



Relatório  
**Institucional**  
**Anual**



# Sumário

1. Carta da CEO.....	03
2. Carta da Presidente .....	04
3. Lideranças do IAB Brasil .....	06
Gestão IAB 2025	
Diretoria 2025	
Conselho 2025	
4. Destaques de 2025.....	10
5. Materiais Educativos .....	12
6. Comitês e Grupos de Trabalho.....	16
7. Educação e Desenvolvimento Profissional .....	22
8. Relações Governamentais.....	25
9. Eventos do IAB Brasil em 2025.....	28
10. Parcerias e Iniciativas Globais.....	33
11. Associados em 2025 .....	36
12. Panorama Financeiro 2025 .....	39
13. Equipe IAB 2025.....	41
14. Calendário Eventos IAB Brasil 2026 .....	43

# Carta da CEO

## Do Compromisso à Consolidação

Prezados associados, parceiros e colaboradores, é com imensa satisfação e um profundo senso de dever cumprido que apresento o Relatório Anual de 2025 do IAB Brasil. Se no último ano falávamos em reorganização e resiliência, hoje falamos em resultados e protagonismo.

Ao assumir a liderança desta associação, tracei objetivos claros que muitos consideravam ambiciosos para um curto espaço de tempo. No entanto, quando nossas ações estão rigorosamente alinhadas com nossas prioridades, o sucesso deixa de ser uma possibilidade para se tornar uma consequência. É com orgulho que compartilho que os objetivos traçados para 2025 foram alcançados com êxito.

Revertemos o cenário de déficit que encontramos no início da gestão. Graças a uma disciplina rigorosa de processos, revisão de fornecedores e uma gestão focada em eficiência, encerramos o ano com uma operação saudável e sustentável. Mais do que números, essa saúde financeira nos devolveu a capacidade de investir no que realmente importa: a geração de valor para nossos associados.

Como previsto, a IA não apenas chegou; ela reconfigurou o nosso mercado. O IAB Brasil posicionou-se na vanguarda dessa transformação, com o lançamento de diversos materiais e pesquisas. Este movimento de educação e curadoria culminou no Adtech & Branding, nosso principal evento, onde a Inteligência Artificial foi o eixo central.

Nossa base de associados e lideranças hoje reflete a verdadeira pluralidade do ecossistema de publicidade digital. Fortalecemos nossas frentes de Relações Governamentais, mantendo uma postura vigilante e propositiva em Brasília. Atuamos ativamente em discussões relevantes para o nosso mercado, garantindo que o desenvolvimento tecnológico caminhe lado a lado com a sustentabilidade econômica do setor e a proteção ao consumidor.

Apesar de estarmos imersos em tecnologia, 2025 reforçou que o IAB é, essencialmente, uma comunidade. A evolução do nosso mercado — que viu o investimento em publicidade digital atingir novos patamares históricos, conforme apontado pelo nosso Digital Adspend — só foi possível porque soubemos colaborar. Encerro este ano com a certeza de que o IAB Brasil está mais forte, mais diverso e pronto para os desafios que 2026 nos reserva.

Agradeço à nossa Diretoria, ao Conselho e, principalmente, à minha equipe, que entendeu que o sucesso não se terceiriza; se constrói todos os dias.



Atenciosamente,  
**Denise Porto Hruby**  
CEO – IAB Brasil

# Carta da Presidente

Ao olhar para 2025, vejo um ano de consolidação, amadurecimento e, sobretudo, de construção coletiva no âmbito do IAB Brasil. Foi um período em que conseguimos ampliar nossa relevância institucional, aprofundar o diálogo com o mercado e atuar de forma responsável em pautas sensíveis para todo o ecossistema digital.

Começamos o ano com uma agenda clara. Fortalecer o papel do IAB como articulador técnico e estratégico da publicidade digital, trazendo novos associados e novas pautas, ampliando a participação dos nossos comitês e contribuindo ativamente para debates regulatórios que impactam o setor. Ao longo dos meses, vimos essa agenda ganhar corpo e gerar resultados concretos.

Ao trazermos *retail media*, *creator economy* e inteligência artificial como pautas importantes a serem discutidas e devidamente representadas dentro do IAB, mostramos que estamos conectados às mudanças do mercado e que desempenhamos um papel fundamental em acompanhar e influenciar os movimentos que moldam e impactam nossa indústria.

No campo de dados e inteligência de mercado, o Digital Adspend 2025 reafirmou a força da mídia digital no Brasil, com números robustos e crescimento consistente. Mais do que celebrar volumes de investimento, nosso objetivo foi qualificar o debate sobre composição de mídia, evolução de formatos, avanço de vídeo, *retail media* e DOOH, além da sofisticação na mensuração.

Também avançamos na agenda de inteligência artificial aplicada ao marketing. Saímos do discurso amplo sobre IA e entramos em discussões mais práticas, governança, uso responsável, integração com dados e impacto real nos modelos de negócio. O mapeamento de soluções, os debates nos comitês e os conteúdos produzidos ao longo do ano ajudaram a posicionar o IAB como um espaço de reflexão qualificada sobre inovação com responsabilidade.

No campo regulatório, 2025 foi um ano especialmente relevante. A discussão em torno do Artigo 19 do Marco Civil da Internet, acompanhada de perto pelo STF, trouxe inseguranças e questionamentos legítimos para todo o mercado. Atuamos de forma técnica, responsável e colaborativa, reforçando a importância da previsibilidade jurídica, da liberdade de expressão e da proteção ao ambiente de negócios digital. Nosso papel foi o de construir pontes, levar a perspectiva do setor e defender um ecossistema equilibrado, seguro e sustentável.

Outro destaque foi a publicação do guia de publicidade responsável para o segmento de apostas. Em um momento de alta exposição e pressão reputacional, optamos por liderar com responsabilidade, estabelecendo diretrizes claras sobre transparência, proteção de menores, comunicação ética e boas práticas com influenciadores. Esse movimento reforça nossa convicção de que a autorregulação qualificada é parte essencial da maturidade do mercado.

# Carta da Presidente

A *creator economy* também ganhou protagonismo. A partir de estudos e debates, ampliamos a discussão sobre relevância, autenticidade e confiança, indo além de métricas superficiais e incentivando uma relação mais estratégica entre marcas, criadores e plataformas.

Internamente, fortalecemos nossos comitês, ampliamos a participação das associadas e aprofundamos a integração entre diferentes frentes, mídia, agências, anunciantes, plataformas e adtechs. O IAB é, cada vez mais, um espaço plural de construção técnica e estratégica, que reflete a complexidade do nosso mercado. Para isso, estamos lançando em 2026 dois novos comitês: o de Jogos e Apostas e o de Mensuração que, sem dúvida, trarão contribuições muito importantes para nossa indústria.

Se 2025 deixa uma mensagem clara, é a de que o futuro da publicidade digital depende de diálogo, responsabilidade e colaboração. O IAB cumpriu seu papel ao articular o setor, produzir conhecimento, influenciar debates relevantes e promover boas práticas. Mas nada disso seria possível sem o engajamento ativo de cada associada e associado.

Seguimos juntos, construindo um mercado mais transparente, inovador e sustentável.



**Ana Moises**

LinkedIn e Presidente do IAB Brasil em 2025

# Lideranças IAB Brasil

# Gestão 2025



**Denise Porto  
Hruby**  
CEO



**Luciana  
Oliveira**  
Diretora  
Financeira



**Cristiane  
Duarte**  
Diretora de  
Conteúdo e  
Educação



**Camila  
Fornasier**  
Diretora Comercial  
e Relacionamento



**Daniela  
Gebara**  
Diretora de  
Desenvolvimento de  
Produtos

# Diretoria 2025



**Ana Moises**  
Presidente

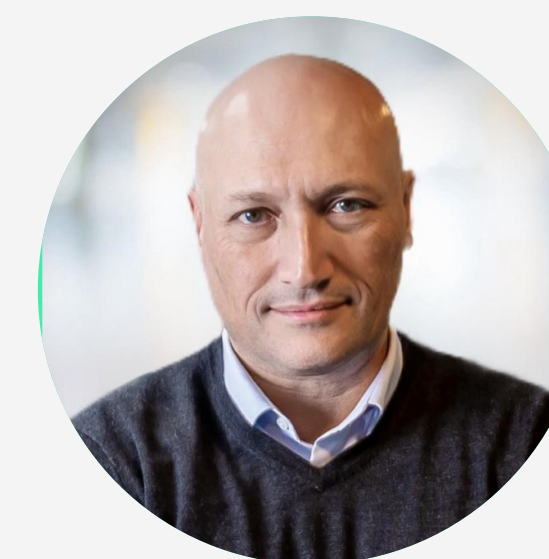
[LinkedIn](#)



**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](#)

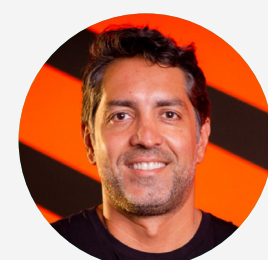
# Conselho 2025



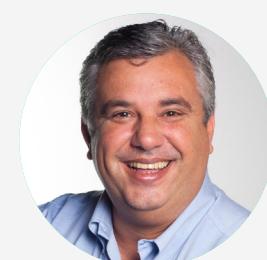
**Paula Puppi**  
Presidente do Conselho  
WPP



**Adriana Favaro**  
Conselheira  
IBOPE



**Alexandre Guerrero**  
Conselheiro  
Eletromidia



**André Izay**  
Conselheiro  
GDB



**Ana Paula Duarte**  
Conselheira  
iFood



**Celia Goldstein**  
Conselheira  
Magalu Ads



**Giovanna Bressane**  
Conselheira  
Unilever



**Dado Lancellotti**  
Conselheiro  
Record



**Daniela Galego**  
Conselheira  
Uber Ads



**Daniela Okuma**  
Conselheira  
TikTok



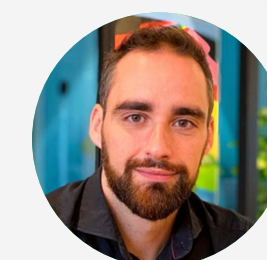
**Débora Dauanny**  
Conselheira  
Stellantis



**Fabiana Manfredi**  
Conselheira  
Impulso



**Fabricio Proti**  
Conselheiro  
Paramount



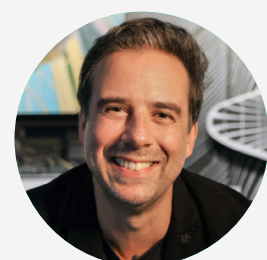
**José de Genova**  
Conselheiro  
Taboola



**Manzar Feres**  
Conselheira  
Globo



**Marcel Leonardi**  
Conselheiro  
Leonardi Advogados



**Marco Bebiano**  
Conselheiro  
Google



**Nina Dragone**  
Conselheira  
Meta



**Renata Herz**  
Conselheira  
Mercado Ads



**Thiago Bispo**  
Conselheiro  
BR Media



**Victor Soffiatti**  
Conselheiro  
L'Oréal



**Vince Carrari**  
Conselheiro  
Spotify

# Destaque de 2025

## Destaques de 2025

Ao longo de 2025, priorizamos a entrega de conteúdos que auxiliam na tomada de decisão e na especialização do setor. Entre pesquisas proprietárias, guias de boas práticas, cursos e eventos de mercado, a associação promoveu o acesso qualificado à informação. Esse conjunto de iniciativas, somado a uma presença ativa na mídia, consolidou o papel da associação em prover o conhecimento necessário para a evolução da publicidade digital no país.

## Conteúdos

Ao longo de 2025, o IAB Brasil consolidou entregas fundamentais para a especialização e a padronização do mercado. Entre as principais iniciativas, destacam-se o lançamento do curso de **Aplicação Prática de Ferramentas de IA para Publicidade Digital** que busca capacitar os profissionais do mercado de mídia a usarem as ferramentas de Inteligência Artificial em todas as etapas da publicidade digital.

No crescente mercado de apostas online, lançamos o **Guia da Publicidade Digital para Apostas**, material que traz clareza, segurança jurídica e orientações essenciais para uma comunicação responsável para esse setor. No campo da inteligência de mercado, o **Panorama de DOOH** — primeiro estudo no Brasil dedicado exclusivamente ao Digital Out of Home (DOOH) forneceu dados inéditos ao setor, além de mapear os principais desafios, oportunidades e tendências para os próximos anos, enquanto o **Mapa do Ecossistema de Vídeo Digital** detalhou as categorias e fluxos essenciais para o planejamento nessa frente.

## Eventos

 IAB Brasil promove o primeiro Fórum de Políticas Públicas para Publicidade Digital em Brasília

No dia 22 de maio de 2025, tivemos a primeira edição do **IAB Fórum de Políticas Públicas para Publicidade Digital**, Inspirado no **Public Policy & Legal Summit** do IAB US, o evento apresentou um panorama geral dos aspectos regulatórios e jurídicos brasileiros para o setor. Os temas discutidos foram:

- Privacidade e Mídia Digital
- Trust & Safety para governos
- Inteligência Artificial
- Apostas de quota fixa — Desafios da nova regulação
- Influenciadores e a responsabilidade digital em ads (Compliance)
- TV Conectada e TV 3.0

Em 2025, realizamos mais uma edição do **IAB Adtech & Branding**, que aconteceu nos dias 9 e 10 de setembro, no Teatro Santander, em São Paulo. Foram dois palcos que receberam 117 palestrantes, 44 painéis e 2.051 inscritos. O tema condutor dos painéis foi como a Inteligência Artificial está transformando a publicidade digital e seus impactos na indústria.

 Adtech & Branding 2025 discute transformações da publicidade digital

# Materiais Educativos

## Materiais Educativos

A gestão de 2025 reforçou o compromisso do IAB Brasil com a profissionalização e a transparência do ecossistema de publicidade digital. Em um ano marcado pela consolidação da Inteligência Artificial e pela expansão do mercado de apostas online, reforçamos nosso compromisso com a ética, a proteção ao consumidor e a sustentabilidade do mercado. Nesse contexto, produzimos estudos inéditos e materiais educativos de referência, que ofereceram os subsídios necessários para que marcas, agências, plataformas, veículos e demais agentes pudessem evoluir em seus modelos de negócio.

### ● Janeiro

- ✦ **O panorama dos formatos de anúncios para CTV:** como a padronização pode impulsionar o crescimento programático e a inovação

### ● Março

- ✦ **IABCast | A visão do consumidor na era da vídeo digitalização**  
Episódio 1: participação de Renata Fernandes (Globo), Vice-presidente do Comitê de Vídeo Digital do IAB Brasil em 2024, e Clotilde Perez, Professora de Semiótica da USP.
- ✦ Manual de conformidade e boas práticas sobre **inteligência artificial na publicidade digital**
- ✦ Guia de **Retail Media** para varejistas

### ● Junho

- ✦ **Scape Report IA Marketing** (Pipeline + IAB)

### ● Fevereiro

- ✦ Pesquisa **decodificando os desafios da IA** no mercado de publicidade digital (Nielsen + IAB)
- ✦ **Mapa mental do ecossistema** da Creator Economy
- ✦ **Guia de incidente de segurança** com dados pessoais

### ● Abril

- ✦ **IABCast | Monetização e o novo cenário da mídia programática em vídeo**  
Episódio 2: participação de Luis Camargo (Google), Presidente do Comitê de Vídeo Digital do IAB Brasil em 2024, e Salomão Junior, VP de Vendas LATAM Magnite.


- ✦ **Digital AdSpend 2025** (Ibope + IAB)

### ● Maio

- ✦ **Panorama DOOH 2025** (Galaxies + IAB)

## Agosto

- 🌟 **Guia da publicidade digital para apostas** - boas práticas para publicidade em apostas de cota fixa

 *lab Brasil orienta comunicação de apostas esportivas*

## Setembro

- 🌟 **Brand Disruption Brasil 2025**

- 🌟 **Pesquisa #Publi 2025:** Identificação e Autenticidade na Creator Economy (Offerwise + IAB)

## Novembro

- 🌟 **Scape Report Martech & Adtech 2025** (Pipeline + IAB)
- 🌟 Como a **Inteligência Artificial** está impactando a **Retail Media no Brasil** no Brasil
- 🌟 **IABCast | O impacto da IA na publicidade: o que vem depois da escala humana**  
Episódio 3: participação de Marcondes Farias (Microsoft) Presidente do Comitê de IA do IAB Brasil em 2025 e Adriano Henriques (Artificial Gains) Vice Presidente do Comitê de IA do IAB Brasil em 2025 e Rafael Nasser (Hogarth).

## Dezembro

- 🌟 **Mapa Mental do ecossistema de vídeo digital**
- 🌟 **IABCast | Desafios e caminhos para a mensuração cross-media no Brasil**  
Episódio 4: participação de Breno Barcelos (Google), Presidente do Comitê de Vídeo Digital do IAB Brasil em 2025 e Adriana Favaro (Kantar IBOPE Media)
- 🌟 **Guia Áudio e Podcasting** - Como potencializar campanhas omnicanal com dados, tendências e práticas reais no plano de mídia
- 🌟 **Guia O Futuro Interativo** - A evolução do áudio em um ambiente guiado por IA do áudio na publicidade
- 🌟 **Pesquisa:** Como Seria a Internet Sem Anúncios? 2025 (Offerwise + IAB)

## Curadoria de conteúdo

A força do IAB Brasil reside na pluralidade de sua base. Ao longo de 2025, abrimos espaço para que nossos associados compartilhassem suas perspectivas sobre os movimentos que impactaram o setor. O resultado é um acervo colaborativo que reflete a diversidade do pensamento publicitário atual, oferecendo aos profissionais diferentes visões sobre os desafios e as soluções do mercado de mídia digital.

## Ao longo de 2025, foram 39 publicações:

- 🌟 Financial Media: a sua marca no centro das finanças
- 🌟 De banners à troca de valor: o futuro da monetização dos publishers
- 🌟 Personalização é o grande diferencial no marketing do setor financeiro
- 🌟 Os dados estão de pé, mas o crescimento das marcas ainda engatinha
- 🌟 Como realizar monitoramento de áudio sem dor de cabeça
- 🌟 Os 30 graus do sofá e o botão skip: o desafio da publicidade na era da TV conectada
- 🌟 Retail Media: a nova joia da publicidade que já movimenta mais de US\$ 136 bilhões
- 🌟 Redes sociais antecipam conversas sobre COP 30 na Amazônia; e o que as marcas têm a ver com isso?
- 🌟 Estudo com a Lumen Research posiciona Uber Advertising acima dos benchmarks digitais em atenção
- 🌟 O Poder dos 'fandoms' na era do entretenimento
- 🌟 OOH Digital e Creator Economy: uma colaboração entre Kwai e Bebot no espaço urbano
- 🌟 Entre jardins murados e bolhas de dados: os desafios do novo ecossistema da mídia digital
- 🌟 Além dos Kpis: por que o engajamento criativo precisa de métricas mais inteligentes
- 🌟 Cdp, cep e crm: três siglas, funções diferentes e um mesmo objetivo
- 🌟 Fadiga publicitária: como lidar com o obstáculo silencioso que ameaça o roi das campanhas digitais
- 🌟 Black Friday 2025 exige marcas mais estratégicas e integradas, revela estudo da Gauge e W3haus
- 🌟 Uber Advertising lança estudo inédito sobre a "geração uber" e revela o perfil de uma geração exigente e que busca propósito
- 🌟 A revolução da IA e seu impacto na Black Friday 2025
- 🌟 Adsmovil amplia uso de dados de mobilidade em mídia OOH na América Latina com a plataforma personas
- 🌟 De search engine a search everywhere: o futuro da busca
- 🌟 Black Friday 2025: quatro lições práticas para potencializar os resultados deste ano
- 🌟 IA que amplifica o talento: o lado humano da evolução do Adtech na América Latina
- 🌟 Dailymotion Advertising apresenta Ray, sua plataforma agêntica tudo-em-um dedicada ao marketing em vídeo
- 🌟 Do SEO ao GEO: por que as notícias hiperlocais estão se tornando a tábua de salvação dos publishers
- 🌟 Além da tela: como o DOOH e o digital provam incremento real no PDV
- 🌟 ALOOH 2025: inovação e inspiração em Antigua, Guatemala
- 🌟 Pesquisa: 52% dos consumidores tendem a dizer mais "sim" para anúncios durante Black Friday
- 🌟 Por que retail media virou a mídia mais desejada por marcas e varejistas
- 🌟 Dados como ativo estratégico do mercado financeiro
- 🌟 Uber Advertising lança websérie Join The Ride, uma conversa com líderes do mercado sobre o poder das marcas em movimento
- 🌟 Retail Media consolida seu avanço na América Latina: novas tendências e oportunidades para marcas
- 🌟 Especialista aponta as 5 principais tendências em tecnologia para marketing para 2026
- 🌟 90% dos consumidores já pesquisaram por produtos e serviços após visualizarem anúncios no smartphone
- 🌟 Interesse por fusões e aquisições na América Latina aumentou 17 pontos percentuais
- 🌟 MGID aponta tendências para publicidade digital em 2026
- 🌟 Monks mapeia as quatro identidades do torcedor brasileiro em nova edição da pesquisa "A Era dos Fandoms"
- 🌟 A evolução do comportamento de busca e a adoção em massa da IA generativa: é o fim do SEO?

# Comitês e Grupos de Trabalho

## Comitês 2025

Sob os pilares da responsabilidade, inovação e boas práticas, os Comitês do IAB Brasil uniram especialistas em 2025 para moldar as diretrizes do nosso setor. O resultado dessa sinergia — que registrou mais de 2.800 presenças em 31 encontros — foi a criação de materiais que respondem aos desafios atuais do mercado. Nestes espaços, viabilizamos a aplicação prática da Inteligência Artificial, participando da transformação de uma tendência em uma ferramenta operacional, essencial para a estratégia de negócios.

**m&m**

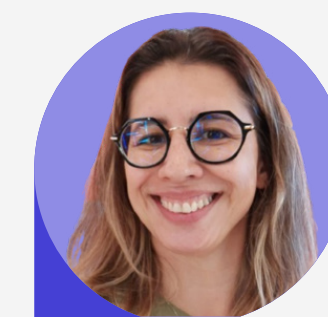
IAB define presidentes dos comitês para o ano de 2025

## Liderança dos Comitês

### Assuntos Regulatórios e Jurídicos



**Verônica Hoe**  
Meta



**Natália Kuchar**  
Google

#### Objetivos do Comitê

Promover um ecossistema compatível com as normas que regem a publicidade digital, analisando, discutindo e sugerindo caminhos para a regulamentação do mercado.

### Brand Safety



**José Melchert**  
Samsung Ads



**Rafael Davini**  
Exame

#### Objetivos do Comitê

Garantir um ambiente seguro, ético e transparente para a publicidade digital, protegendo a reputação das marcas e impulsionando boas práticas.

Presidente



Vice-Presidente

# Liderança dos Comitês

## Digital Out of Home DOOH



**Silvia Ramazzotti**  
JCDecaux



**Heitor Estrela**  
Eletromidia

### Objetivos do Comitê

Fomentar o desenvolvimento e a adoção de boas práticas, padrões e métricas para garantir uma operação segura e eficiente em DOOH.

## Retail Media



**Mariana Meinberg**  
Magalu Ads



**Marina Galvão**  
iFood Ads

### Objetivos do Comitê

Impulsionar o crescimento da Retail Media no Brasil em maior escala, na publicidade digital e nas estratégias das marcas.

## Áudio Digital



**Eliseu Barreira**  
Globo



**Priscilla Barsotti**  
Spotify

### Objetivos do Comitê

Promover a evolução da publicidade digital em áudio, destacando o seu crescimento como mídia e seu potencial de engajamento e personalização.

## Creator Economy



**Mayer Mirmovicz**  
Social Tailors



**Paula Morales**  
Record

### Objetivos do Comitê

Promover o desenvolvimento sustentável da Creator Economy, conectando todos os elos do ecossistema, com inovação, ética e boas práticas.

## Inteligência Artificial



**Marcondes Farias**  
Microsoft



**Adriano Henriques**  
Artificial Gains

### Objetivos do Comitê

Mapear as oportunidades e impacto de uso de IA nas diversas esferas da publicidade, criando maior clareza de cenários e casos de uso práticos.

## Vídeo Digital



**Breno Barcelos**  
Google

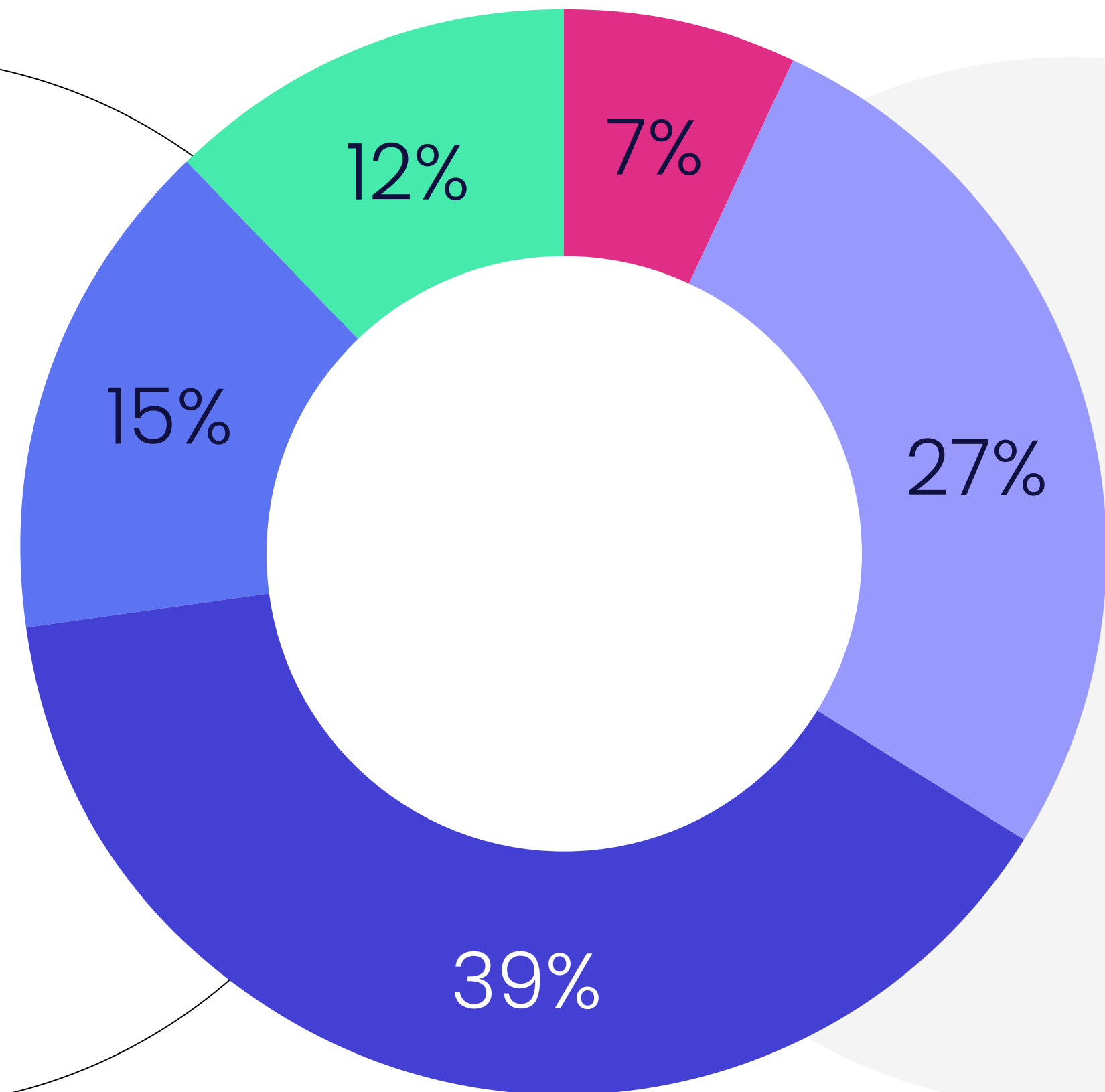


**Will Zanette**  
Netflix

### Objetivos do Comitê

Liderar o crescimento do ecossistema de vídeo digital, criando padrões, diretrizes e práticas que aprimorem o engajamento do consumidor e a eficácia publicitária.

## Perfil da audiência\*



- Executivo**  
VP/ Sócio(a)/Fundador(a)/C-level/Country Manager
- Diretor**  
Diretor(a)/Líder/Executivo(a)
- Gerente**  
Head/Gerente
- Coordenador**  
Especialista/Estrategista/Coordenador(a)/Jurídico
- Analista**  
Analista/Assistente/Estagiário(a)/Outros

\* **1.174** respondentes das pesquisas de satisfação em 2025

## Empresas que participaram dos comitês em 2025



## Grupos de trabalhos

Como desdobramento dos Comitês, estruturamos **8 Grupos de Trabalho (GTs)** — dedicados a verticalizar as discussões mais críticas de 2025. Esses núcleos técnicos foram fundamentais para transformar debates estratégicos em entregas tangíveis, resultando em materiais de referência que orientam a operação e o crescimento do mercado digital. Os grupos são:

### 1. Assuntos Regulatórios e Jurídicos

- ✦ Guia da Publicidade Digital para Apostas

### 2. Áudio Digital

- ✦ Guia Áudio e Podcasting no Plano de Mídia

### 3. Brand Disruption

- ✦ Brand Disruption 2025

## Inteligência Artificial, dividido em quatro frentes:

- 4. ✦ Ementa do curso Aplicação prática de IA para Publicidade Digital

- 5. ✦ Cross Áudio Digital – Apresentação IA no Áudio Digital: da Produção ao Planejamento

- 6. ✦ Cross Creator Economy – Apresentação IA na Creator Economy: Escala, Autenticidade e Impacto

- 7. ✦ Cross Retail Media – Paper Como a Inteligência Artificial Está Impactando a Retail Media no Brasil

### 8. Vídeo Digital

- ✦ Mapa Mental do Ecossistema de Vídeo Digital
- ✦ Guia de Vídeo Digital, Streaming e CTV – Edição 2026 (revisada e atualizada)

# Educação e Desenvolvimento Profissional

## Educação e Desenvolvimento Profissional

Ao promover programas que traduzem a complexidade das novas tecnologias, conectamos profissionais às melhores práticas e eficiência do setor. Esse investimento contínuo na capacitação qualificada é o que sustenta a maturidade do nosso mercado. O IAB forma quem transforma o digital, com a credibilidade de quem está na origem das discussões que moldam o setor.

### Cursos Livres

- 23 edições de cursos
- 916 inscritos
- 687 participantes
- 611 certificados emitidos
- 99% de avaliações positivas

### Temas abordados:

- Aplicação Prática de Ferramentas de IA para Publicidade Digital
- Atribuição de Campanhas
- Brand Safety + Ad Quality + ROI
- Compra e Operação de Retail Media
- Creator Economy: Estratégias e Tendências para o Marketing de Influência
- Digital Marketing
- Digital Media Fundamentals (3 edições)
- Estratégias Jurídicas na Publicidade Digital
- Estratégias para Campanhas em DOOH
- Gestão de Mídia Programática para Veículos
- Gestão de Publicidade Digital Baseada em Privacidade
- Introdução à Retail Media
- Mensuração e Otimização de Campanhas
- Mídia Programática Básico (3 edições)
- Mídia Programática para Traders
- O Impacto da LGPD no Ecossistema da Publicidade Digital
- Planejamento de Mídia Programática
- TV Conectada, Vídeo e Streaming na Publicidade Digital
- Visualização de Dados



## Masterclasses

As masterclasses são eventos online de até 2 horas, onde abordamos tendências e pautas que estão em evidência no mercado de publicidade digital. Em 2025, realizamos:

- 3 edições
- com um total de 1.021 inscritos
- 878 visualizações (Zoom ao vivo + YouTube)

### Temas abordados:

- Inovação e Criatividade em Anúncios Digitais
- Financial Media e Dados First-Party: A mídia no Setor Financeiro
- Estratégias e Ferramentas de IA para Publicidade Digital

## In Company

### iFood Ads

Em maio de 2025, foi realizada uma apresentação de conteúdo In Company para um grupo de 100 pessoas na sede do iFood, com o professor Leo Naressi. O treinamento teve como tema **Retail Media: a Nova Jornada do Cliente e um Novo Canal.**

### Globo

O IAB Brasil e a Globo desenvolveram um modelo de cursos gravados com conteúdos proprietários para colaboradores da Globo. Os cursos escolhidos para esse projeto foram: **Digital Marketing, Digital Media Fundamentals e Mídia Programática Básico.**

# Relações Governamentais

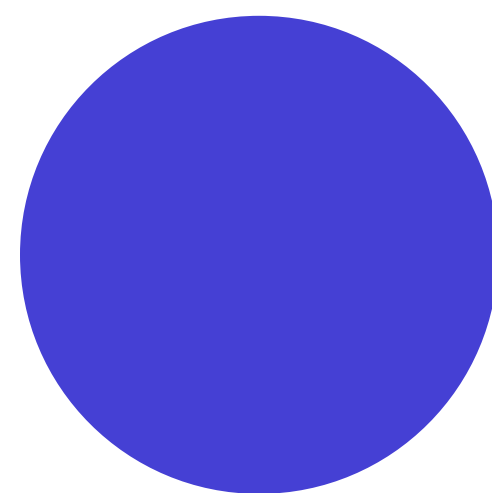
## Relações Governamentais

A área de Relações Governamentais do IAB Brasil atuou de maneira estratégica e propositiva na defesa dos interesses do setor e na construção de um ambiente regulatório equilibrado, previsível e sustentável para a publicidade digital no país. Por meio de diálogo permanente e qualificado com autoridades públicas, participação ativa em consultas e audiências e elaboração de materiais técnicos, o IAB Brasil ofereceu subsídios consistentes, baseados em evidências, para a formulação de políticas públicas. Essa atuação foi orientada pelos princípios da transparência, da responsabilidade institucional e da representação plural de todos os elos do ecossistema digital, fortalecendo a legitimidade e a voz do mercado nos debates regulatórios.

**Para a efetiva concretização desses objetivos, estruturamos e implementamos, ao longo de 2025, um conjunto articulado de ações estratégicas:**

- Realizamos 48 reuniões estratégicas com autoridades públicas e agentes relevantes do mercado, promovendo diálogo qualificado, alinhamento institucional e a construção de soluções fundamentadas para o aprimoramento regulatório.
- Acompanhamos mais de 170 projetos de lei com potencial impacto direto sobre o setor de publicidade digital.
- Realizamos reuniões institucionais com empresas do ecossistema de mídia e publicidade digital, com o objetivo de fortalecer o diálogo setorial, identificar desafios regulatórios e alinhar estratégias institucionais.
- Realizamos o Fórum de Políticas Públicas para Publicidade Digital, em Brasília, reunindo autoridades públicas, especialistas e empresas para discutir os principais desafios regulatórios do setor, incluindo privacidade, inteligência artificial, apostas online, desinformação e publicidade digital.
- Mantivemos interlocução com parlamentares da Câmara dos Deputados sobre projetos de lei que impactam a publicidade digital, incluindo reuniões com deputados federais e suas assessorias sobre o PL 488/2025, relacionado à responsabilidade solidária em casos de publicidade enganosa e golpes na internet, e sobre o PL 4691/2024, que trata da regulação de plataformas digitais e de temas ligados ao debate sobre desinformação e responsabilidade das plataformas.
- Participamos de articulações institucionais com entidades e associações do setor de streaming e mídia digital, buscando alinhamento de posições e construção de agendas regulatórias convergentes.
- Participamos de grupos de advocacy do mercado publicitário, incluindo reunião do Grupo de Trabalho de Advocacy do CENP (Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário), voltada à discussão das prioridades regulatórias do setor.

- Participamos de iniciativas governamentais relacionadas à integridade da informação e à agenda climática, como a reunião preparatória da Rede de Parceiros pela Integridade da Informação sobre Mudança do Clima, iniciativa liderada pela SECOM, UNESCO e ONU, que reúne diferentes atores do ecossistema digital.
- Dialogamos com o Congresso Nacional sobre a regulação da inteligência artificial, por meio de reuniões com assessorias parlamentares vinculadas à Comissão Especial de Inteligência Artificial da Câmara dos Deputados, discutindo potenciais impactos regulatórios para o ecossistema digital e para o setor de publicidade online.
- Mantivemos interlocução com o Poder Executivo em iniciativas relacionadas à integridade da informação, incluindo reunião com representantes da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM) para discutir cooperação em materiais técnicos e iniciativas voltadas ao enfrentamento da desinformação.
- Acompanhamos o debate legislativo sobre publicidade direcionada a crianças e adolescentes, com reuniões com assessorias parlamentares para discutir o PL 2628/2022, que estabelece regras para plataformas digitais e para a publicidade dirigida ao público infantojuvenil.
- Participamos de eventos institucionais com órgãos públicos sobre integridade da informação, incluindo evento promovido em parceria entre Tribunal de Contas da União (TCU) e SECOM, voltado ao debate sobre integridade informacional no ambiente digital.
- Participamos de consultas públicas conduzidas por órgãos governamentais, especialmente em temas relacionados à proteção de dados pessoais, publicidade digital e comunicação pública.
- Acompanhamos e participamos de audiências públicas no Congresso Nacional, em debates que abordaram temas como plataformas digitais, publicidade online e economia de dados.



# Eventos do IAB Brasil em 2025

## Eventos do IAB no Brasil em 2025

Promovemos eventos estratégicos que fomentaram debates sobre o presente e o futuro da publicidade digital. Em 2025, lançamos o **IAB Fórum de Políticas Públicas para Publicidade Digital** em Brasília.

### Fórum de Políticas Públicas para Publicidade Digital

Em sua primeira edição, o Fórum de Políticas Públicas para Publicidade Digital foi um espaço de troca e reflexão sobre os aspectos jurídicos, técnicos e políticos que moldam o setor. O evento reuniu autoridades, especialistas e profissionais do ecossistema da publicidade digital, promovendo debates essenciais para o futuro da área. O evento foi realizado no dia 22 de maio de 2025, na sede nacional do SEBRAE, em Brasília.

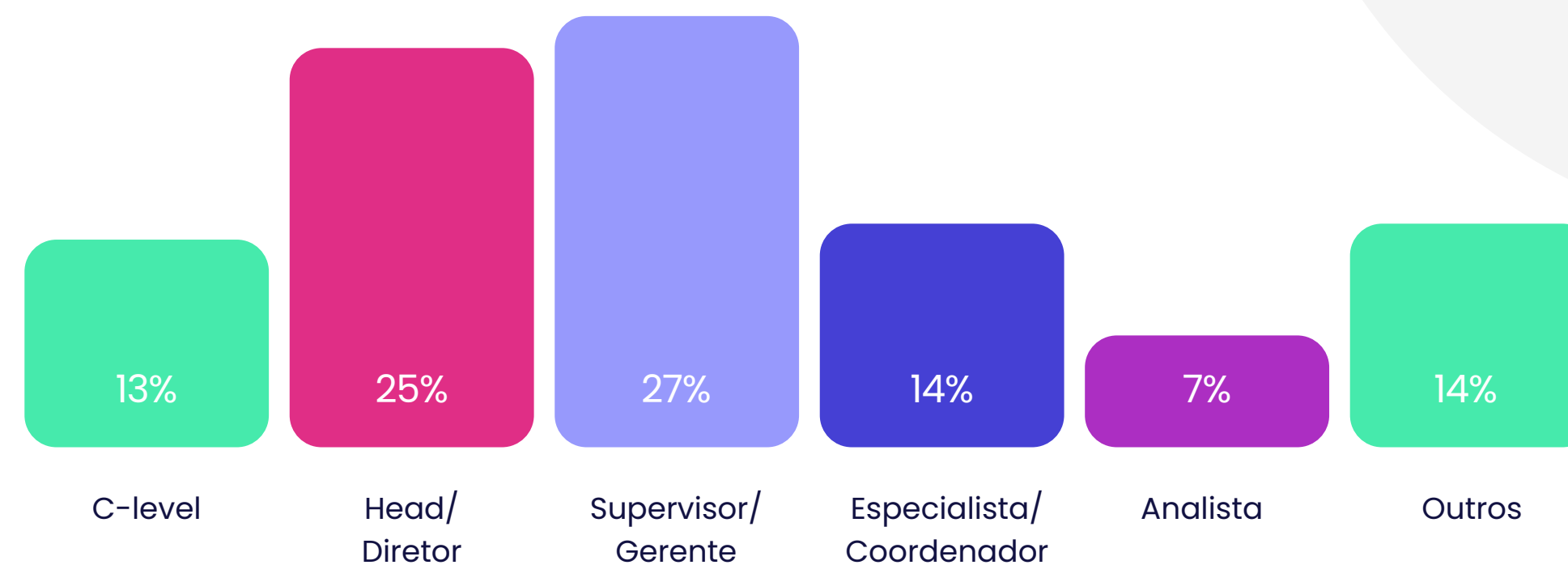


# Adtech & Branding 2025

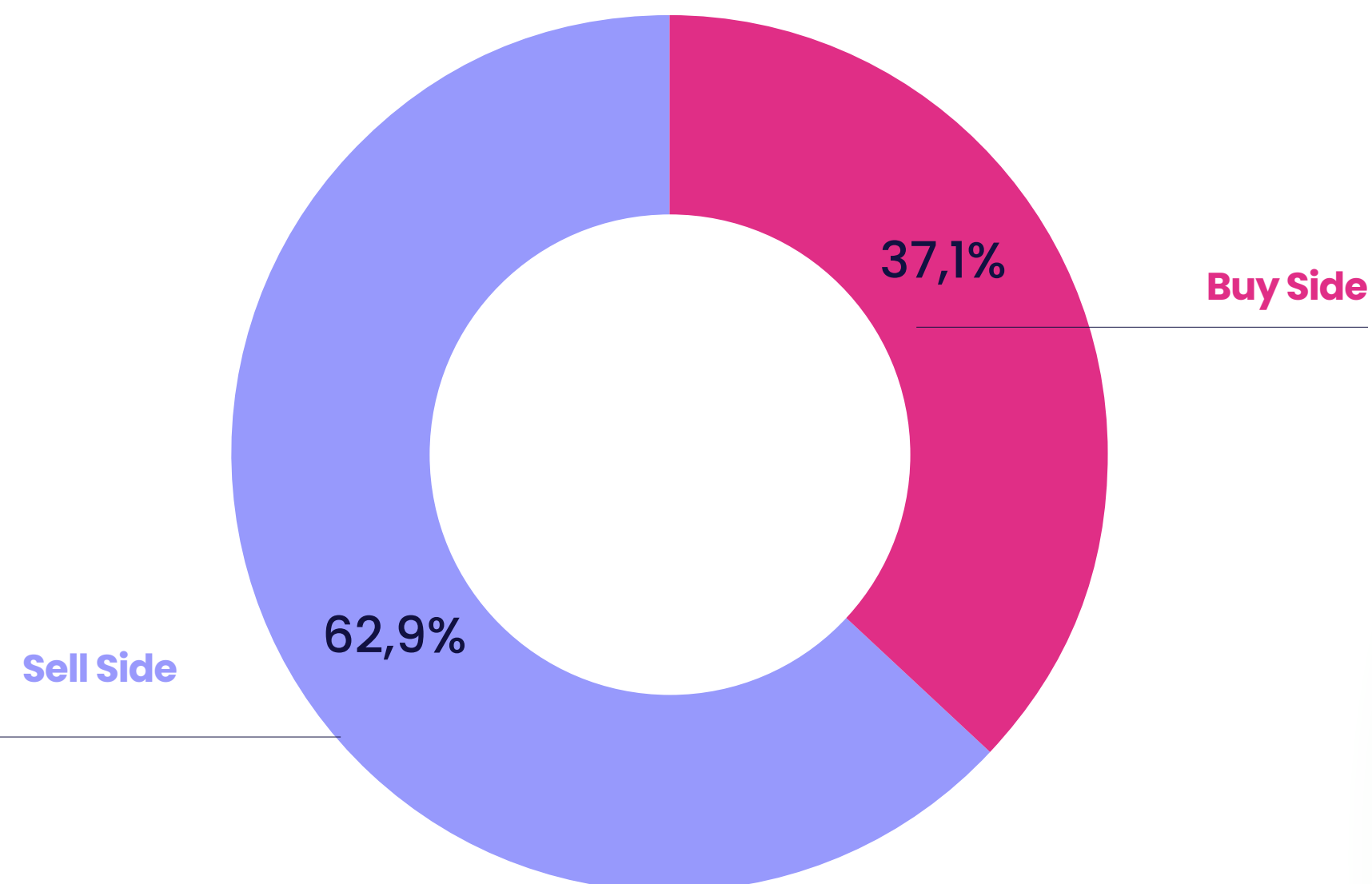
O Adtech & Branding 2025 é o principal evento do IAB Brasil e foi realizado nos dias 9 e 10 de setembro, no Teatro Santander, em São Paulo. O evento teve mais de 2 mil inscritos e 117 experts que subiram nos palcos para apresentar conteúdos que abrangeram todas as verticais da publicidade digital.

## Perfil dos participantes

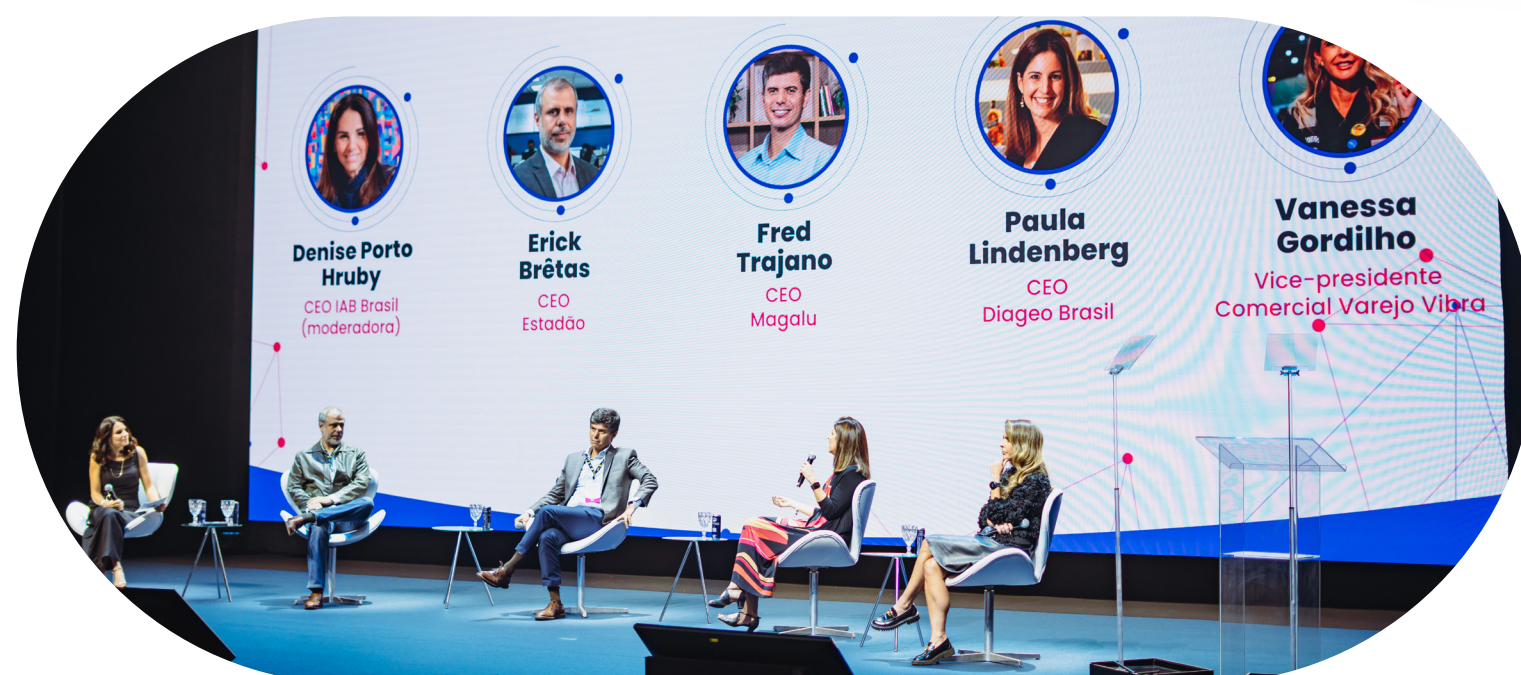
65% do público em cargos de liderança, destes 38% são executivos



## Tipo de empresa



# Adtech & Branding 2025



▶ Vídeo Adtech & Branding 2025



Adtech & Branding 2025 discute transformações da publicidade digital

**+162 mil**

Visualizações dos conteúdos nas redes sociais em redes próprias

**419**

Novos seguidores no IG

**1,2 mil**

Interações no IG

**33%**

Engajamento no período no LinkedIn

**346**

Novos seguidores na company page IAB Brasil no LinkedIn

## IAB Media Solutions

O IAB Media Solutions é um webinar para que as empresas parceiras possam apresentar soluções e ferramentas de mídia para profissionais de publicidade e marketing. Em 2025, foi realizada a edição com Samsung Ads, LG Ads e Kantar IBOPE Media.

**Tema: Conexão de Telas, Novo Consumo de Mídia e Gestão de Dados**

## IAB Conecta

O IAB Conecta é um evento de relacionamento para os associados das Categorias Líder e Compartilhe, além da Diretoria e Conselho. Em 2025, realizamos o encontro em um espaço no escritório do Spotify, em São Paulo, no dia 30 de junho, com a presença de cerca de 100 associados.



## IAB Connecting Leaders

Esse evento tem como objetivo promover experiências, relacionamento e conhecimento entre marca e seu público de interesse. O foco dessa iniciativa é reunir e promover conversas sobre os novos movimentos e transformação dos negócios da comunicação para profissionais C-Level, heads, líderes e gerentes de marketing, em uma parceria entre o associado e o IAB Brasil.

Em 2025, realizamos no dia 17 de setembro uma edição do Connecting Leaders em parceria com a BR Media, na Casa Manioca, em São Paulo. O tema do evento foi **Marketing de Relevância: Construindo Marcas na Economia da Atenção** e contou com a apresentação de um estudo por Michel Alcoforado em parceria com a Nielsen e a Publicis, além de um painel com convidados.



# Parcerias e Iniciativas Globais

## Parcerias e Iniciativas Globais

Marcamos presença em diversos eventos de destaque internacional ao longo de 2025. Essa participação ativa reflete a nossa dedicação em compreender as dinâmicas globais, intercâmbio de experiências, trocas com líderes do setor e coleta de 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. Em 2025, o evento destacou a importância de um ecossistema inspirador e como o mercado está sendo reestruturado em tempo real pela IA. Participaram da edição 2025, em Palm Springs, CA, a **CEO, Denise Porto Hruby**, e a **Diretora de Conteúdo e Educação, Cristiane Duarte**.

### Cannes Lions International Festival of Creativity, França

Durante o Cannes Lions 2025, algumas lideranças do IAB pelo mundo se encontraram. Fomos representados por nossa CEO, **Denise Porto Hruby**.



## IAB Global Summit, Londres

A rede global IAB é uma coalizão mundial de organizações IAB unidas pela missão compartilhada de impulsionar a publicidade digital por meio da colaboração aberta, do enfrentamento de desafios comuns e de soluções globalmente alinhadas.

Em 2025, essa colaboração atingiu novos patamares, marcando o ano de maior conectividade global na história do IAB. Mais de 45 lideranças de 27 países reuniram-se em Londres para o **IAB Global Summit 2025** em novembro, reforçando o quanto a indústria de publicidade digital se tornou interconectada e ágil. O IAB Brasil esteve representado por nossa CEO, **Denise Porto Hruby**.



# Associados em 2025

## Associados em 2025

### LIDERE

99APP  
B.LUZ  
BETANO  
BR MEDIA  
CONVERT  
ELETROMIDIA  
ESSENCE (BLINKS) - WPP  
GLOBO  
GOOGLE  
GRUPO RECORD  
IBOPE  
IFOOD ADS  
IMPULSO  
JELLYFISH  
LEONARDI ADVOGADOS  
LG ADS  
LINKEDIN  
MAGALU ADS  
MEIO & MENSAGEM  
MEDIABRANDS  
MERCADO ADS  
META  
MONKS  
NETFLIX

PARAMOUNT  
PLAY9  
SAMSUNG ADS  
SBT  
SPOTIFY  
TABOOLA  
TIK TOK  
TOPSORT  
UOL  
VERVE  
YANGO ADS  
ZYGON

### COMPARTILHE

ADLOOK  
ADSPLAY  
AKZONOBEL - CORAL  
AMBEV  
BETTER COLLECTIVE  
BP - A BENEFICÊNCIA PORTUGUESA DE SÃO PAULO  
BRIUS  
BTG PACTUAL  
CAIXA ECONÔMICA  
DANONE  
DISPLAYCE  
ELECTROLUX  
FGV  
GALAXIES  
GALERA BET  
GM  
GRUPO BOTICÁRIO  
HEINEKEN  
HYPERA PHARMA  
ITAÚ  
JOIN ADS  
KUAISHOU  
L'OREAL DO BRASIL

LIVERAMP  
NETWORK MEDIA  
NIELSEN  
OFFERWISE  
PINTEREST  
SANTANDER  
SMILES  
STELLANTIS  
TEGRA INCORPORADORA  
UBER ADS  
UNILEVER  
VALE  
VTEX  
ZAMP

## PARTICIPE

ACCENTURE  
AD DIGITAL  
AD+R  
ADMASTER  
ADMOOH  
ADSMOVIL  
ADSTREAM SOLUÇÕES  
AIR  
ALL SET  
ALMAP BBDO  
ALTERMARK  
AMAZON ADS  
AMPFY  
ARTIFICIAL GAINS  
ARTPLAN  
AÚNICA  
AZERION/ZOOMIN  
BABEL  
BANCA DIGITAL  
BEBOT DIGITAL  
BIGGIE  
BORNLOGIC  
BRAINLABS  
BRANDLOVERS  
BRUNCH  
CALIA  
CAPE.IO  
CAPPUCCINO  
CENTRALCOMM  
CHEIL  
CLEVER ADS  
CNN  
COMSCORE  
CONECTA ADS

CORETAVA  
CRITEO DO BRASIL  
CRM BONUS  
DAILY MOTION  
DAVID — WPP  
DENTSU  
DEZ18  
DIÁRIO ASSOCIADOS  
DISNEY  
DOJO  
DOUBLEVERIFY  
DOUTOR TV  
DP6  
EIXOS (EPBR)  
EMPIRICUS  
ENEXT — WPP  
EPSILON  
EQUATIV  
EXAME  
FAS ADVOGADOS  
FBIZ — WPP  
FINAL LEVEL  
GAUGE  
GDB BRASIL  
GETBLUE  
GROOVINADS  
GRUPO EP  
GRUPO FOLHA  
GRUPO RBS  
HELLOO  
HOGARTH — WPP  
I-CHERRY — WPP  
IAS  
ID\TBWA

IMS BRASIL  
INNOCEAN  
JCDECAUX  
JUNTOS SOMOS MAIS  
KPMG  
LEO BURNETT  
LEW LARA  
MAGNITE  
MEDIA HERO  
MEMBRANA  
MGID  
MICROSOFT  
MIQ DIGITAL  
MULLEN LOWE — GRUPO MEDIA BRANDS  
MUTATO — WPP  
NEOOH  
NETCOS  
NOVA  
O ESTADO DE SÃO PAULO  
OFFGRID  
OGILVY — WPP  
OLE INTERACTIVE  
OLIVER AGENCY  
OLX/BOM NEGÓCIO  
OMNISIENT  
ONE BIG MEDIA  
ONE STATION  
ORIMIDIA  
OTTERA  
PIC PAY  
PINHEIRO NETO  
PIPELINE  
PIXEL RETAIL  
POLIS

PUBLICIS  
PUZZLE ADS  
REDE AMAZÔNICA  
REDE BAHIA  
REFINERY89  
RELEVANC  
REPRISE DIGITAL — GRUPO MEDIA BRANDS  
RTB HOUSE  
RZK  
SERASA EXPERIAN  
SHOWHEROES  
SIPROCAL  
SMART ACT  
SOCIAL TAILORS  
SOUL TV  
SOTAQ  
SVM  
TAP TAP  
TERRA  
TUNAD  
UNCOVER  
UNLIMITAIL  
VIADS  
VIBRA  
VIBEZZ  
VML — WPP  
WARNER BROS.  
WEBEDIA  
ZEFR

# Panorama Financeiro

## Panorama Financeiro 2025

Em 2025, transformamos o déficit em equilíbrio. Este resultado é fruto de uma gestão focada em responsabilidade financeira e alinhamento estratégico, sintetizando nossa atuação institucional: gerar valor para o associado e garantir a solidez do IAB Brasil.

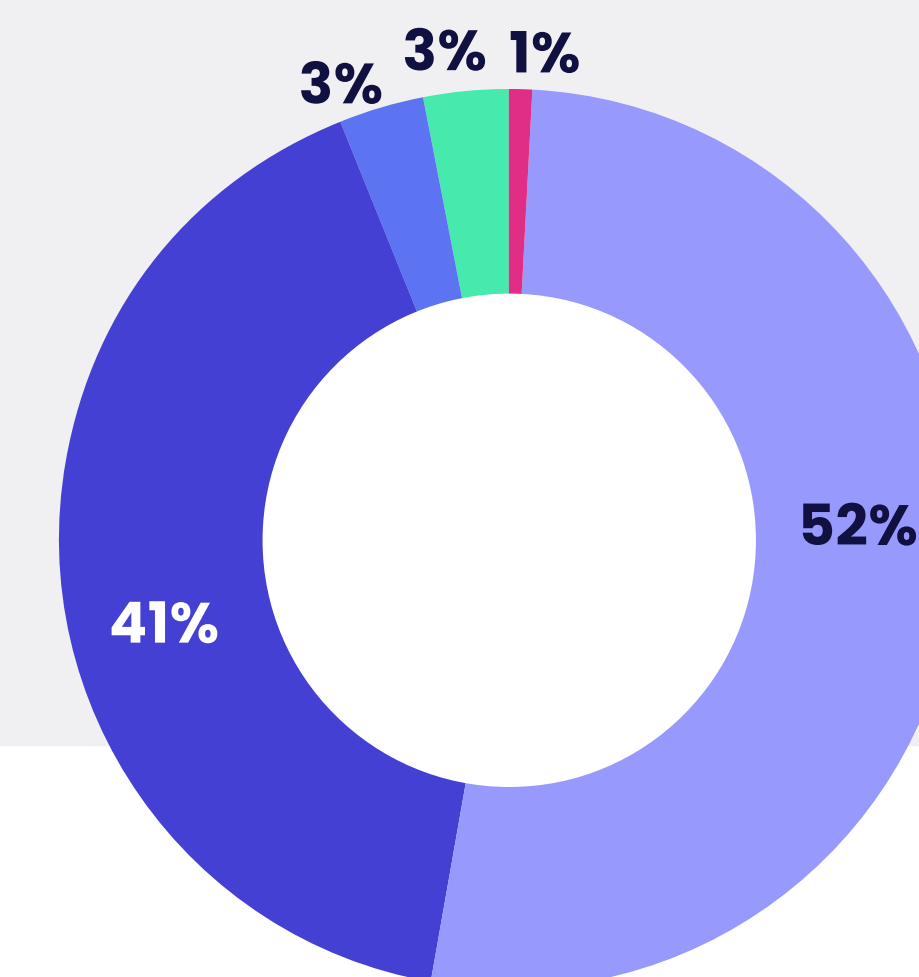
### Demonstração do superávit/déficit para o exercício em 31 de dezembro de 2025.

#### REPORT IAB BRASIL

(Em milhares de Reais)	2025
<b>Receitas de Associativas</b>	5.252
<b>Receitas de Patrocínios</b>	4.150
<b>Receitas de Cursos</b>	322
<b>Receitas de Ingressos</b>	234
<b>Receitas de Permuta (Pesquisa)</b>	102
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	(9.985)
<b>EBITDA</b>	75
<b>Outras Receitas e Despesas</b>	
<b>Despesas Financeiras</b>	(2)
<b>Depreciação</b>	(177)
<b>Outras Despesas Tributárias</b>	(96)
<b>Receitas financeiras</b>	461
<b>Superávit (do exercício)</b>	261

#### Principais estratégias para o superávit de 2025

IAB Brasil consolidou uma gestão pautada pela eficiência operacional e rigorosa disciplina de processos. Através de uma revisão estratégica de fornecedores e otimização de recursos, a instituição não apenas alcançou um superávit saudável, como registrou um crescimento de 12% em sua receita em comparação ao ano anterior.



- Receitas Associativas R\$ 5.252 / 52%
- Receitas de Patrocínios R\$ 4.150 / 41%
- Receitas de Cursos R\$ 322 / 3%
- Receitas de Ingressos R\$ 234 / 2%
- Receitas Pesquisa (Permuta) R\$ 102 / 1%

Total: R\$ 10.060

# Equipe

# IAB 2025

## Equipe IAB 2025

### **Denise Porto Hruby - CEO**

#### **Comercial e de Relacionamento**

Camila Fornasier - Diretora Comercial e Relacionamento

Thalita Forte - Coordenadora Comercial e Relacionamento

Ana Raquel França - Analista de Relacionamento

#### **Desenvolvimento de Produtos**

Daniela Gebara - Diretora de Desenvolvimento de Produtos

### **Conteúdo e Educação**

Cristiane Duarte - Diretora de Conteúdo e Educação

Jovanka de Genova - Gerente de Conteúdo e Educação

Talita Nunes - Coordenadora de Conteúdo e Educação

Stella Schulle - Assistente de Conteúdo e Educação

### **Financeiro**

Luciana Oliveira - Diretora Financeira

Maria Eduarda Gonçalves - Assistente Administrativo e Financeiro

# Calendário Eventos IAB Brasil 2026

# Eventos IAB Brasil 2026

Jan		Jul	
Fev		Ago	
Mar	27/03 IAB IA Summit SP	Set	15 e 16/09 Adtech & Branding SP
Abr	28/04 IAB Fórum PP BSB	Out	
Mai		Nov	10/11 IAB Roadshow RJ
Jun	02/06 IAB Roadshow FOR	Dez	

**iab** brasil

