

# 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.

### 1 7 Eventos:

- 04 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
- 24 de Setembro | IA no MKT: TBC
- 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"

## 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

## 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
- 4 GT Compromisso pela Publicidade Responsável para Crianças

## 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](http://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 ABRAL            | 35 CNCOM                    |
| 2 ABDOH     | 19 ABRAMARK         | 36 CONAR                    |
| 3 ABEDESIGN | 20 ABRINQ           | 37 DPDC                     |
| 4 ABEP      | 21 ABRATEL          | 38 FENAERT                  |
| 5 ABERJE    | 22 ABTA             | 39 FENAJORE                 |
| 6 ABERT     | 23 Acaert           | 40 FENAPRO                  |
| 7 ABF       | 24 ACB              | 41 Grupo de Mídia           |
| 8 ABIA      | 25 ACESSA           | 42 IAB                      |
| 9 ABICAB    | 26 Adibra           | 43 Instituto Palavra Aberta |
| 10 ABIHPEC  | 27 AMPRO            | 44 IVC                      |
| 11 ABIR     | 28 ANER             | 45 MMA                      |
| 12 ABMN     | 29 ANJ              | 46 POPAI Brasil             |
| 13 ABOOH    | 30 APP              | 47 SEPEX                    |
| 14 ABP      | 31 APRO             | 48 SET                      |
| 15 ABPI     | 32 CEBDS            | 49 SINDEPAT                 |
| 16 ABRACOM  | 33 CENP             | 50 SIPATESP                 |
| 17 ABRADI   | 34 Clube de Criação |                             |