



RELATÓRIO INSTITUCIONAL 2022

iabbrasil.com.br



Índice

Mensagem da CEO

O IAB no Mundo

Mensagem da Presidente

Diretoria

Conselho

Associados

Sobre o IAB Brasil

Comitês

Relações Governamentais

Educação

Eventos

Publicações

Pesquisas

Impactos

Resultado Financeiro

O significado dos negócios de impacto

Chego ao final de 2022 com um pacote de novos significados.

Ao longo dos últimos anos, caminhei por trilhas diversas, investi em capacitação e vivenciei experiências em conselhos de administração em outras organizações sem fins lucrativos para que esta amplitude no olhar trouxesse algo novo para a mesa. Observar de perto estas referências e estas formas de administrar, as estruturas organizacionais, as equipes e os desafios me ajudaram a entender nossas particularidades mas também as nossas semelhanças.

2022 foi um marco para a materialização do significado do nosso trabalho. Somos um negócio de impacto em um mercado que tem se tornado, cada vez mais, essencial para a sociedade de forma geral. Precisamos perseguir, incessantemente, a geração do melhor impacto possível na vida das pessoas que fazem o nosso setor prosperar.

Impacto positivo, capacitação técnica, co-criação e muita colaboração transformarão os profissionais, suas empresas, o mercado e a sociedade.

Esta é a nossa responsabilidade e a nossa causa.



Cris Camargo

CEO do IAB Brasil

O IAB no Mundo

IAB Brasil faz parte de uma rede global que reúne 45 organizações, sendo 3 destas regionais, para compartilhar desafios, incentivar a criação de boas práticas e promover o setor de Publicidade Digital em todo o mundo. Em 2023 o IAB Brasil completará 25 anos à frente das principais discussões que impulsionam o setor no país.

África

África do Sul GCC (Gulf Cooperation Council)

América do Norte

Canada México Estados Unidos

América do Sul

Argentina Brasil Chile Colômbia Peru Uruguai

Ásia

Ásia do Sul + Índia Austrália China Hong Kong Japão Nova Zelândia

Europa

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



Foi um privilégio assumir a presidência do IAB Brasil em 2022

Antes deste convite tive a oportunidade de participar de seu Conselho e acompanhar de perto a solidez de sua governança e sua visão múltipla capaz de contemplar a amplitude do setor. A representatividade entre seus associados e em sua liderança oferece ao IAB a possibilidade de endereçar os desafios de todo um ecossistema.

Em meu primeiro mandato procurei dar continuidade à construção dos últimos anos conduzida em um contexto desafiador e, ao mesmo tempo, cheio de oportunidades onde muito se aprendeu nesta casa, no setor, no mercado e na sociedade.

Uma parte importante do meu papel à frente do IAB Brasil foi assegurar sua posição de universalidade e pluralidade – que tem muita similaridade com a minha história na publicidade – ao provocar o diálogo entre diferentes lados, construir caminhos e oferecer oportunidade para a indústria através de negociação e conciliação de interesses, sempre respaldados pela qualidade e pelo embasamento técnico.

E assim foi 2022 um ano em que construímos pontes e geramos conexões.

- Fortalecemos nosso relacionamento com outras entidades, estivemos presentes na governança do CONAR e anunciamos o nosso retorno ao CENP.
- Investimos na área de Relações Governamentais, com a ampliação da equipe que agora conta com um representante em Brasília.
- Fortalecemos as conversas sobre D&I com a consolidação do Comitê de Diversidade e Inclusão e a criação do Guia para uma contratação diversa.
- E oferecemos ao mercado diversas oportunidades para que este pudesse fazer parte das “conversas digitais” por meio de nossos eventos, comitês, grupos de trabalho e do acesso ao conteúdo técnico, padrões e boas práticas compartilhados em guias, relatórios e pesquisas.

Todo este trabalho tem como pilar fundamental impactar positivamente nossos associados e fomentar o desenvolvimento sustentável da publicidade digital, objetivo primeiro da entidade



Melissa Vogel

Presidente do IAB Brasil

Diretoria



**MELISSA
VOGEL**

Presidente
Kantar IBOPE Media



**CRISTIANE
CAMARGO**

CEO
IAB Brasil



**DANIELA
GALEGO**

Vice-presidente
de Operações
Yahoo



**DIEGO
GUALDA**

Vice-presidente de
Assuntos Governamentais
Twitter



**MARCIA
ESTEVES**

Vice-presidente de
Relações Institucionais
e com o Mercado
LEW'LARA/ TBWA



**PAULO
SAMIA**

Vice-presidente
Financeiro
UOL

Conselho



MARCO BEBIANO
Presidente do conselho
Google



ANA MOISES
Conselheira
LinkedIn



ANDRÉ IZAY
Conselheiro
Yahoo



CARLA COMARELLA
Conselheira
Amazon



CAROL BUZETTO
Conselheira
WPP



DÉBORA DAUANNY
Conselheira
Stellantis



EDUARDO LORENZI
Conselheiro
Publicis



EVERTON RODRIGUES
Conselheiro
Kinesso IPG Brasil



FABIANA MANFREDI
Conselheira
Mercado Livre



FERNANDO TASSINARI
Conselheiro
Taboola



FRED MÜLLER
Conselheiro
SBT



GABRIELA COMAZZETTO
Conselheira
TikTok



LUIZ VALENTE
Conselheiro
Talenses



MARCELO BECHARA
Conselheiro
Globo



NINA DRAGONE
Conselheira
Facebook



PEDRO RAMOS
Conselheiro
Baptista Luz



VICTOR SOFFIATTI
Conselheiro
Publicis

Empresas Associadas

com mais de 200 associadas, reunimos as principais empresas do mercado digital entre anunciantes, veículos de mídia, produtores de conteúdo, agências, consultorias, institutos de pesquisa e Adtechs.

Plano Lidere

AMAZON	META
AMERICANAS S.A.	NIELSEN
BAPTISTA LUZ	PINTEREST
BRASKEM	PUBLICIS
DIAGEO	R7
ETUS	SABESP
FBIZ – WPP	SAMSUNG
GLOBO.COM	SBT
GOOGLE	SPOTIFY
KANTAR IBOPE MEDIA	TABOOLA
LEONARDI ADVOGADOS	TEADS
LEW'LARA/TBWA	TIK TOK
LINKEDIN	TWITTER BRASIL
MATTERKIND	UOL
MEIO & MENSAGEM	YAHOO BRASIL
MERCADO LIVRE	

Dados: Dezembro de 2022

Empresas Associadas

Plano Compartilhe

AKZONOBEL - CORAL

ALPARGATAS

AMBEV

BOTICÁRIO

BENEFICÊNCIA PORTUGUESA

CARREFOUR

DANONE

ELECTROLUX

FGV

HEINEKEN

HYPERA PHARMA

ITAÚ

KUAISHOU

L'OREAL DO BRASIL

MAGAZINE LUIZA

MGID BRASIL PUBLICIDADE

PEPSICO

PROSPECTIVA

SAINT-GOBAIN

SANTANDER

SKY

SMILES

STELLANTIS

TETRA PAK

UNILEVER

Empresas Associadas

Plano Participe

AD DIGITAL

ADMOOH

ADSMOVIL

ADSTREAM SOLUÇÕES

ALL SET

ALMAP BBDO

ALRIGHT

APPNEXUS / XANDR

ARTPLAN

AUDIO AD

AÚNICA

AWIN/ZANOX

AZERION/ ZOOMIN

BABEL

BEBOT DIGITAL

BLINKS - WPP

BOLD

Boo-Box/FTPI WEB

BRAINLABS

CADASTRA - DBG

CAZAMBA

CENTRALCOMM

CLEAR CHANNEL

CNN

COMSCORE

CRITEO DO BRASIL

DAILY MOTION

DAVID - WPP

DEEZER

DENTSU

DISCOVERY

DISNEY

DOITY

DOUBLEVERIFY

DP6

DPZ&T/ TATERKA

EDITORA GLOBO/ INFOGLOBO

ELLE

ENTRAVISION

EPBR

EQUATIV

EVENTIALS

EXAME / BTG PACTUAL

FOOTBALLCO

GAMNED

GAUGE

GAZETA ONLINE

GDB BRASIL

GETBLUE

GREENZ

GREY - WPP

Plano Participe

GRUPO ETAPA

HOGARTH - WPP

HUBIFY

I CHERRY - WPP

IAS - Integral Ad Science

ID\TBWA

IMS-BRASIL

INITIATIVE

INNOCEAN

IUBENDA

JCDECAUX

JOTACOM

AYAK

KINDICO

LEO BURNETT

LIVERAMP

MAGNITE

MARKETDATA - WPP

MEDIASMART

METAX / METASOFT

METRIKE

MIGHTYHIVE

MINT

MIRUM

MONETIZE MORE

MULLEN LOWE

MUTATO - WPP

NACAO DIGITAL

NAVEGG

NETCOS

NWB

O ESTADO DE SÃO PAULO

OFFERWISE

OGILVY - WPP

OLIVER AGENCY

OLX/ BOM NEGÓCIO

OPICE BLUM

ORACLE

OTTERA INC.

PERFORMICS DEEPLINE

PINHEIRO NETO

PIPELINE

POLIS

PRADO E VIDIGAL

PROJECT AGORA

PSAFE

PUBLYA

RAKUTEN ADVERTISING

RD ADS

REINVENÇÃO DIGITAL

RELEVANC

Empresas Associadas

Dados: Dezembro de 2022

Plano Participe

REPENSE

REPRISE DIGITAL

RETARGETLY

REZULTO

ROSH DIGITAL

RTB HOUSE

RZK DIGITAL MEDIA

SAGA PUBLICIDADE

SALESFORCE

SERASA / EXPERIAN

SGR

SHOWHEROES

SHUTTERSTOCK

SIMILAR WEB

SIMPLE ADS

SO GROUP

SOCIAL TAILORS

SUNMEDIA

TAIL DIGITAL

TALENT MARCEL

TASTEMADE

TERRA ADVERTISING

TRAFFIC GUARD

TUNAD

TURNER

UM BRASIL

UPSTREAM

VERISOFT

VIACOM

VIBRA

VIDMOB

VIDOOMY

VIX MIDIA

VMLY&R - WPP

WEACH

WEBEDIA

WEBMOTORS

WIEDEN+KENNEDY

WMCCANN

WUNDERMAN THOMPSON - WPP

XCOM

ZEFR

ZYGON

Empresas Associadas

Dados: Dezembro de 2022

Sobre O IAB Brasil

Somos o principal agente responsável pelo desenvolvimento sustentável do ecossistema da publicidade digital.

Criamos e fomentamos a adoção de padrões técnicos e boas práticas em planejamento, criação, compra, venda, veiculação e mensuração nas mais diversas atividades desempenhadas pela economia digital.

Consideramos sustentável:

- Tudo aquilo que funciona tecnicamente para agências, anunciantes, veículos e integrantes do ecossistema;
- Pode ser aplicado Globalmente;
- É bom para as empresas, para os negócios e para a sociedade!

No Brasil, representamos o mercado por meio de mais de 200 empresas associadas, engajando-as no acompanhamento e na resolução das principais temáticas da indústria, com o objetivo de gerar impacto positivo para a economia digital e a sociedade.

2022

A cada ano um novo ritmo. Mudança no comportamento do consumidor, nos movimentos sociais e nos avanços tecnológicos não são novidade, mas mantêm um papel importantíssimo no direcionamento da publicidade digital. O IAB mapeou este cenário e respondeu rapidamente a ele, concentrando suas energias no desenvolvimento sustentável deste setor.

Em 2022 ofereceremos uma melhor compreensão para as transformações no universo de áudio e vídeo. Nos debruçamos sobre o novo ambiente virtual que começava a movimentar investimentos publicitários, mais conhecido como Metaverso. Nos questionamos sobre a nossa responsabilidade social e o nosso papel na promoção de uma publicidade mais inclusiva capaz de reunir talentos diversos para o enriquecimento de suas pautas. E mantivemos a privacidade no centro de nossas discussões. Nesta caminhada seguimos desenvolvendo e apresentando padrões e boas práticas para que a atividade publicitária fosse cada vez mais segura, competitiva e inovadora.

Muitas foram as oportunidades de conversa, exploração, experiência e construção ao lado de nossos associados, os principais representantes do ecossistema digital, dedicadas a fomentar e facilitar o crescimento da publicidade digital no Brasil.

Este relatório resume como distribuimos esta nossa visão pelas áreas do IAB Brasil.

Comitês

Os comitês do IAB Brasil são fóruns dedicados a discutir temas relevantes envolvendo a publicidade digital, sempre buscando a evolução do setor e o fomento às boas práticas para um ecossistema cada vez mais seguro.

As reuniões são acompanhadas por representantes das empresas associadas e, para além de uma troca rica de informações, podem ainda resultar na construção de materiais de apoio voltados ao mercado.

Em 2022, diversas publicações ganharam vida para trazer a compreensão tanto do cenário que se apresentava, quanto dos desafios que aguardam a publicidade digital no próximo ano.

10
Comitês

2.240
Participações

13
Grupos de trabalho

35
Reuniões no ano

AD QUALITY

PRESIDENTE: Rafael Reis (DoubleVerify)
VICE-PRESIDENTE: Lucas Vianna (Telefonica)

ASSUNTOS JURÍDICOS

PRESIDENTE: Natalia Kuchar (Google)
VICE-PRESIDENTE: Marcel Leonardi (Leonardi Advogados)

ÁUDIO E VOZ

PRESIDENTE: Rodrigo Tigre (Entravision)
VICE-PRESIDENTE: José Melchert (Spotify)

BRAND EXPERIENCE

PRESIDENTE: Eduardo Pereira (Kantar IBOPE Media)
VICE-PRESIDENTE: Marcelo Sousa (Marketdata)

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

PRESIDENTE: Lucas Reis (Zygon)
VICE-PRESIDENTE: Luiza Oliveira (Hogarth)

GESTÃO DE DADOS E AUDIÊNCIAS

PRESIDENTE: Alexandre Kavinsky (i-Cherry)
VICE-PRESIDENTE: Renata Minami (Uncover)

MENSURAÇÃO

PRESIDENTE: Sabrina Balhes (Nielsen Media)
VICE-PRESIDENTE: Amanda Gasperini (Gauge)

TECHLAB

PRESIDENTE: Léo Naressi (DP6)
VICE-PRESIDENTE: José Calazans (Globo)
VICE-PRESIDENTE: Taciana Rettore (ShowHeroes)

RETAIL MEDIA

PRESIDENTE: Paulo Schiavon (Performics)
VICE-PRESIDENTE: Daniella Simionato (Mercado Livre)

VÍDEO DIGITAL

PRESIDENTE: Lilian Prado (ShowHeroes)
VICE-PRESIDENTE: Luis Camargo (Google)

Relações Governamentais

O IAB Brasil conta com uma área de Relações Governamentais (RelGov) dedicada ao mapeamento das movimentações políticas, seus principais interlocutores, leis e projetos de leis que podem trazer impactos ao setor de publicidade digital.

Ações de conteúdo e estratégias de comunicação foram realizadas para apoiar RelGov:

- Discussões e ações de conscientização em pauta nos comitês;
- Publicação de guias de boas práticas e protocolos de segurança para marcas;

Engajamento

51

Direto

313

Indireto

- **Contribuições**

- à ANPD (Autoridade Nacional de Proteção De Dados)
 - Notas técnicas e insumo para consultas públicas
- à CGU (Controladoria Geral da União)
 - Cartilha em parceria com a CGU

- **Defesa**

- PL 2.630/2020 | Combate às Fake News
 - Abaixo assinado com mais de 750 assinaturas
 - Mais de 63 inserções na mídia
 - Reunião com tomadores de decisão
- PL 2.134/2021 | Transparência na Contratação de Publicidade Digital
- Amicus curiae na ADI 6034 | Tributação das atividades de veiculação de publicidade

Educação

A educação é um dos pilares fundamentais para gerar impacto positivo e contribuir para o desenvolvimento sustentável da publicidade digital. Profissionais preparados fazem entregas melhores e proporcionam inovações, contribuindo para o desenvolvimento pessoal, de sua equipe, da companhia e do setor – e de quebra são mais bem avaliados, competitivos e disputados pelo mercado de trabalho.

As constantes transformações do digital mostram que a capacitação técnica é uma necessidade crescente. Diversos são os produtos que compõem o portfólio de Educação do IAB Brasil. Em formato on-line, podem ser realizados de qualquer lugar, oferecendo conteúdos atuais e aplicáveis no dia a dia, e professores de mercado com profunda experiência em digital.

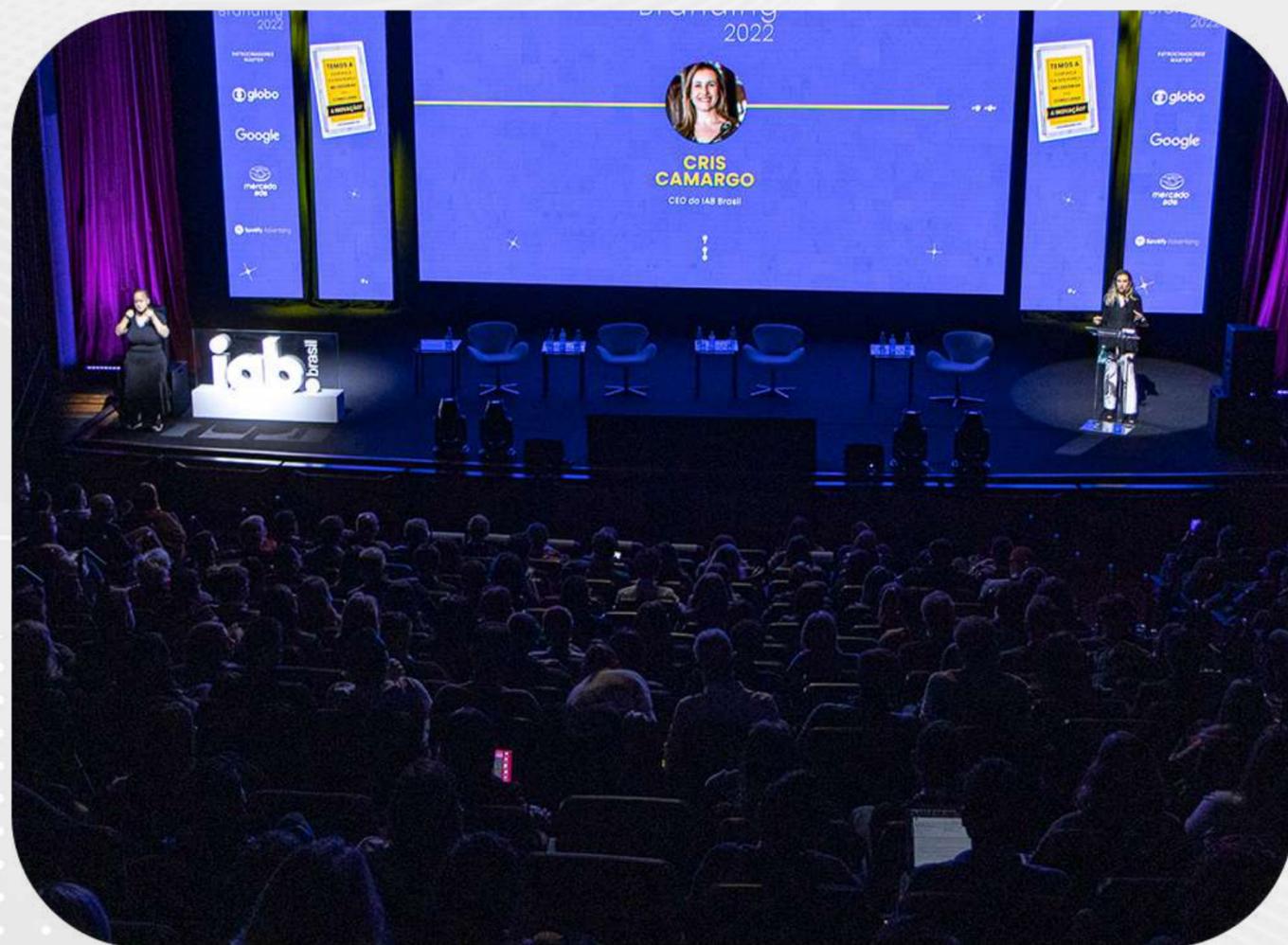
18 Cursos realizados
4 Turmas in company
6 Webinars
626 Alunos Certificados
6 Trilhas de Capacitação

+ de **3.000** Visualizações em webinars

- **Ad Quality**
- **Áudio 360°**
- **Brand Safety**
- **Digital Media Fundamentals**
- **Estratégias Jurídicas na Publicidade Digital**
- **Gestão de Mídia Programática para Veículos**
- **Influenciadores Digitais**
- **Mensuração e Otimização de Campanhas**
- **Mídia Programática Básica**
- **Mídia Programática for Traders**
- **O Futuro da Publicidade Pós-Cookies de Terceiros**
- **Planejamento de Mídia Programática**
- **Publicidade em Games**
- **Visualização de Dados**

Evento AdTech & Branding

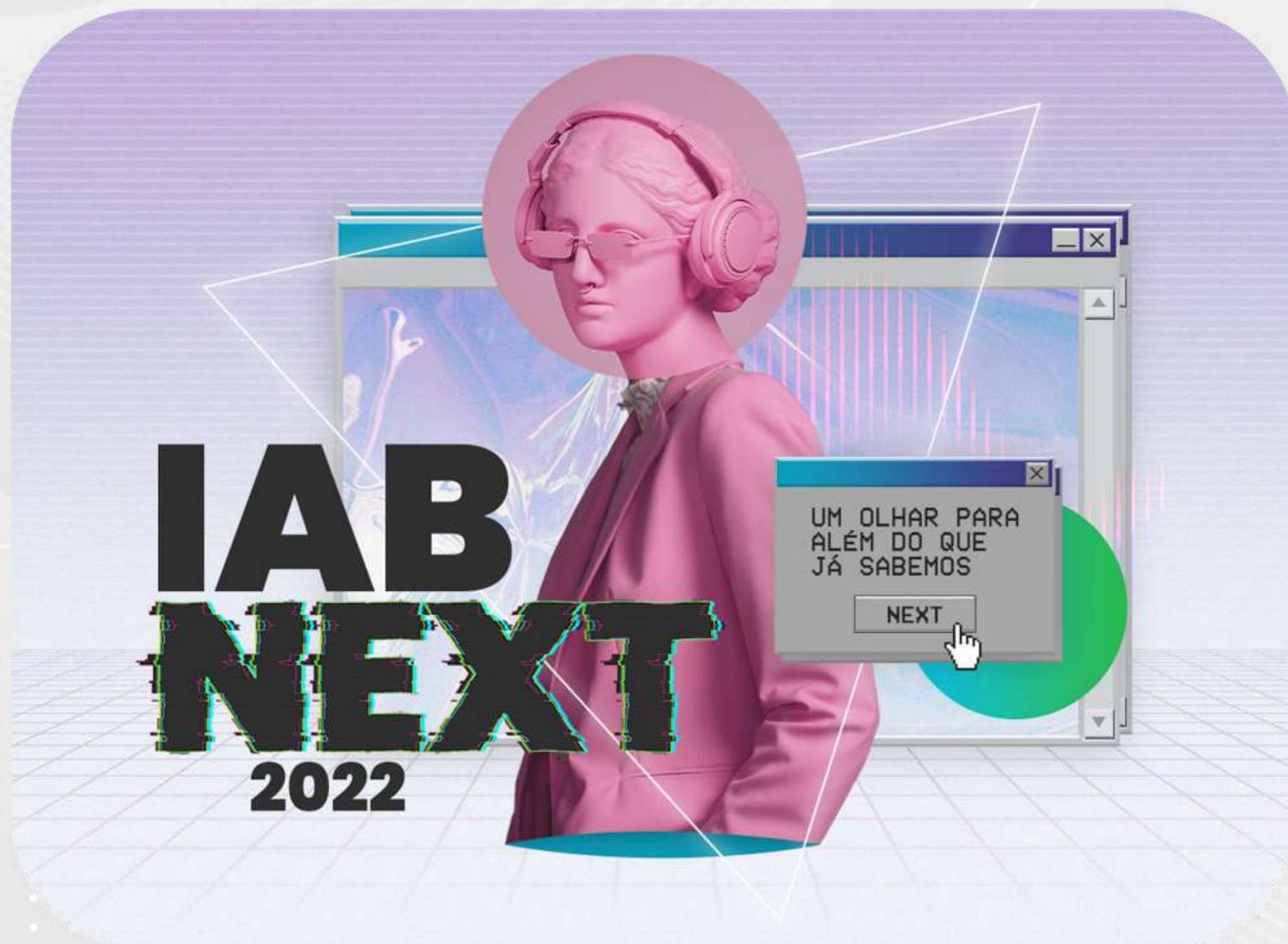
Junho 2022



Com o retorno ao presencial, nosso principal evento reuniu **572** representantes da publicidade digital brasileira para discutir a construção de marcas e negócios no digital e o uso da tecnologia e dos dados aplicados a este mercado.

Evento IAB NEXT

Setembro 2022



A 3ª edição do IAB NEXT, nosso evento on-line e gratuito, apresentou ao mercado tendências e insights sobre as mudanças do consumidor e da economia digital. Suas temáticas foram divididas em dois dias:

- Insights e tendências para criativos no digital
- Insights e tendências para negócios e marcas no digital

+ de
3.500
visualizações

Publicações

43

Artigos

5

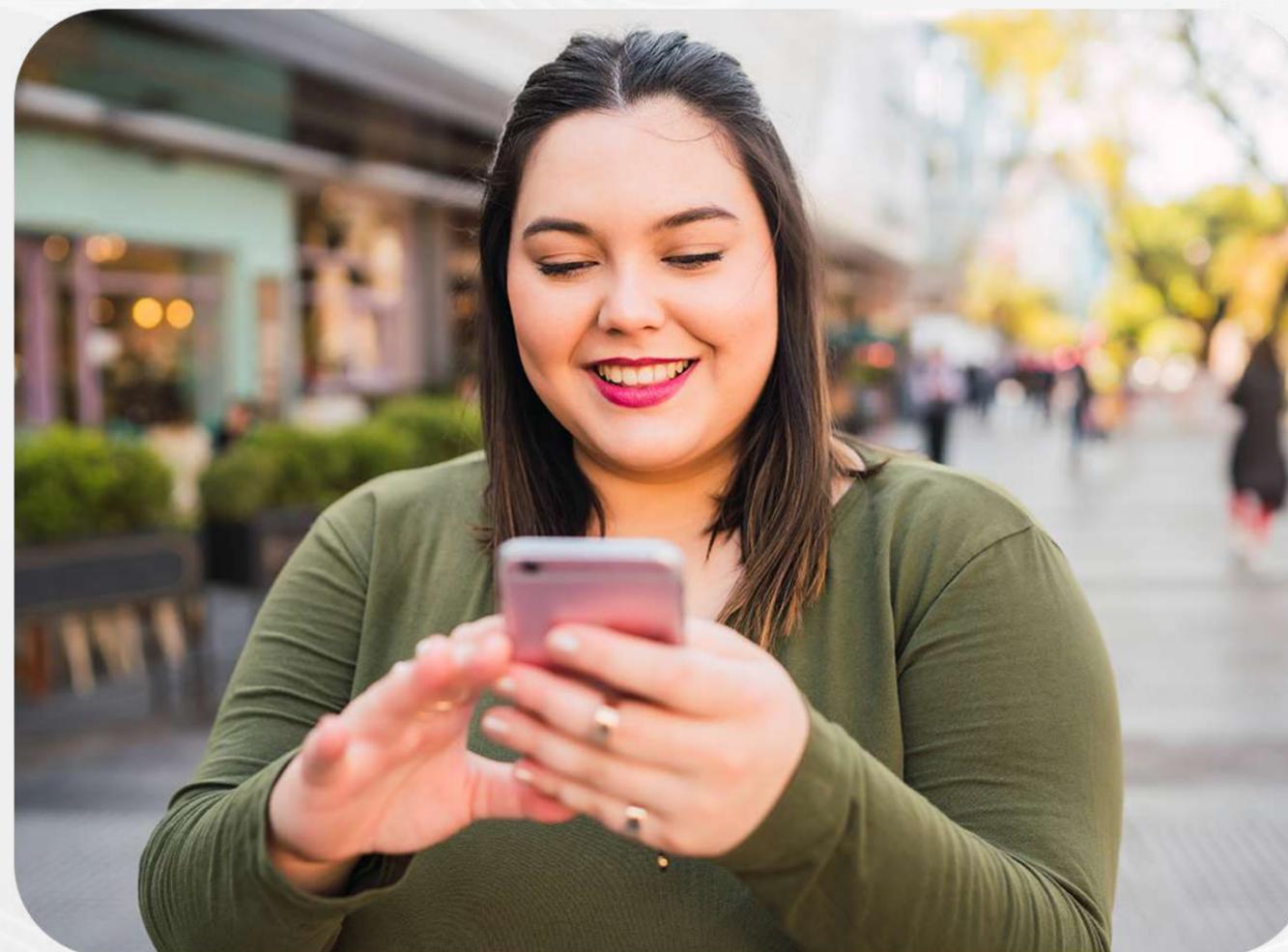
Vídeos

5

Episódios
de podcast

8 publicações proprietárias:

- [Por que o PL 2630/2020 ameaça a publicidade digital brasileira?](#)
- [Diretrizes Técnicas para Medição de Podcast 2.1](#)
- [Guia de Podcast Advertising 2022](#)
- [Guia para uma Gestão Eficiente de Dados](#)
- [Guia de Boas Práticas para Criativos em TV Conectada](#)
- [Guia de Boas Práticas para Relações Seguras em Publicidade Digital](#)
- [Retail Media: a terceira onda da publicidade digital](#)
- [Guia para uma Contratação Diversa](#)



5 publicações técnicas (Tech Lab)

- [Taxonomia de Conteúdo 3.0](#)
- [OpenRTB versão 2.6](#)
- [Ads.cert – especificação final](#)
- [Ads.txt 1.1 – especificação final](#)
- [Seller Defined Audiences](#)

Pesquisas

A área de Pesquisas do IAB Brasil oferece, a partir de dados e insights, insumos fundamentais para orientar o planejamento de campanhas e de negócios em publicidade digital. É nossa missão informar, embasar, trazer respostas e caminhos para que o mercado esteja cada vez mais seguro para realizar investimentos e ter resultados concretos.



Como seria a Internet sem anúncios?

O que aconteceria se os serviços digitais, hoje gratuitos e financiados pela publicidade digital, deixassem de ter anúncios? Como seria a experiência on-line se os internautas tivessem que pagar por cada site e aplicativo que utilizam no dia a dia?

Para compreender o comportamento dos usuários conectados frente a este cenário hipotético, o IAB Brasil, em parceria com os institutos Offerwise e Nielsen, desenvolveu a pesquisa 'Como seria a Internet sem Anúncios' – a qual contou com dados do Brasil e de mais seis países da América Latina.



State of Data 2022

O relatório publicado pelo IAB US e traduzido para o português pelo IAB Brasil, mostra que embora o setor da publicidade digital sinta que está se preparando para o fim dos cookies e identificadores de terceiros, a movimentação real pela busca de soluções e alternativas ainda deixa muito a desejar – principalmente quando falamos dos desafios relacionados à mensuração.

O material, que traz um panorama geral do ecossistema norte-americano, contou com entrevistas qualitativas com mais de 200 profissionais e tomadores de decisões. E faz ainda uma chamada para a ação: **o momento de se planejar para enfrentar as transformações é agora!**



Digital AdSpend 2021 | H1 2022

As pesquisas Digital AdSpend, realizadas pelo IAB Brasil em parceria com a Kantar IBOPE Media, oferecem análises exclusivas sobre os **investimentos em Publicidade Digital no Brasil** apresentando as mudanças no comportamento dos consumidores que vêm transformando as escolhas dos anunciantes na distribuição de suas verbas.



Brand Disruption

O relatório Brand Disruption Brasil, apresenta um panorama do atual setor da publicidade digital no país com foco em inovação tecnológica e estratégias publicitárias transformadoras.

Apresentado no IAB NEXT 2022, evento online realizado pelo IAB Brasil, o relatório discutiu o futuro do setor em um contexto de aumento da competição entre as marcas, menor poder de compra da população devido à situação econômica do país e surgimento de novos hábitos de consumo.





+1.000.000

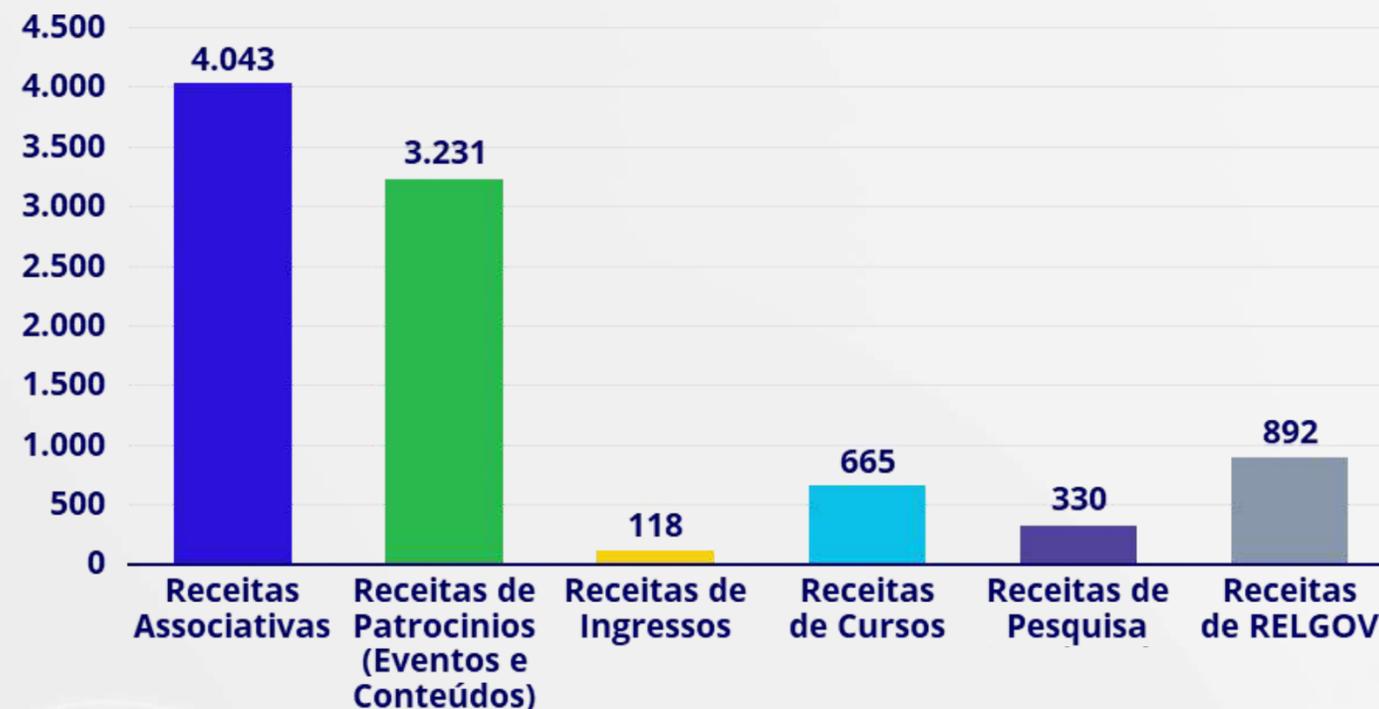
Impactos em 2022

Resultado Financeiro

Demonstração do superávit para o exercício findos em 31 de dezembro de 2022

2022	(Valores expressos em milhares de Reais)
Receitas Associativas	4.043
Receitas de Patrocínios (Eventos e Conteúdos)	3.231
Receitas de Ingressos	118
Receitas de Cursos	665
Receitas de Pesquisas	330
Receitas de RELGOV	892
(-) Despesas Operacionais	(9.153)
(=) EBITDA	126
Outras receitas e despesas	3
Despesas Financeiras	(11)
Depreciação	(124)
Outras Despesas Tributárias	(68)
Receitas Financeiras	402
SUPERÁVIT (do exercício)	328

SITUAÇÃO FINANCEIRA



FONTES DE RECEITAS





[INSTAGRAM](#)

[TWITTER](#)

[LINKEDIN](#)

[YOUTUBE](#)

[FACEBOOK](#)

[IAB BRASIL](#)

No site iabbrasil.com.br você pode fazer download de pesquisas e publicações, visualizar vídeos, acessar podcasts, eventos e webinars e conhecer os diversos cursos de nossa plataforma de educação.



Faça parte do IAB Brasil. Entre em contato conosco:
[**comercial@iabbrasil.org.br**](mailto:comercial@iabbrasil.org.br)