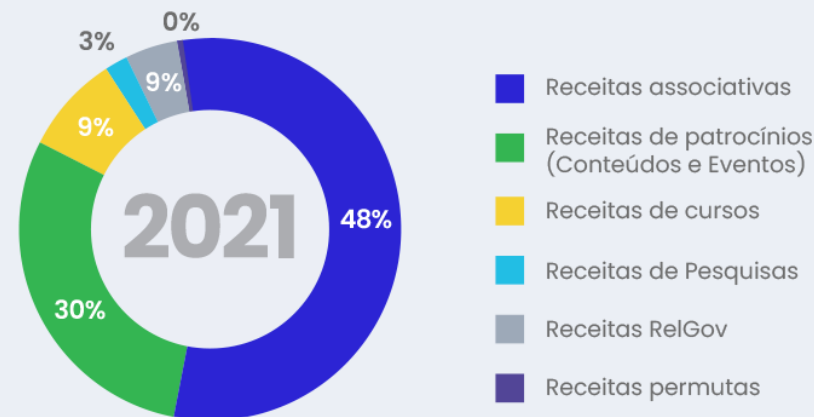
Demonstração do superávit/déficit para o exercício em 31/12 de 2021

2021	em milhares de reais
Receitas Associativas	3.541
Receitas Patrocínios (Eventos e conteúdos)	2.199
Receitas Cursos	634
Receitas Doações (Pesquisa)	249
Receitas de RELGOV	678
Receitas Permutas	15
(-) Despesas Operacionais	(7.290)
(=) EBTIDA	26
Outras receitas e despesas	(16)
Despesas financeiras	(19)
Depreciação	(31)
Outras despesas tributárias	(34)
Receitas financeiras	135
Superávit/ Déficit (do exercício)	61

SITUAÇÃO FINANCEIRA



FONTES DE RECEITAS





Acompanhe os canais digitais do IAB Brasil:

INSTAGRAM

LINKEDIN

YOUTUBE

FACEBOOK

TWITTER

/iabbrasil

iabbrasil.com.br

