

1. CREDENCIAIS



Há 66 anos, a **ABA** é a única entidade que representa institucionalmente os anunciantes no Brasil, trabalhando para antecipar no presente os desafios do futuro do marketing



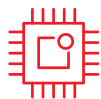
Conecta o Brasil ao ecossistema global por meio da **WFA – World Federation of Advertisers**, onde ocupa assento no Executive Committee desde 2014



Oferece aos associados um ambiente qualificado de **reflexão, diálogo** e **construção coletiva**, promovendo conhecimento, troca de experiências e disseminação de boas práticas

2. UM MARKETING EM TRANSFORMAÇÃO

O marketing atravessa uma transformação profunda, impulsionada por três vetores principais:



TECNOLOGIA

- Inteligência artificial
- Automação e dados
- Digitalização da jornada de consumo



SOCIEDADE

- Consumidores mais informados e exigentes
- Maior demanda por transparência e responsabilidade



CULTURA ORGANIZACIONAL

- Reputação como ativo central das marcas
- Avaliação crescente do impacto social das empresas

Esse cenário redefine como as marcas criam valor, constroem confiança e se relacionam com a sociedade. É nesse contexto que nasce a **Plataforma ABA 2030**.

3. O QUE É A ABA 2030



A **Plataforma ABA 2030** tem como objetivos:

- Apresentar a visão de futuro da **ABA**, posicionando a entidade no centro das discussões estratégicas do setor
- Seguir atuando como articuladora de um ecossistema publicitário mais justo, inovador e preparado para o futuro
- Conduzir e incentivar iniciativas relacionadas a:
 - ✓ *diversidade, equidade e inclusão (DE&I)*;
 - ✓ *práticas de ESG*
- Disseminar boas práticas e alertar o mercado para riscos como:
 - ✓ *greenwashing*;
 - ✓ *desinformação*;
 - ✓ *uso inadequado da comunicação digital*
- Contribuir para:
 - ✓ *a integridade da comunicação*;
 - ✓ *o combate a fake news e conteúdos nocivos*;
 - ✓ *a promoção de ambientes digitais mais seguros*
- Estimular boas práticas em:
 - ✓ *marketing de influência*;
 - ✓ *comunicação responsável em novos setores, como, por exemplo, apostas on-line*
- Defender princípios fundamentais do setor:
 - ✓ *liberdade de expressão*;
 - ✓ *autorregulamentação*;
 - ✓ *marketing responsável*
- Mobilizar o marketing como força de transformação dos negócios e da sociedade



A **Plataforma ABA 2030** é o marco estratégico da atuação da entidade para a próxima década.

Ela consolida:

- A reflexão sobre os grandes temas que impactam os anunciantes e o mercado de comunicação e marketing em geral

- A liderança da **ABA** na promoção do marketing responsável
- A defesa permanente da autorregulamentação e da liberdade de expressão

Seu objetivo é fortalecer ainda mais a atuação institucional da **ABA** na construção de um ecossistema de comunicação mais ético, inovador e sustentável.

4. OS 3 PILARES DA ABA 2030

A Plataforma se estrutura em três frentes complementares:



ABA Radar

Monitoramento contínuo de novas tendências e temas emergentes que impactam os anunciantes.

- Exemplos:**
- apostas on-line
 - biotecnologia
 - criptomoedas
 - greenwashing



ABA Impacto

Fortalecimento dos posicionamentos institucionais da entidade em temas estratégicos.

- Exemplos:**
- fake news
 - marketing de influência
 - integridade da comunicação



ABA Presente

Ampliação da presença ativa da **ABA** no debate público e no mercado, por meio de iniciativas, eventos e produção de conhecimento.

5. PRINCIPAIS ENTREGAS



- A **Plataforma ABA 2030** se materializa em diferentes formatos de conteúdo e mobilização:
 - ✓ *Guias de boas práticas;*
 - ✓ *Papers e artigos técnicos;*
 - ✓ *Webinars e eventos;*

- ✓ *Painéis e debates com especialistas;*
- ✓ *Livros, infográficos e one pages;*
- ✓ *Posicionamentos institucionais na sua atuação de relações governamentais e em manifestações públicas*

- Os temas abordam, entre outros:
- reputação e confiança das marcas
 - inteligência artificial no marketing
 - privacidade e proteção de dados
 - brand safety e combate à desinformação
 - marketing de influência
 - integração de ESG à estratégia de negócios

6. TEMAS ESTRATÉGICOS ATÉ 2030

A agenda prioritária da Plataforma inclui:



Relações de consumo



ESG e Greenwashing



Influenciadores digitais



Biotecnologia



Diversidade, equidade e inclusão (DE&I)



Fake news e desinformação



Retail media



Cannabis



Privacidade e proteção de dados



Inteligência Artificial (IA)



Apostas on-line



Criptomoedas

7. CONCLUSÃO

A **ABA** atua para antecipar o futuro do marketing no Brasil.

- ✓ Afinal, desde 2020, seu slogan é: **o futuro passa por aqui!**

Acesse o **QR Code** e conheça mais detalhes.



2030: O futuro passa por aqui.