

Agenda ABA 2024 | Propósito: Mobilizar o marketing para transformar os negócios e a sociedade

Nossos temas estratégicos:

- 1 Responsabilidade e reputação para um futuro sustentável
- 2 Liderança e articulação de uma agenda de transparência nas relações entre marcas e agentes do mercado
- 3 Antecipação das disrupções do mercado
- 4 Conexão e evolução dos profissionais de marketing

Governança & Compliance:

- 1 3 Reuniões de Diretoria Nacional e 1 Reunião do Conselho Superior
- 2 Reunião do Conselho Fiscal
- 3 Auditoria Anual Independente
- 4 Relatório de Gestão
- 5 ABA's Report mensal
- 6 Relatórios Quinzenais de Advocacy



Conexão & Conhecimento:

Nossos associados se beneficiam de ampla rede de conexões e é aqui que os anunciantes promovem um ambiente de negócios livre e responsável.

6 Eventos:

4 de Abril – ABA 65 Anos | SXSW Insights, by GoAd
16 de Abril | ABA 65 anos em São Paulo
25 de Abril | ABA 65 anos em Brasília
25 de Julho – ABA 65 Anos | Cannes Insights, by Goad
27 de Agosto – ABA Mídia | 65 Anos
17 de Outubro – Branding@ABA 65 Anos & Record
29 de Outubro – ABA Summit | 65 Anos

2 Reuniões de 9 Comitês e 4 GT's

3 Anuário ABA

4 Artigos assinados pelas lideranças ABA

5 Curadoria de conteúdos Diária "lideranças" e Semanal "associadas"

Comitês:

- 1 Branding & Conteúdo
- 2 Comunicação & ESG
- 3 Consumer Experience
- 4 Insights
- 5 Jurídico
- 6 Mídia
- 7 Relações Governamentais
- 8 Sourcing
- 9 Trade & Retail

Grupos de Trabalho:

- 1 GT Marketing Responsável Bebidas Alcoólicas
- 2 GT Inteligência Artificial
- 3 GT Privacidade e Proteção de Dados

Movimento em prol das Boas Práticas do Mercado Publicitário Brasileiro:

Lançado em 23 de novembro de 2021, o movimento foi elaborado por 80 lideranças do mercado e composto por quatro GT's, sendo eles:

GT1 - Boas Práticas para livre negociação e estruturas de negócios

1. Defesa da livre negociação
2. Estabelecimento das metas a longo prazo
3. Novos modelos existentes

GT2 - Boas práticas para compra e entrega de mídia

1. Transparência
2. Brand Safety
3. Viewability
4. Verificação e auditoria de terceiros

GT3 - Boas práticas de métricas de mídia

1. Métricas *crossmedia* para diferentes modelos de mídia
2. Boas práticas globais e especificidades regionais.
3. Promoção de debates técnicos para criação de parâmetros

GT4 - Relacionamento entre agências e anunciantes

1. Transparência, sustentabilidade e capacitação
2. Modelos de remuneração
3. Resultados e métricas mensuráveis
4. Valorização dos agentes do Mercado

Advocacy:

Principais bandeiras:

- ✓ Defesa da liberdade de expressão
- ✓ Autorregulamentação

Temas em Destaque:

- 1 Publicidade Responsável para o Público Infantil e Bebidas Alcoólicas
- 2 LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados
- 3 Inteligência Artificial
- 4 Defesa do Consumidor
- 5 Combate às Fake News e Brand Safety (GARM)

WFA & Internacionalidade:

A ABA integra o *Executive Committee* da WFA, única organização global que representa os interesses comuns das empresas anunciantes: www.wfanet.org. Concentra 90% dos investimentos publicitários no mundo, ou seja, aproximadamente US\$ 1 trilhão por ano: Integra 55 associações nacionais de anunciantes, em 6 continentes, e possui como associados diretamente mais de uma centena dos principais anunciantes do mundo.

- 1 Propósito do Marketing: elevar os padrões globais da indústria
- 2 CMOs: a evolução dos profissionais para a capacitação de equipes (criação de *in-houses*)
- 3 Relações cliente-agência: melhores práticas, eficácia e agilidade
- 4 Mídia digitais: Brand Safety, LGPD e um mundo sem cookies
- 5 Quarteto Fantástico: marketing, *procurement*, finanças e *insights* em destaques na gestão de negócios
- 6 Insights: novas metodologias, KPIS e estratégias unificadas
- 7 ESG e DE&I: inclusão e aceleração do tema no ecossistema
- 8 Políticas públicas: fortalecimento do marketing responsável

Vocação: Protagonismo Colaborativo:

Articulamos posicionamentos sobre temas relevantes com entidades amigas do nosso mercado:

- | | | |
|-------------|---------------------|-----------------------------|
| 1 ABAP | 18 ABRAMARK | 35 CONAR |
| 2 ABDOH | 19 ABRINQ | 36 DPDC |
| 3 ABEDESIGN | 20 ABRATEL | 37 FENAERT |
| 4 ABEP | 21 ABTA | 38 FENAJORE |
| 5 ABERJE | 22 Acaert | 39 FENAPRO |
| 6 ABERT | 23 ACB | 40 Grupo de Mídia |
| 7 ABF | 24 ACESSA | 41 IAB |
| 8 ABIA | 25 Adibra | 42 Instituto Palavra Aberta |
| 9 ABICAB | 26 AMPRO | 43 IVC |
| 10 ABIHPEC | 27 ANER | 44 MMA Impact |
| 11 ABIR | 28 ANJ | 45 POPAI Brasil |
| 12 ABMN | 29 APP | 46 SEPEX |
| 13 ABOOH | 30 APRO | 47 SET |
| 14 ABP | 31 CEBDS | 48 SINDEPAT |
| 15 ABRACOM | 32 CENP | 49 SIPATESP |
| 16 ABRADI | 33 Clube de Criação | |
| 17 ABRAL | 34 CNCOM | |