



**RELATÓRIO  
INSTITUCIONAL  
ANUAL**

**2024**

# Sumário

1. Carta da CEO .....	3
2. Carta da Presidente .....	4
3. Lideranças do IAB Brasil.....	5
Gestão.....	5
Diretoria.....	5
Conselho.....	6
4. Destaques de 2024 .....	7
5. Conteúdos .....	10
6. Fóruns de Discussão .....	14
7. Cursos .....	17
8. Relações Governamentais.....	20
9. Eventos.....	22
10. Parcerias e Iniciativas Globais .....	25
11. Associados.....	27
12. Panorama Financeiro.....	30
13. Perspectivas para 2025 .....	32

# 1. Carta da CEO

Prezados associados, parceiros e colaboradores,

É com grande honra que apresento este relatório anual, o primeiro sob minha gestão como CEO do IAB Brasil. Os últimos quatro meses foram de intenso aprendizado e reafirmaram a relevância da nossa associação, tanto no cenário nacional quanto global, por meio das 45 unidades internacionais que compõem essa robusta comunidade da qual fazemos parte.

O ano de 2024 representou um período de desafios e transformações para o IAB Brasil. Enfrentamos dificuldades financeiras significativas, resultando em um déficit no balanço anual. Os principais fatores que contribuíram para esse resultado foram:

1. Rescisões trabalhistas decorrentes de reestruturações internas.
2. Aportes financeiros não realizados, anteriormente previstos para subsidiar a área de relações governamentais.

Desde que assumi a liderança do IAB Brasil, meu foco tem sido direcionado para os seguintes objetivos, que norteiam meus compromissos para 2025:

- Reverter o quadro de déficit financeiro.
- Reorganizar a estrutura interna, abrangendo equipe, fornecedores, processos e gestão.
- Garantir a representatividade dos diversos setores da nossa indústria na base de associados, diretoria e conselho do IAB Brasil.

O ano de 2025 promete ser de mudanças impactantes e notáveis, impulsionadas pela Inteligência Artificial que, sem dúvida, transformará o mundo. O último trimestre de 2024 testemunhou lançamentos significativos de IA a cada semana, um ritmo sem precedentes, mesmo para nossa indústria, acostumada a constantes evoluções. O ano vigente prenuncia um dinamismo ainda maior. A IA promete remodelar nossa indústria (e o mundo) de forma indelével, intensificando a complexidade do setor.

No âmbito das políticas públicas, o IAB Brasil manterá sua postura vigilante e atuante, assegurando que a voz do mercado de publicidade digital seja ouvida e que as políticas públicas sejam equilibradas e eficazes. Nossa prioridade é garantir que a regulamentação proteja os consumidores, promova um ambiente digital saudável e, simultaneamente, preserve a inovação e a sustentabilidade do setor.

Ao assumir este cargo, reafirmei meu compromisso com a indústria e com meus colaboradores. Com o apoio de uma Diretoria e Conselho sólidos, buscarei gerar valor ao nosso mercado por meio do IAB Brasil.

Agradeço a parceria ao longo deste ano e convido todos a colaborarem conosco na construção do futuro da publicidade digital no Brasil.

Atenciosamente,



**Denise  
Porto Hruby**

## 2. Carta da Presidente

Quando assumi pela segunda vez a presidência do IAB Brasil, ficou claro que muita coisa havia mudado desde meu primeiro mandato, em 2018.

Como já era esperado, a pauta não era mais discutir a importância da mídia digital ou qual seria seu verdadeiro share nos planos de mídia dos anunciantes. O momento já era outro: era hora de trazer novos interlocutores para a mesa.

Precisávamos incluir a Retail Media, que já vinha se consolidando nos últimos anos, o Out of Home, que passou por uma revolução e se tornou digital, os diversos atores da tão falada Creator Economy e, claro, especialistas para discutir os impactos da Inteligência Artificial na sociedade, na economia e, naturalmente, na publicidade.

Tudo isso sem perder de vista a nossa participação ativa nas discussões fundamentais que vêm ocorrendo em Brasília — como o PL das Fake News. Atuamos de forma consistente nas frentes de Relações Governamentais para garantir que todos os elos do ecossistema da publicidade digital fossem ouvidos. E os resultados vieram: graças ao trabalho do IAB, conseguimos, entre outras vitórias, evitar que o sistema de mensageria que hoje permite o envio de alertas de chuva pela defesa civil fosse inviabilizado.

O que esse processo me mostrou com ainda mais clareza é que o papel do IAB vai além de fomentar o desenvolvimento da publicidade digital. Como uma associação plural — que reúne plataformas, fornecedores, anunciantes e agências —, temos uma responsabilidade fundamental na construção de uma publicidade mais ética, transparente e, acima de tudo, comprometida com o impacto positivo na sociedade.



Ana  
Moises

## 3. Lideranças IAB Brasil

### Gestão



**Denise Hruby**  
CEO



**Luciana Oliveira**  
Diretora Financeira



**Cristiane Duarte**  
Diretora de Produtos



**Camila Fornasier**  
Diretora de  
Relacionamento

### Diretoria



**Ana Moises**  
Presidente  
[LinkedIn](#)



**Raffael Mastrocola**  
VP Finanças  
[Jellyfish](#)



**Paulo Samia**  
VP Relações  
com o Mercado  
[UOL](#)



**Lucas Reis**  
VP Operações  
[Zygon](#)



**Pedro Ramos**  
VP Assuntos  
Governamentais  
[B/luz](#)

## 3. Lideranças IAB Brasil

### Conselho\*



**Paula Puppi**  
Presidente do Conselho  
*WPP*



**Alexandre Guerrero**  
Conselheiro  
*Eletromidia*



**Ana Paula Duarte**  
Conselheira  
*Unilever*



**André Izay**  
Conselheiro  
*GDB*



**Celia Goldstein**  
Conselheira  
*Magalu Ads*



**Celso Ribeiro**  
Conselheiro  
*BR Media*



**Cris Camargo**  
Conselheira



**Dado Lancellotti**  
Conselheiro  
*Record*



**Daniela Galego**  
Conselheira  
*Uber*



**Débora Dauanny**  
Conselheira  
*Stellantis*



**Essio Floridi**  
Conselheiro  
*Samsung Ads*



**Gabriela Comazetto**  
Conselheira  
*Tik Tok*



**José Genova**  
Conselheiro  
*Taboola*



**Manzar Feres**  
Conselheira  
*Globo*



**Márcio Costa**  
Conselheiro  
*Kantar Ibope Media*



**Marco Bebiano**  
Conselheiro  
*Google*



**Nina Dragone**  
Conselheira  
*Meta*



**Vicente Carrari**  
Conselheiro  
*Spotify*



**Victor Soffiatti**  
Conselheiro  
*L'Oréal*

\*Participantes do Conselho em 31/12/2024

## 4 Destaques de 2024

Em 2024, o IAB Brasil promoveu diversas iniciativas com o objetivo de capacitar e desenvolver o mercado da publicidade digital ao longo do ano, com um portfólio de produtos completo: desde a produção de pesquisa e materiais educativos até a realização de eventos estratégicos, uma nova temporada do IABcast com nossa Diretoria e Conselho e forte presença na mídia.

# Produtos

Entre pesquisas e materiais educativos, tivemos lançamentos importantes na área de Produtos para apoiar o desenvolvimento do setor. O estudo **“Digital AdSpend 2024”** mapeou os investimentos em publicidade on-line no Brasil em 2023, enquanto a pesquisa **“#Publi 2024”** trouxe insights sobre como diferentes gerações consomem conteúdo de criadores digitais. Já o **“Brand Disruption Brasil 2024”** destacou tendências em Creator Economy, Retail Media, DOOH e Vídeo Digital.



*Publicidade digital cresce 35% entre 2020 e 2023, diz pesquisa do IAB e da Kantar*



*‘Brand Disruption 2024’: TV Conectada e DOOH são peças-chave para mídia 360°*

Além disso, lançamos guias essenciais para o mercado, como o **“DOOH**

**Programático: um Guia para Anunciantes”**, que ajuda marcas a navegarem nesse universo, e o **“Guia de Brand Suitability e Combate à Fraude”**, que ganhou novos capítulos sobre segurança de marca. Também publicamos a **“Agenda Regulatória da Publicidade Digital”**, com um panorama inédito das discussões sobre políticas públicas regulatórias em Brasília, e o **“Guia de Uso da Inteligência Artificial na Publicidade Digital”**, um ponto de partida para integrar IA às estratégias de marketing. Outros lançamentos incluem o **“Guia do Anunciante em Retail Media”**, o **“Guia de TV Conectada”**, o estudo **“Conectividade, Conteúdo e Consumo”** e o relatório **“Como seria a internet sem anúncios?”**.

## IABcast: O Podcast do IAB Brasil

O IABcast trouxe uma nova temporada de oito episódios. Durante os programas, houve a participação exclusiva de membros do Conselho e Diretoria do IAB, abordando temas como inovação na publicidade digital, Retail Media, Creator Economy, DOOH, transformação digital e futuro das agências e dos grupos de mídia, entre outros. Cada episódio trouxe discussões ricas e insights essenciais para quem acompanha o mercado e, para fechar a temporada, contamos ainda com a participação de Denise Porto Hruby – CEO do IAB Brasil desde setembro do mesmo ano.



*IABcast, o podcast do IAB Brasil*

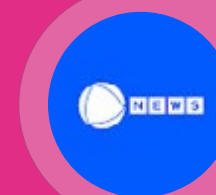


## Eventos

Em 2024, promovemos a maior edição do **IAB**

### **AdTech & Branding**

da história, reunindo mais de 1.400 participantes, 90 palestrantes e dois palcos simultâneos para discutir tendências e desafios do setor. Também trouxemos ao Brasil o **CMO Growth Council** – um encontro exclusivo com líderes de marketing para debater estratégias de crescimento e os principais desafios do mercado, alinhando as iniciativas do IAB às necessidades dos anunciantes no cenário local e global.



*Evento reúne lideranças da publicidade digital*

## Presença na mídia

Nossa atuação ganhou destaque na imprensa. Estivemos presentes nos principais veículos do setor – como Forbes, Meio & Mensagem, Propmark, Valor Econômico, Mundo do Marketing, Estadão, Metrôpoles, Exame, O Globo, UOL, R7 e TV Cultura, reforçando nosso papel como referência no desenvolvimento da publicidade digital no país.

## 5 Conteúdos

Em 2024, seguimos investindo na produção de conhecimento sobre publicidade digital. Por meio de pesquisas, guias, podcasts e curadoria de artigos, buscamos oferecer insights estratégicos que apoiem o desenvolvimento do mercado.

## Pesquisas

- [Digital AdSpend 2024](#) ↗
- [TV Conectada 2024](#) ↗
- [Conectividade, Conteúdo e Consumo](#) ↗
- [#Publi 2024: O impacto da creator economy entre gerações do Brasil](#) ↗
- [Como seria a internet sem anúncios?](#) ↗



Qual o poder dos influenciadores digitais na decisão de compra dos brasileiros? Entenda

Valor

Brasileiros preferem conteúdo gratuito com anúncios a pagar por serviços, aponta pesquisa

## Materiais Educativos

- [Metaverso para a publicidade – um olhar para além do hype!](#) ↗
- [Glossário de Métricas](#) ↗
- [Publicidade digital na Creator Economy: práticas para uma abordagem ética e transparente](#) ↗
- [DOOH Programático: um Guia para Anunciantes](#) ↗
- [Guia de Boas Práticas para Criativos em Áudio](#) ↗
- [Mudando o Jogo: como a publicidade em jogos impulsiona a performance](#) ↗
- [Brand Disruption Brasil 2024](#) ↗
- [Guia de Retail Media LATAM](#) ↗
- [Guia de Retail Media US](#) ↗
- [Agenda Regulatória da Publicidade Digital](#) ↗
- [Guia de Brand Suitability e Combate à Fraude](#) ↗
- [Guia de Uso da Inteligência Artificial na Publicidade Digital](#) ↗
- [Guia: As três taxonomias do IAB Tech vLab](#) ↗
- [Guia sobre IDs de criativos e o Ad Creative ID Framework \(ACIF\)](#) ↗



IAB: 85% dos anunciantes consideram games como anúncio premium

Valor

IAB Brasil lança guia para uso da inteligência artificial na publicidade



## Podcasts

- [\*Inovação: explorando novas tendências da publicidade digital\*](#) ↗
- [\*Retail Media: O Futuro da Publicidade Digital Integrada ao Varejo\*](#) ↗
- [\*Creator Economy: Colaboração e Inovação na Economia Digital\*](#) ↗
- [\*DOOH: A Evolução da Publicidade Exterior na Era Digital\*](#) ↗
- [\*Transformação Digital e a Revolução dos modelos de Negócios na Publicidade\*](#) ↗
- [\*Como agências têm unido transformação digital, inovação e performance\*](#) ↗
- [\*Futuro e inovação dos grupos de mídia na era da conexão\*](#) ↗
- [\*O protagonismo do IAB Brasil no desenvolvimento da publicidade digital\*](#) ↗

## Curadoria

Recebemos artigos e pesquisas de nossos associados que refletem tendências do mercado para publicação em nosso site, criando um repositório coletivo de conteúdos sobre publicidade digital. Esse espaço reúne insights para profissionais do setor, facilitando o acesso a informações relevantes e atualizadas.

Ao longo de 2024, foram 22 publicações:

A Ascensão Irrefreável da Retail Media e a Revolução na Publicidade

Benefícios da inteligência artificial no planejamento e entrega das campanhas publicitárias

Quando Cada Pixel é Importante

Publicidade em CTV: para além de anúncios, explore também pílulas de conteúdo

O Futuro das Campanhas Digitais será Sustentável

DOOH Programático: Guia para anunciantes

A Grande Desfragmentação: como a Commerce Media unirá a publicidade em 2024

À Frente da Curva: Panorama da Publicidade em 2024

Desfragmentando o E-commerce: A Evolução da Retail Media e Commerce Media

Faltou aquele fator uau? Tudo bem!

Relatório do Mercado Mobile 2024

Show Madonna | Rio de Janeiro / Insights do show para OOH

Métricas de atenção: o novo paradigma da publicidade

O Futuro da Publicidade Digital: A Revolução das Soluções de Identidade

Mais de 24 milhões de brasileiros têm propensão a consumir TV por assinatura

Guia Prático do Data Clean Room para Anunciantes, Varejistas, Agências e Publishers

SPO e a busca por mais transparência e controle na publicidade digital

Como o Conteúdo em Vídeo Transforma o Modelo de Negócio de Publicações Digitais

Da imprevisibilidade à precisão: como a IA preditiva transforma a publicidade

Os desafios de otimizar KPIs no marketing de performance

Como o marketing de performance pode ser um aliado para alavancar a receita do e-commerce

Black Friday 2024: quais insights os dados podem revelar?

## 6 Fóruns de Discussão

Nossos comitês são espaços exclusivos para os associados e têm como objetivo discutir desafios do mercado e encontrar soluções que beneficiam tanto o setor quanto a sociedade. Ao longo de 2024, esses fóruns de discussão reuniram mais de 2 mil profissionais do mercado para abordar temas estratégicos da publicidade digital, promovendo trocas valiosas e fomentando boas práticas.

## Panorama dos Comitês em 2024

Temas trabalhados:

- ◇ Assuntos Jurídicos
- ◇ Áudio e Voz
- ◇ Brand Safety
- ◇ Creator Economy
- ◇ DOOH
- ◇ Inteligência Artificial
- ◇ Retail Media
- ◇ Vídeo Digital

Forbes

*Mercado de publicidade digital se organiza para discutir inteligência artificial*

- **2.336 presenças nos comitês**
- **30 reuniões realizadas** (12 presenciais e 18 on-line)
- **3 reuniões cross comitês:**
  - ◇ Retail Media + DOOH
  - ◇ Creator Economy + Retail Media
  - ◇ Brand Safety + Vídeo Digital
- **1.437 respondentes na pesquisa de satisfação**
  - ◇ 99% Satisfeitos / Muito Satisfeitos

## Liderança dos Comitês

Comitê	Presidente	Vice
<b>Assuntos Jurídicos</b>	Natália Kuchar (Google)	Marcel Leonardi (Leonardi Advogados)
<b>Áudio e voz</b>	Rodrigo Tigre (Adsmovil)	Simone Kliass (Kliass Produções)
<b>Brand Safety</b>	Luciana Burguer	Silvio Locali (Double Verify)
<b>Creator Economy</b>	Mayer Mirmovicz (Social Tailors)	Yuri Mussoly (TikTok)
<b>DOOH</b>	Silvia Ramazzotti (JCDecaux)	Jessica Piquini (Kinesso)
<b>Inteligência Artificial</b>	Marcondes Farias (Microsoft)	Adriano Henriques
<b>Retail Media</b>	Paulo Schiavon	Marina Galvão (Magalu Ads)
<b>Vídeo Digital</b>	Luís Camargo (Google)	Renata Fernandes (Globo)

## Grupos de Trabalho

A partir dos comitês, se originaram 10 Grupos de Trabalho (GTs) em 2024, aprofundando discussões e desenvolvendo materiais fundamentais para o setor. Foram eles:

- **Assuntos Jurídicos**
- **Brand Safety**
- **Brand Disruption**
- **Inteligência Artificial** (subdividido em 4 grupos):
  1. Criação
  2. Mídia e Decision Making
  3. Medição e Atribuição
  4. Regulamentação e Boas Práticas
- **TechLab Insights**
- **Retail Media**
- **Vídeo Digital**

Esses grupos originaram **10 materiais relevantes**, incluindo guias e publicações estratégicas:

### Assuntos Jurídicos

[Agenda Regulatória IAB Brasil](#) ↗

[Guia de Incidente de Segurança com Dados Pessoais](#) ↗

[Manual de Conformidade e Boas Práticas Sobre IA na Publicidade Digital](#) ↗

### TechLab Insights

[Guia sobre IDs de Criativos e o Ad Creative ID Framework \(ACIF\)](#) ↗

[Guia de Introdução às Três Taxonomias do IAB Tech Lab](#) ↗

### Brand Safety

[Guia de Brand Suitability e Combate à Fraude](#) ↗

### Brand Disruption

[Brand Disruption 2024](#) ↗

### Inteligência Artificial

[Guia de Uso da Inteligência Artificial na Publicidade Digital](#) ↗

### Retail Media

[Guia de Retail Media para Varejistas](#) ↗

### Vídeo Digital

[IABcast - Edição Especial Comitê de Vídeo Digital](#) ↗



## 7 Cursos

Ao longo do ano, promovemos diversas iniciativas de educação, alcançando um público expressivo e contribuindo para o desenvolvimento de profissionais qualificados – o que reforça nosso compromisso com a capacitação e especialização no setor da publicidade digital.

## Cursos Livres

**21 edições**

de cursos

**1.940**

inscritos

**730**

participantes

**622**

certificados emitidos

**98%**

de avaliações positivas

### Temas abordados:

- Digital Marketing (2 edições)
- Digital Media Fundamentals (3 edições)
- Mídia Programática Básico (2 edições)
- Gestão de Mídia Programática para Veículos
- Visualização de Dados
- TV Conectada, Vídeo e Streaming na Publicidade Digital
- O Impacto da LGPD no Ecossistema da Publicidade Digital
- Mensuração e Otimização de Campanhas
- Planejamento de Mídia Programática
- Estratégias Jurídicas na Publicidade Digital
- Creator Economy: Estratégias e tendências para o marketing de influência
- Estratégias para Campanhas em DOOH
- Introdução à Retail Media
- Compra e Operação de Retail Media
- Brand Safety
- Ad Quality
- Gestão de Publicidade Digital Baseada em Privacidade





## Masterclasses

**3 edições**  
realizadas

**1.009**  
inscritos

**584**  
visualizações

### Temas abordados:

- Tendências do SXSW 2024 - Um olhar sobre a publicidade digital
- Uso prático de IA na publicidade digital
- O futuro da Creator Economy

## Webinars

**5 edições**  
realizadas

**1.220**  
inscritos

**555**  
visualizações

### Temas abordados:

- Como a publicidade em jogos impulsiona a performance
- Influência pessoal e marca corporativa: Estratégias para potencializar seu perfil (em parceria com LinkedIn)
- Descubra todo o potencial do WhatsApp Business para alavancar os negócios (em parceria com Meta)
- Instrução Normativa da Secom sobre publicidade na internet (em parceria com SECOM)
- Webinar especial em parceria com a ABMP

## 8 **Relações Governamentais**

A área de Relações Governamentais do IAB Brasil desempenhou um papel estratégico na defesa dos interesses e no fomento do desenvolvimento sustentável do setor de publicidade digital no país.

Por meio de diálogos contínuos com autoridades públicas, participação ativa em consultas e audiências, além da produção de materiais técnicos, contribuímos com subsídios qualificados para a formulação de políticas públicas. Nossa atuação foi guiada pela busca por transparência, responsabilidade e representatividade de todos os elos do ecossistema digital.

Para concretizar esses objetivos, desenvolvemos uma série de ações estratégicas em 2024:

- Realizamos 60 reuniões com autoridades e agentes do mercado, fortalecendo o diálogo e a construção de entendimentos sobre temas relevantes para a publicidade digital.
- Acompanhamos ativamente mais de 150 projetos de lei, que apresentavam potencial impacto para o setor, buscando influenciar positivamente o debate legislativo.
- Estivemos presentes no G20, participando de uma reunião com o Ministro da SECOM, Paulo Pimenta, para discutir a integridade da informação no ambiente digital.
- Promovemos um webinar exclusivo para nossos associados em parceria com a SECOM, abordando a Instrução Normativa 04/2024, que trata da publicidade governamental na internet.
- Lançamos a primeira Agenda Regulatória da Publicidade Digital, um panorama inédito das discussões sobre políticas públicas regulatórias em Brasília.
- Produzimos o estudo “Conectividade, Conteúdo e Consumo – A jornada transformada pela tecnologia”, oferecendo insights relevantes para o debate regulatório.
- Contribuímos ativamente em 7 consultas públicas, com destaque para as participações junto à ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) e à Secom (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República).

- Participamos de uma audiência pública na Câmara dos Deputados, para discutir os novos desafios regulatórios dos mercados digitais.
- Enviamos 10 boletins de transparência ao longo do ano, com atualizações constantes sobre o cenário político e regulatório, culminando em um boletim de balanço anual em dezembro.



O detalhamento dessas atividades e seus resultados pode ser consultado no [boletim de transparência anual](#). ↗

## 9 Eventos

Promovemos eventos estratégicos que fomentaram debates sobre o presente e o futuro da publicidade digital. Entre eles, o IAB AdTech & Branding 2024, que se consolidou como um dos maiores e mais relevantes eventos do setor.

## AdTech & Branding 2024

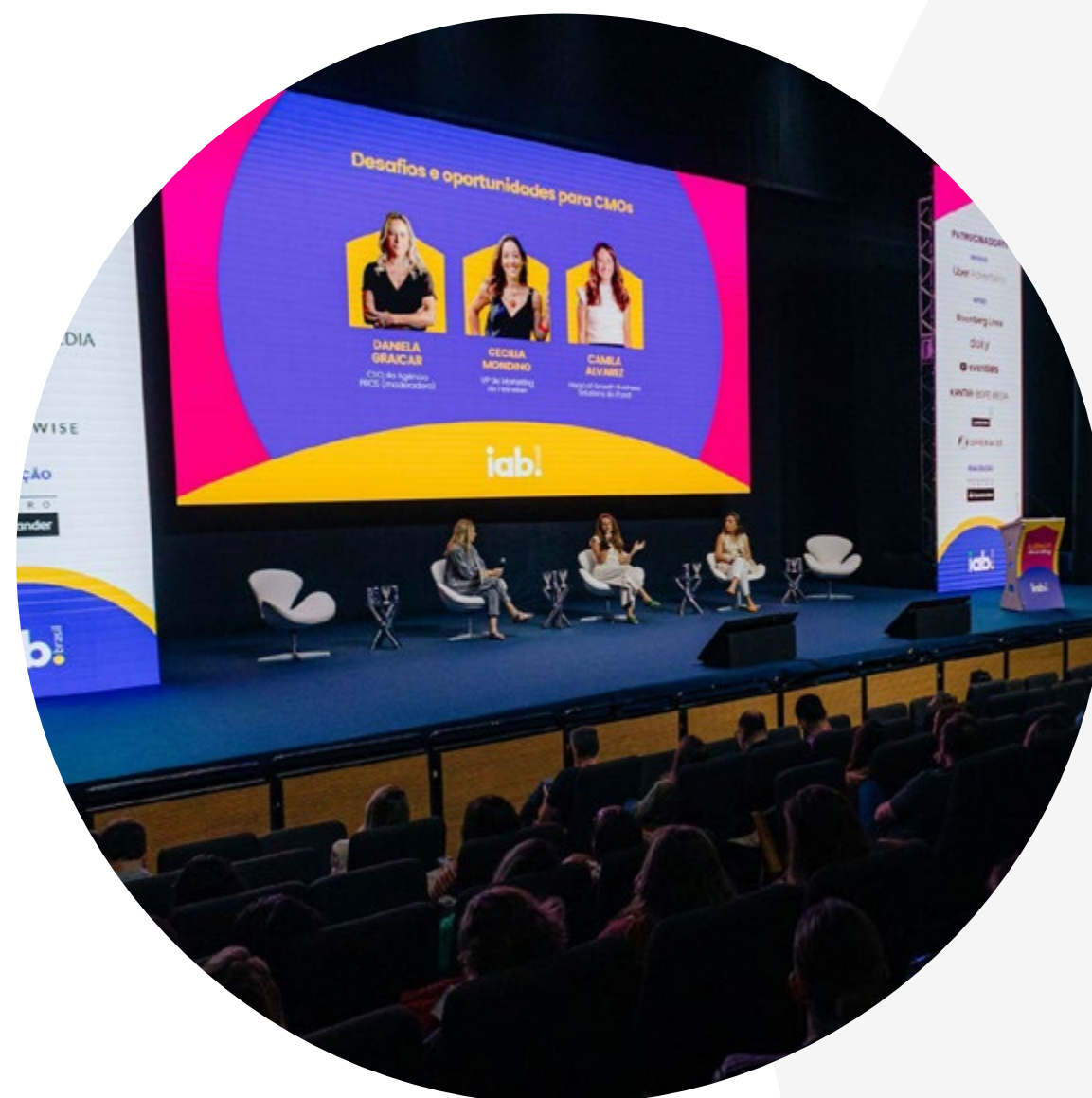
Realizado desde 2014, o evento teve a maior edição de sua história em 2024. Nos dias 3 e 4 de setembro, o Teatro Santander, em São Paulo, foi palco de oportunidades de aprendizado e networking para o setor, reunindo mais de 1.450 participantes e mais de 90 palestrantes distribuídos entre o palco principal e uma sala paralela.

Debatemos os principais temas da publicidade digital atual:

- CMOs
- Creator Economy
- CTV
- Áudio Digital
- DOOH
- Transparência
- Retail Media
- Inteligência Artificial



*IAB AdTech & Branding: evento destaca mídias emergentes e desafios do mercado*



### Impactos da campanha de divulgação:

**+800K**      **+5,2M**

impressões em  
redes sociais

impressões em  
sites parceiros

**+159K**

e-mails  
entregues



## IAB Media Solutions

**3 edições**

realizadas

**1.023**

inscritos

**831**

visualizações

### Temas abordados:

- Soluções de treinamentos, capacitação e eventos on-line para publicidade digital
- A jornada do consumidor na grande tela: como atingir sua audiência na TV conectada e no streaming
- Retail Media

propmark

Evento do IAB Brasil debate estratégias de campanha para vídeo e streaming

## IAB Conecta

O IAB Conecta é um evento promovido exclusivamente para associados, diretoria e embaixadores, proporcionando um ambiente privilegiado para networking e troca de experiências. Como uma das maiores fortalezas do IAB Brasil é sua rede de grandes nomes do mercado publicitário, o evento é uma oportunidade única para conexões estratégicas.

Nesta edição, realizada na sede do IAB, reunimos mais de 70 convidados em um encontro especial. Além do tradicional coquetel, homenageamos a executiva Melissa Vogel, que presidiu o IAB Brasil entre 2022 e 2023, em reconhecimento à sua contribuição para a instituição e o setor.

## Experience Club + IAB Brasil



Promovemos dois encontros exclusivos para C-Levels na Experience House, em São Paulo, em parceria com o Experience Club. Com curadoria de conteúdo do IAB Brasil, os eventos foram voltados para nossos associados e reuniram mais de 150 lideranças de diferentes segmentos do mercado. Realizados no formato de café da manhã, proporcionaram um ambiente rico em insights, conexões estratégicas e troca de experiências entre executivos do setor.

## 10 Parcerias e Iniciativas Globais

Marcamos presença em diversos eventos de destaque internacional ao longo de 2024. Essa participação ativa reflete a nossa dedicação em compreender as dinâmicas globais, trocar conhecimentos com líderes do setor e trazer insights relevantes para o desenvolvimento do mercado brasileiro.



**IAB Annual Leadership Meeting**, EUA: O ALM é um encontro de líderes da indústria para discutir os temas mais relevantes e os planos para o ano. A nossa presença neste evento permitiu o contato direto com as discussões que estão moldando o futuro da publicidade digital global.

**SXSW**, EUA: O South by Southwest é um festival que celebra as interconexões entre tecnologia, cinema, música e cultura. A nossa participação neste ambiente inovador possibilitou a identificação de tendências emergentes e a compreensão de como a tecnologia está transformando o engajamento do consumidor.



**Cannes Lions International Festival of Creativity**, França: Um dos mais prestigiados festivais de criatividade do mundo, nos permitiu inspirar-nos nas melhores práticas globais e fortalecer o networking internacional.

**IAB Global Summit**, Peru: Reuniu líderes da rede global do IAB para explorar tendências e inovações críticas, incluindo privacidade, Retail Media e o papel da Inteligência Artificial na publicidade. O evento reforçou o forte compromisso dos IABs em trabalhar em conjunto para desenvolver padrões e tecnologias que impulsionam o crescimento e a confiança no ecossistema digital.



**CMO Growth Council**: Edição realizada no Brasil trazida pelo IAB, reuniu lideranças de marketing para discutir estratégias de crescimento e desafios do mercado. Essa iniciativa permitiu compreender as perspectivas e necessidades dos anunciantes, alinhando as iniciativas da entidade com as demandas do mercado local e o cenário global.



*IAB Brasil traz ao País o Global CMO Growth Council*

## 11 Associados em 2024

Somos construídos por uma rede de empresas que acreditam e investem no desenvolvimento do mercado de publicidade digital no país. Em 2024, nossos associados foram parte fundamental da nossa trajetória, apoiando nossas iniciativas, participando ativamente dos comitês, cursos, eventos e da produção de conteúdos estratégicos para o setor.

## Categoria Lidere

B.LUZ  
BANCA DIGITAL  
BR MEDIA  
ELETROMIDIA  
ESSENCE MEDIA – WPP  
GLOBO.COM  
GOOGLE  
GRUPO RECORD  
IFOOD  
JELLYFISH  
KANTAR IBOPE MEDIA  
LEONARDI ADVOGADOS  
LEW LARA  
LINKEDIN  
MEDIABRANDS  
MEIO & MENSAGEM  
MERCADO ADS  
META  
NETFLIX  
NIELSEN  
OLIVER AGENCY  
PLAY 9  
SAMSUNG ADS  
SBT  
SPOTIFY  
TABOOLA  
TIK TOK  
UOL  
VERVE  
YANDEX  
ZYGON

## Categoria Compartilhe

AKZONOBEL – TINTAS  
CORAL  
AMBEV  
BENEFICÊNCIA  
PORTUGUESA DE  
SÃO PAULO  
BRIUS  
CAIXA ECONOMICA  
CASAS BAHIA  
ELECTROLUX  
FGV  
GRUPO BOTICÁRIO  
HEINEKEN  
HYPERA PHARMA  
ITAÚ  
KIVI – ROCKET LAB  
KUAISHOU  
L'ORÉAL DO BRASIL  
LIVERAMP  
LOCALIZA  
MAGALU ADS  
OFFERWISE  
SANTANDER  
SKY  
SMILES  
STELLANTIS  
UBER  
UNILEVER  
UNLIMITAIL



## Categoria Participe

AD DIGITAL	CALIA	EPSILON	I CHERRY - WPP	MIRUM - WPP	BRASIL	SIPROCAL
AD FORCE	CAPPUCCINO	EQUATIV	ID\TBWA	MULLEN LOWE - MEDIA BRANDS	PERFORMICS DEEPLINE	SOCIAL TAILORS
ADMASTER	CENTRALCOMM	EVENTIALS	IMPULSO (RD ADS)	MUTATO - WPP	PINHEIRO NETO	TAP TAP
ADMOOH	CHEIL	EXAME	IMS-BRASIL	NAVEGG	PIPELINE	TERRA
ADSMOVIL	CLEAR CHANNEL	FAS ADVOGADOS	INNOCEAN	NETCOS	POLIS	TOTVS
ADSTREAM SOLUÇÕES	CNN	FBIZ - WPP	INNOVA	NEWTAIL	PUBLICIS	TUNAD
ALL SET	COMSCORE	GALAXIES	JCDECAUX	O ESTADO DE SÃO PAULO	PUZZLE ADS	TURNER
ALMAP BBDO	CRITEO DO BRASIL	GAUGE	KIDSCORP	OGILVY - WPP	RAKUTEN	VIBRA
AMAZON ADS	DAILY MOTION	GDB BRASIL	KLIASS	OLE INTERACTIVE	RELEVANC	VIDMOB
ARTPLAN	DAVID - WPP	GETBLUE	LEO BURNETT	OLX	RELIZ	VIDOOMY
AÚNICA	DENTSU	GREY - WPP	MAGNITE	ONE STATION	REPRISE DIGITAL - MEDIA BRANDS	VMLY&R - WPP
AWIN/ZANOX	DISNEY	GROOVINADS	MARKETDATA - WPP	OPERA	RTB HOUSE	WEBEDIA
BABEL	DOITY	GRUPO FOLHA	MEMBRANA	OTTERA	RZK	WMCCANN
BEBOT DIGITAL	DOJO	HELLOO	MGID	OTZADS	SERASA EXPERIAN	ZEFR
BIGGIE	DOUBLEVERIFY	HIVESTACK	MICROSOFT	PARAMOUNT ENTERTAINMENT	SHOWHEROES	
BLOOMBERG LÍNEA	DP6	HOGARTH - WPP	MÍDIA BIZZ			
	EPBR	HOTMART	MINDMINERS			

## 12 Panorama Financeiro

Mantendo nosso compromisso com a transparência e a responsabilidade na gestão dos recursos, fundamentais para a continuidade e o fortalecimento de nossas atividades, apresentamos os resultados financeiros de 2024.

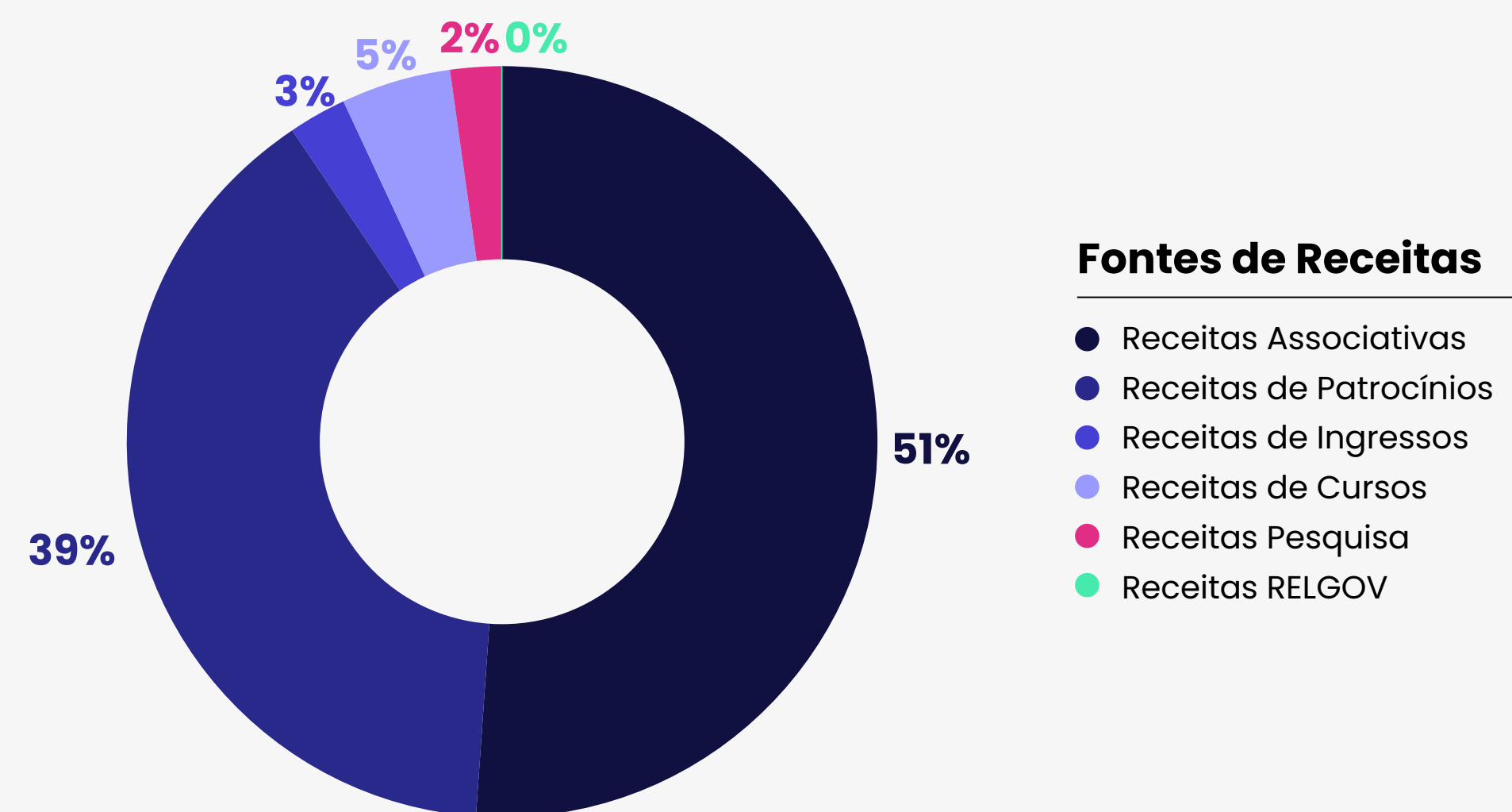
## Panorama Financeiro 2024

### Demonstração do superávit/déficit para o exercício em 31 de dezembro de 2024

(Em milhares de Reais)	2024	2023
<b>Receitas Associativas</b>	4.600	4.310
<b>Receitas Patrocínios</b>	3.540	2.157
<b>Receitas de Ingressos</b>	229	174
<b>Receitas Cursos</b>	428	835
<b>Receitas Pesquisa</b>	178	178
<b>Receitas de RELGOV</b>	-	1.800
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	(10.295)	(9.333)
<b>EBITDA</b>	(1.320)	121
<b>Outras receitas e despesas</b>	14	3
<b>Despesas financeiras</b>	(5)	(5)
<b>Depreciação</b>	(171)	(164)
<b>Outras despesas tributárias</b>	(101)	(86)
<b>Receitas financeiras</b>	319	415
<b>Superávit (do exercício)</b>	<b>(1.264)</b>	<b>284</b>

### Principais ofensores do resultado deficitário de 2024:

- O alto volume de rescisões, que superou os anos anteriores em 346%;
- Receita de RelGov zerada em 2024 (vs. R\$ 1,8 milhão em 2023).



## 13 Perspectivas para 2025

O cenário da publicidade digital está em constante evolução, impulsionado por avanços tecnológicos e mudanças no comportamento dos consumidores. No IAB Brasil, acompanhamos de perto essas transformações e traçamos nossas apostas para o futuro do setor.



## O potencial da Inteligência Artificial na publicidade

A Inteligência Artificial (IA) se consolida como um dos pilares estratégicos do marketing digital. Acreditamos que 2025 será um marco na utilização dessa tecnologia, com campanhas sendo concebidas, executadas e analisadas de ponta a ponta por IA. Essa automação permitirá acelerar processos, reduzir custos e otimizar recursos para profissionais e empresas do setor.

Dados da eMarketer indicam um crescimento de 50% nos investimentos em IA generativa no próximo ano. O Brasil desponta como um dos mercados mais promissores na América Latina, o que reforça a necessidade de adaptação e inovação por parte das empresas que buscam competitividade nesse ambiente dinâmico.

## O crescimento exponencial da Retail Media

A Retail Media continua sua trajetória de crescimento acelerado. Em nossa última edição do AdSpend, projetamos que esse segmento elevaria os investimentos em publicidade digital no Brasil para R\$ 37,6 bilhões, um número que tende a ser consolidado – ou até mesmo superado – em breve.

Nos Estados Unidos, a expectativa é que os investimentos no setor cheguem a US\$ 62,88 bilhões em 2025, um aumento de mais de 20% em relação ao ano anterior. Esse movimento indica um amadurecimento do mercado e destaca a necessidade de empresas investirem na capacitação de profissionais para acompanhar essa evolução com maturidade e estratégia.

## A experiência do consumidor como diferencial competitivo

A experiência do consumidor será um fator determinante para o sucesso das marcas em 2025. As empresas que priorizarem melhorias na navegação, na personalização de conteúdo e na interação do usuário sairão na frente. No segmento de streaming, por exemplo, já observamos investimentos em formatos que tornam o consumo de conteúdo mais intuitivo e interativo, como anúncios clicáveis que permitem a compra de produtos durante transmissões ao vivo.

Compreender as expectativas do consumidor e oferecer experiências mais relevantes e fluidas será um diferencial competitivo essencial para marcas e plataformas digitais.

## Privacidade e transparência no centro das estratégias

A privacidade dos dados do consumidor ganha cada vez mais relevância no setor publicitário. Empresas que adotarem práticas mais transparentes, priorizando o controle do usuário e o uso ético dos dados, estarão melhor posicionadas nesse novo cenário.

O modelo tradicional de captação de dados está sendo redefinido, e as marcas precisam repensar suas estratégias para continuar alcançando seu público-alvo de forma eficiente e responsável. O controle sobre os dados está cada vez mais nas mãos dos usuários, e essa tendência precisa ser considerada no desenvolvimento das campanhas publicitárias.



## O futuro da publicidade digital

Além das tendências mencionadas, outros movimentos como a Creator Economy, o crescimento do vídeo e do áudio digital continuarão impactando o setor de maneira significativa.

No IAB Brasil, seguimos atentos a todas as transformações que moldam a publicidade digital no país. Estamos comprometidos em oferecer insights, pesquisas e iniciativas que apoiem o desenvolvimento do mercado, garantindo que profissionais e empresas estejam preparados para os desafios e oportunidades que virão.

Sem dúvida, a inovação será um fator chave para quem deseja se destacar no próximo ano. As marcas que souberem utilizar dados de maneira estratégica e oferecer experiências genuínas ao consumidor terão uma posição de destaque em qualquer cenário.



[iabbrasil.com.br](http://iabbrasil.com.br)

