

ANUÁRIO  
2024  
aboooh

ANUÁRIO  
2024  
aboooh

# Visão do Presidente

**I**niciamos o ano de 2024 com grandes expectativas de crescimento, apostando em um **futuro promissor tanto no Brasil quanto no cenário global**. Com um olhar direcionado para a programática e estratégias voltadas a novos setores, **nos preparamos para abraçar as transformações que o mercado exige**.

Com a chegada de uma nova diretoria, trouxemos também **novas perspectivas para a ABOOH e para o mercado como um todo**. Foi um período marcado pela concretização de ideias inovadoras e pela implementação de iniciativas importantes que fortaleceram nosso segmento, **entregando resultados concretos ao mercado publicitário**.

O otimismo do nosso meio é evidente, **crecemos 40% em investimento já no primeiro semestre de 2024** em comparação com o mesmo período de 2023, **chegando a 11% de share**, esses números refletem a força do nosso setor e demonstram que estamos em um **momento de expansão**.

Dividi minha atenção entre os projetos da minha empresa e o trabalho diário na ABOOH, e me sinto reconfortado ao observar o progresso que alcançamos ao longo deste ano, em destaque os pilares de Educação, Relações Governamentais, disseminação da Programática, aproximação com as demais associações do mercado publicitário, além de atuações internacionais, **na busca incessante de melhorias para o nosso setor**.

Agora, a poucos passos de 2025, levamos as conquistas e aprendizados de 2024 como base para alcançar novas metas e desafios. Buscamos não apenas fortalecer nossa presença no mercado, mas também explorar com criatividade novos espaços no bolo publicitário.

**Estamos cada vez mais posicionados como um meio relevante e inovador, determinados a continuar evoluindo e consolidando nosso propósito para o futuro.**

**Felipe Viante**  
Presidente da ABOOH



## Homenagem

**Um ano produtivo é aquele em que reuniões são realizadas, projetos estão em dia e metas são alcançadas.**

Tudo isso só foi possível graças a um time ativo, comprometido e dedicado às suas tarefas na ABOOH.

Todas as decisões tomadas foram pautadas em consenso e centradas nos objetivos traçados no início do ano. Chegamos ao final de 2024 com a certeza de que contribuímos significativamente para o avanço do nosso setor, consolidando ainda mais a nossa história.

Cumprimos nosso calendário de forma exemplar, com reuniões ordinárias, extraordinárias com o Conselho além das inúmeras ligações e trocas de mensagens. Quero expressar minha gratidão pela dedicação e pelo apoio de cada um de vocês que tornaram isso possível: **Ana Célia Biondi, Alexandre Guerrero, Felipe Forjaz, Rodrigo Kallas e Daniel Simões**.

Com a diretoria não foi diferente, realizamos reuniões presenciais e online, almoços de trabalho sempre aliados ao nosso dia a dia. A escolha desse time para a missão era uma certeza de disposição e vontade de fazer a diferença. Ao olhar para tudo o que construímos juntos este ano, posso afirmar que deixamos um legado que ficará na história.

Meu sincero agradecimento a **Allan Monteiro, Ana Célia Biondi, Conrado Kallas, Lucio Medina, Lucio Schneider e Yuri Berezovoy**, pelo foco, dedicação e pelos conteúdos valiosos que ajudaram a moldar o trabalho da ABOOH neste ano.

Por último, e certamente não menos importante, nosso agradecimento mais especial vai para **Andréa Weiss**, nossa dedicada Diretora Executiva. Sua incansável dedicação tem sido um pilar fundamental para nossa associação, trazendo não apenas relevância, mas também a agilidade necessária para impulsionar inúmeros projetos que fortalecem o nosso setor. Obrigado por sua visão, comprometimento e por fazer a diferença todos os dias!



# Inovação e Disrupção

A tecnologia, como nossa grande aliada, continua a impulsionar o setor Out of Home (OOH) para novos patamares, proporcionando um reposicionamento estratégico que tem transformado profundamente o meio. **Nos últimos três anos, evoluímos de maneira impressionante**, indo além da introdução de novos formatos e da automação na compra de espaços publicitários. Trouxemos mudanças significativas para o modelo de negócio, consolidando um futuro disruptivo para o OOH.

**Estamos vivendo uma nova era para um meio que nasceu tradicional**, mas que se reinventa sem perder suas características essenciais: impacto, alcance, regionalização e uma série de variáveis únicas que definem o OOH. Seguimos unidos, com os mesmos objetivos e caminhando na mesma direção, não como concorrentes, mas como um setor empenhado em conquistar territórios antes inimagináveis.

**Este ano foi repleto de conquistas.** Nossa delegação esteve em Hong Kong e Shenzhen, realizando nove visitas técnicas a empresas chinesas, acumulando aprendizado e participando de dois dias intensos no Congresso da WOO. Também vivemos momentos culturais únicos, incluindo algumas surpresas com pratos pouco familiares (rsrs).

**Firmamos parcerias brilhantes e inovadoras** com outros setores, como a inclusão do prêmio de OOH no Festival de Gramado e a introdução do meio no Agronegócio Brasileiro, criando oportunidades para que nossos associados levassem seus inventários a campanhas inéditas. Além disso, fomos convidados pelo IAB para webinars e para o principal evento do setor, o Adtech Branding 2024. Neste evento, apresentamos pela primeira vez a engrenagem completa da programática, destacando cada etapa: a venda programática do exibidor (helloo), as plataformas SSP (Hivestack) e DSP (Gama), e os resultados impressionantes de 40 dias de campanha, com o testemunho da Hyundai.

Seguimos desbravando novas fronteiras, com muitas conquistas pela frente **e com a certeza de que a inovação e a disrupção são os alicerces que continuarão a mover o nosso setor.**

[ INOVAÇÃO E DISRUPÇÃO ]



## ABOOH como referência nacional e internacional

Em 2024, **consolidamos ainda mais nosso papel como referência no mercado Out of Home (OOH)**, tanto nacional quanto internacionalmente. Este foi um ano extremamente produtivo no que diz respeito à produção e compartilhamento de conteúdos, bem como à nossa participação em eventos estratégicos para o setor no Brasil e no exterior. >



No cenário nacional, fomos destaque em importantes veículos de comunicação, abordando temas relevantes para o mercado. Entre as principais publicações estão:

### Propmark

(Julho, Nº 3000):

"Uma história que aprendemos fora de casa".

### Propmark

(Julho, Nº 3002):

"Mercado do OOH no Brasil experimenta crescimento significativo".

### Propmark

(Agosto, Nº 3006):

"Executivos do OOH exaltam a evolução do setor na última década".

### Propmark

(Maio, Nº 2993):

"Mídia OOH garante visibilidade de marcas que patrocinam os espaços das cidades".

### M&M (Junho, Nº 2114):

"Avanço rápido nas ruas e lento na integração".

Internacionalmente, a ABOOH marcou presença no **Congresso da WOO (World Out Of Home Organization)**, onde apresentamos as principais iniciativas realizadas ao longo do ano no Brasil. Além disso, realizamos visitas técnicas em empresas do setor, destacando-se como momentos ricos de aprendizado, troca de conhecimento e networking com players globais.



As fotos da nossa delegação no Congresso WOO 2024 e das visitas técnicas às empresas chinesas **ilustram um ano de muitas conquistas e avanços para o setor**. Este esforço conjunto reforça nosso compromisso em representar e impulsionar o mercado OOH de forma abrangente e estratégica.

# Comitês: Avanços e Estruturação

Em 2024, a ABOOH consolidou sua atuação estratégica com a reestruturação do **Comitê de Relações Governamentais (RELGOV)**. Com um planejamento bem definido, intensificamos nossa presença junto a parlamentares municipais, estaduais e federais, demonstrando a relevância e especificidade do meio OOH. Nosso trabalho constante, com diálogo direto e esclarecedor, fortaleceu nosso relacionamento com o poder público.

Atualmente, monitoramos de forma proativa as 15 principais cidades do Brasil, acompanhando semanalmente propostas legislativas e projetos de lei que possam impactar o setor de OOH. Essa vigilância contínua é uma conquista significativa, permitindo que o segmento responda com agilidade e consistência, sempre buscando soluções positivas e alinhadas às necessidades do mercado.

## Avanços Estratégicos:

No passado, as ações eram pontuais e reativas, mas hoje estamos estruturados para agir estrategicamente. Cada nova meta representa um passo sólido na construção de uma base mais forte e preparada para o setor.

## Expansão para Novos Comitês:

O trabalho realizado pelo RELGOV impulsionou a criação de outros três comitês importantes:

### Comitê ISS

Após a identificação de uma norma no Distrito Federal que determinava a incidência de ICMS na mídia exterior, a ABOOH agiu rapidamente. Foram realizadas reuniões com a Secretaria de Economia e, posteriormente, com a Secretaria de Governo, resultando na revogação da norma inconstitucional. Garantimos, assim, a manutenção do ISS como o tributo aplicável.

### Comitê Reforma Tributária

Focado em antecipar os impactos das mudanças tributárias no setor e atuar de forma consultiva e representativa.

### Comitê de Painéis Luminosos

Direcionado para as regulamentações e aprimoramento técnico de painéis digitais e luminosos no Brasil.

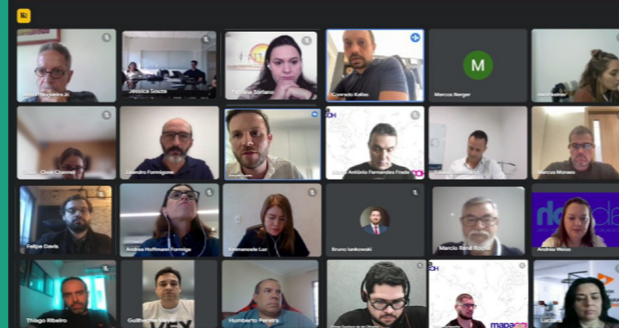
Em 2024, os comitês da ABOOH reforçaram seu papel estratégico na defesa e desenvolvimento do setor de Out of Home. Com lideranças dedicadas e apoio especializado, alcançamos avanços significativos em frentes tributárias, regulatórias e de fiscalização.

## [ COMITÊ DE REFORMA TRIBUTÁRIA ]

Em uma conquista notável, conseguimos incluir no texto da reforma tributária, com o apoio do Senador Izalci Lucas, um dispositivo sobre o local de cobrança e destinatário de tributos no setor. Agora, aguardamos a votação pelo órgão responsável, com otimismo de que essa redação trará benefícios diretos para o OOH.

## [ COMITÊ DE PAINÉIS LUMINOSOS ]

Unindo esforços das três principais entidades do setor, trabalhamos no desenvolvimento de um Projeto de Lei (PL) que aborda tanto a defesa quanto a regulação da utilização de painéis luminosos. O diálogo com relatores dos PLs foi estratégico para apresentar nossas argumentações e avançar no entendimento das necessidades e possibilidades do meio.



## [ COMITÊ DE MÉTRICAS ]

Focado na unificação dos padrões de mercado, este comitê trabalha na criação de uma cartilha de métricas baseada em normas internacionais, como MRC, IAB e World Out of Home Organization. O objetivo é modernizar e integrar os processos de mensuração no OOH, garantindo clareza e interoperabilidade para todos os players.

**Liderança:** Yuri Berezovoy (RZK Digital)



## [ COMITÊ DE FISCALIZAÇÃO ]

Com uma abrangência nacional, o Comitê de Fiscalização atua para garantir que as mídias do OOH operem dentro das legislações locais e nacionais. Em 2024, entrevistamos em mais de 20 solicitações relacionadas a painéis ou locais irregulares, somente no segundo semestre. Este acompanhamento reforça nosso compromisso em auxiliar o mercado publicitário a seguir corretamente as normas e evitar problemas legais.

**Liderança:** Conrado Kallas (Kallas Mídia OOH)

**Apoio:** Andréa Hoffmann do Escritório de Relações Governamentais da ABOOH



## [ COMITÊ NOVO PADRÃO DE PI ]

Reconhecendo a necessidade de evolução do setor, este comitê desenvolveu um documento que atende às diversas demandas do OOH, incorporando formatos variados, DOOH, compra programática e a nova possibilidade de compra em % do checking. A implementação do novo padrão está prevista para 2025.

**Liderança:** Yuri Berezovoy (RZK) e Boaventura Jr. (Galeria)

**Apoio:** Joventino e a ferramenta JOVE



## [ COMITÊ DE EDUCAÇÃO ]

Com o lema "Aprender é para todo mundo", este comitê visa capacitar profissionais e despertar o interesse por um setor em constante evolução. Após o sucesso da primeira edição do curso "Formação em Mídia OOH", novos conteúdos serão desenvolvidos para qualificar ainda mais o mercado.

**Liderança:** Lúcio Medina (Altermark)



## [ GT APOSTAS DE JOGOS ESPORTIVOS ]

Este grupo de trabalho estabelece diretrizes para comunicação, publicidade e marketing no segmento de apostas esportivas, garantindo conformidade com as leis nº 13.756/2018 e nº 14.790/2023. Atuamos diretamente na construção das regulamentações, assegurando um mercado ético e responsável.

**Liderança:** Eduardo Vannucci (JCDecaux)



Com a dedicação desses comitês, seguimos avançando em prol de um mercado mais **robusto, regulamentado e preparado para os desafios do futuro.**

## CONHECIMENTOS E CONTEÚDOS:

# Capacitando o Mercado de OOH

Em 2024, a ABOOH reafirmou seu compromisso em **proporcionar conhecimento de ponta e capacitação** ao mercado de Out of Home. Este ano foi marcado por iniciativas que vão além do habitual, oferecendo um leque ainda mais rico de conteúdos, cursos e eventos para profissionais do setor.

### Destaques do Ano

#### Curso de Qualificação Profissional

Uma proposta inédita que trouxe conhecimento aprofundado, formação e uma nova perspectiva sobre temas essenciais no dia a dia do OOH.



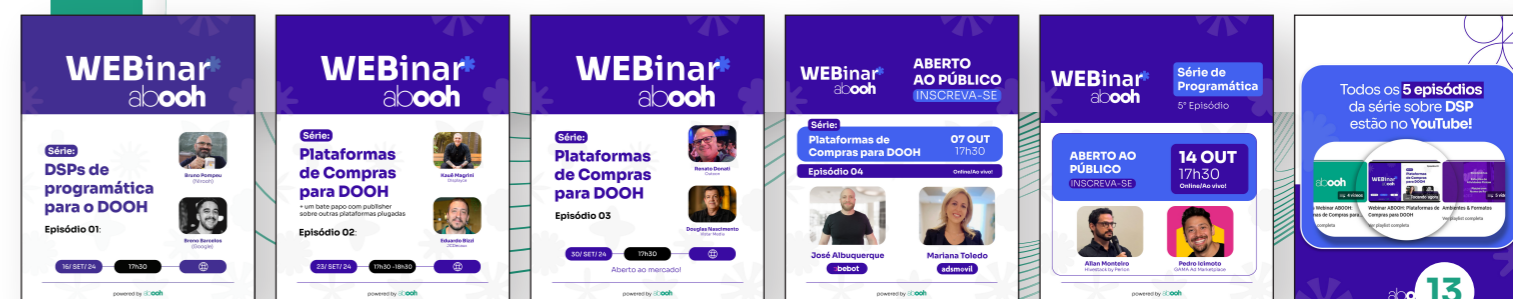
#### Webinars e Mesas Redondas

Mantivemos nossos tradicionais formatos, inovando com webinars híbridos – presenciais em São Paulo e transmitidos ao vivo para todo o Brasil, proporcionando acesso mais ágil e abrangente.



#### Série Especial sobre Programática

Uma abordagem aprofundada sobre programática, explicando e desmistificando seu impacto no mercado. ✓



# WEBINARS 2024

aboooh

**28 de Fevereiro**

Visão Estratégica das Agências de OOH com Daniel Simões.

**8 de Maio**

Maximização de Impacto: Melhores Práticas da Criação à Estratégia de Programática

**Convidados:**

Carolina Paim (Prime Vídeo), André Almeida (RZK), Leonardo Pereira (Action OOH), Mirian Vendramini (Altermark), Luciano (Banco Genial | CMO), Felipe Viante (b.drops | Presidente ABOOH), Danilo Caldeira (Admooh), Marco Munhoz (Adsmovil), Anderson Santos (Bebot), Renato Donati (Outcon) e Felipe Forjaz (Helloo).

**3 de Julho**

Download do Congresso WOO: Aprendizados e novidades do setor na China

**Convidados:**

Felipe Viante (b.drops | Presidente ABOOH), Rodrigo Kallas (Kallas), Daniel Costa (iMobi), Marcelo Medeiros (Kallas) e participação especial de José Ricardo (LIDE China)

**Setembro**

Início da Série Especial sobre Programática com 5 episódios

**Convidados:**

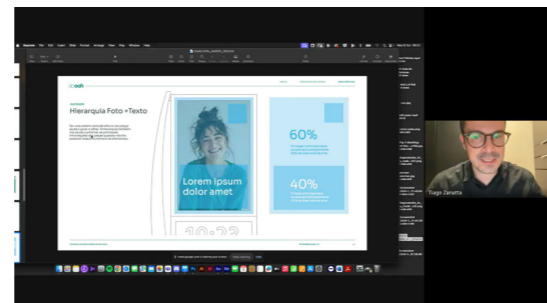
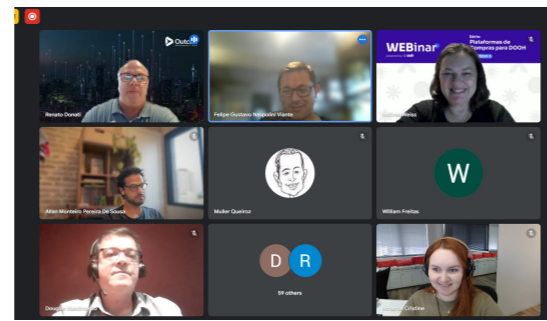
Breno Barcelos (Google DV360), Andréa Orsolon (Taptap), Kauê Magrini (Displayce), Renato Donati (Outcon), Douglas Nascimento (Vistar Media), José Albuquerque (Bebot), Mariana Toledo (Adsmovil), Allan Monteiro (Hivestack) e Pedro Icimoto (GAMA Ad Marketplace).

**9 de Outubro**

A Conexão dos Dados no OOH

**Convidados:**

Tiago Zanatta (Galeria), Silva Freitas (Kantar) e Lucio Medina (Altermark).



# MESAS REDONDAS 2024

aboooh

As Mesas Redondas foram encontros essenciais para conhecer profundamente as soluções que os associados oferecem ao ecossistema de OOH. As edições deste ano aconteceram nas seguintes datas:

**12 de Março**

**Participantes:**

Andrea Arrelaro (QMC), Joaquim Lopes (4yousee), Denis Gaumondie (Quividi), Sarai Alencar (All Unite) e Guilherme Rodrigues (Group Link).

**25 de Abril**

**Participantes:**

Alan Monteiro (Hivestack) e Guilherme Meyer (VEX).

**28 de Maio**

**Participantes:**

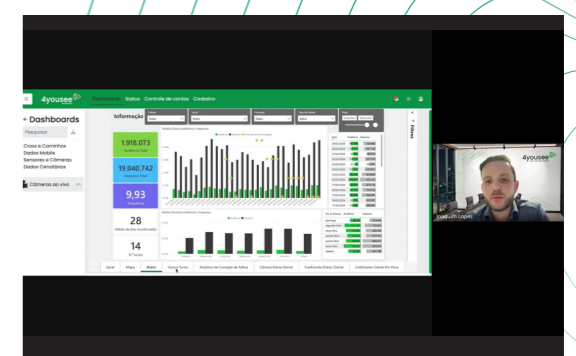
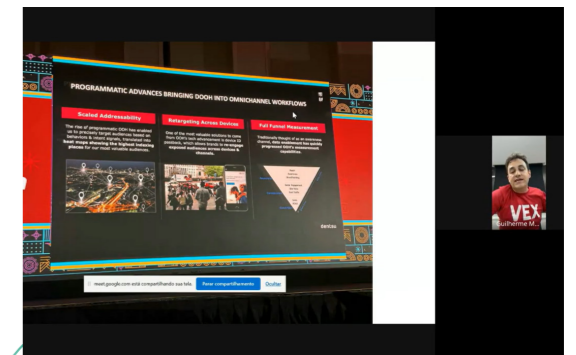
Luciano Guimarães (Acessooh) e Laércio Ferreira (Infooh).

**23 de Outubro**

**Participantes:**

Marco Frade (Mapa OOH) e Kelson Schmitt (Invian).

Cada evento contou com participações de empresas que enriqueceram o debate e apresentaram cases que refletem a inovação e a colaboração no setor.



Com um ano tão **produtivo e inovador**, a ABOOH continua sendo **referência em conhecimento e formação no OOH**, preparando o mercado para os desafios e oportunidades que estão por vir.



# Reunião Geral

As reuniões gerais da ABOOH desempenham um papel essencial na comunicação e no alinhamento das ações da associação.

Elas são oportunidades para compartilhar iniciativas em andamento, colher opiniões valiosas e informar os associados sobre os próximos passos estratégicos.

Encerramos 2024 com seis reuniões realizadas, todas com alta participação dos associados. Cada encontro promoveu discussões relevantes e proporcionou um espaço para fortalecer o diálogo entre os membros do setor.



# Novas Parcerias

2024 foi um ano marcado por importantes colaborações que impulsionaram o setor de OOH. Desde o início, dedicamos nossos esforços para fortalecer e expandir as conexões estratégicas:

- Fevereiro** No Festival de Gramado, introduzimos uma nova categoria dedicada ao OOH, com curadoria e jurados indicados pela ABOOH, destacando a criatividade e inovação do nosso setor.
- Março** Iniciamos uma parceria com a ABAP, apresentando o Faces ABOOH e o curso Formação em Mídia OOH, realizado em colaboração com a ESPM, no evento da nova gestão da associação.
- Abril** Estivemos presentes no Retail Media Show, com o painel "DOOH: Acelerando o Todo do Funil da Jornada de Conversão", reforçando a relevância do DOOH nas estratégias do varejo.
- Junho** Lançamos um curso de qualificação profissional, destacando o potencial do meio OOH e deixando um legado de conhecimento e oportunidades para os profissionais do mercado.
- Julho** Iniciamos uma colaboração com Antonio José, no renomado AJ Podcast, apresentando o Faces ABOOH como protagonista do primeiro projeto.
- Agosto** Passamos a desenvolver um trabalho conjunto com as agências de publicidade de São Paulo, por meio de parcerias com Sinapro e Fenapro.
- Setembro** Participamos do Congresso de Agronegócio no Brasil, em parceria com a ABMRA, incluindo nossa atuação na 22ª Mostra de Comunicação do Agro, com a categoria "Campanhas e Projetos OOH".

Além dessas iniciativas, continuamos firmes na missão de sermos referência no setor, colaborando com parceiros estratégicos como ABA, CENP, Kantar e CONAR.

**Cada novo projeto reforça nosso compromisso com a inovação e o crescimento do OOH no Brasil.**



# Campanhas Sociais

Em 2024, a ABOOH demonstrou o impacto que a comunicação pode ter na mobilização de causas sociais. Participamos ativamente de iniciativas que marcaram o ano, conectando marcas e público em ações de grande relevância:

## Campanha RS em Frente

Respondendo à calamidade das enchentes no Rio Grande do Sul, lançamos um movimento nacional para conscientizar e engajar marcas a permanecerem no Estado, incentivando a população a apoiar a economia local. Criamos 10 filmes de 10 segundos que trouxeram mensagens de positividade e estímulo, destacando a importância de manter as indústrias e o varejo fortes na região.

## Homenagem a Washington Olivetto

Prestamos uma homenagem nacional ao ícone da publicidade brasileira, em parceria com a WMcCann e Paulo Gregoraci, reconhecendo sua contribuição imensurável ao mercado.

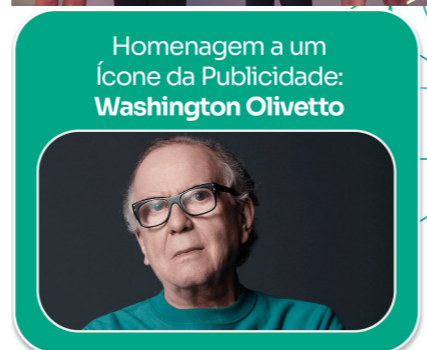
## Campanha para Reabilitação de PCD

Promovemos uma iniciativa que trouxe visibilidade ao trabalho de uma instituição que reabilita pessoas com deficiência física, ampara famílias e transforma vidas. Nossas telas em todo o Brasil ajudaram a sensibilizar o público e a incentivar doações.

## Amigos do Bem

Encerramos o ano ampliando a campanha de doações para esta importante instituição, que transforma vidas no sertão nordestino com ações de acesso à água, alimentação, educação e capacitação profissional.

Essas campanhas são um exemplo de como o meio OOH pode ir além da publicidade, contribuindo diretamente para causas sociais e humanitárias, **mobilizando o país com mensagens que inspiram e transformam.**



Mais de 1001 ideias tão brilhantes quanto as "palhas de aço" Bombril!



# Comunicação da Associação em 2024

Comunicar-se com os profissionais da indústria requer dinamismo e inovação. Em um cenário onde cada post tem vida útil limitada, nosso trabalho nas redes sociais, em parceria com a Quaddri, é pautado pela busca incessante por relevância e conexão com o público.

**Pensamos em conteúdos estratégicos, cobrimos eventos e realizamos enquetes para manter nosso público sempre engajado.**

Os números falam por si:

[ CONTEÚDO VEICULADO ]

1.977 postagens ao longo do ano (feed + stories), média de 180 por mês.

\*Média Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok e YouTube (01/01/2024 a 26/11/2024).

[ ALCANCE ]

192.042 de alcance, uma média de 17.458 pessoas por mês (100% orgânico).

\*Média Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok e YouTube (01/01/2024 a 26/11/2024).

[ IMPRESSÕES TOTAIS ]

313.706 de impressões totais, uma média de 28.519 por mês.

\*Média Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok e YouTube (01/01/2024 a 26/11/2024).

[ ENGAJAMENTO NO LINKEDIN ]

10.940 interações no ano, com um crescimento de 716,42% em comparação com 2023.

\*Média Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok e YouTube (01/01/2024 a 26/11/2024).

Nosso site segue a mesma sintonia das redes sociais, funcionando como um hub de notícias, eventos e conteúdos que jamais perdem a relevância.

Em cada plataforma, seja LinkedIn, Instagram ou Facebook, buscamos ir além, levando ao mercado publicitário as informações e insights mais atuais, com um tom educacional e estratégico.

**Seguimos conectando, informando e inovando para fortalecer a comunicação no setor.**



EVENTOS

# Agenda ABOOH

Os eventos da ABOOH representam muito mais do que encontros: **são momentos de conexão, troca de conhecimento e fortalecimento do setor.**

Nosso objetivo é promover um ambiente de networking com um clima de união, colaboração e respeito, deixando de lado qualquer ideia de competição.

Ao longo do ano, realizamos:

## 3 Happy Hours:

Reunindo profissionais para conversas informais e trocas enriquecedoras.

## 1 Coquetel:

Celebrando nossas conquistas com elegância e descontração.

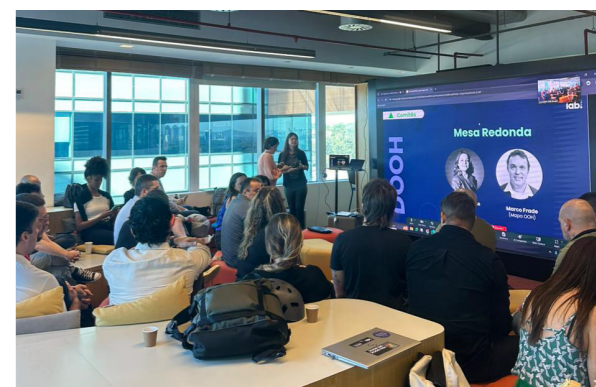
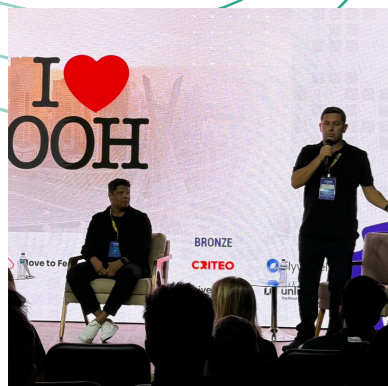
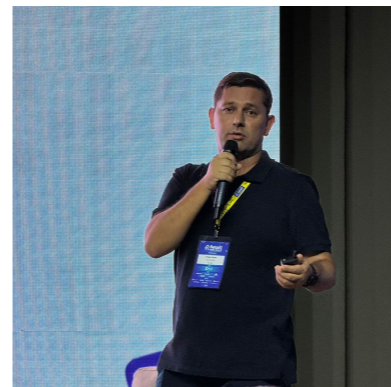
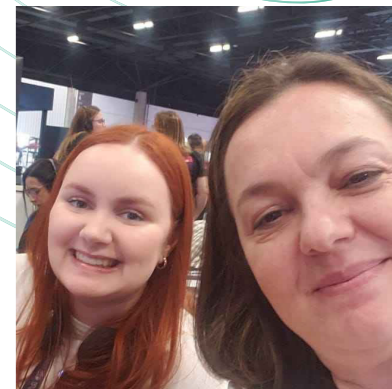
## 1 Almoço de Confraternização:

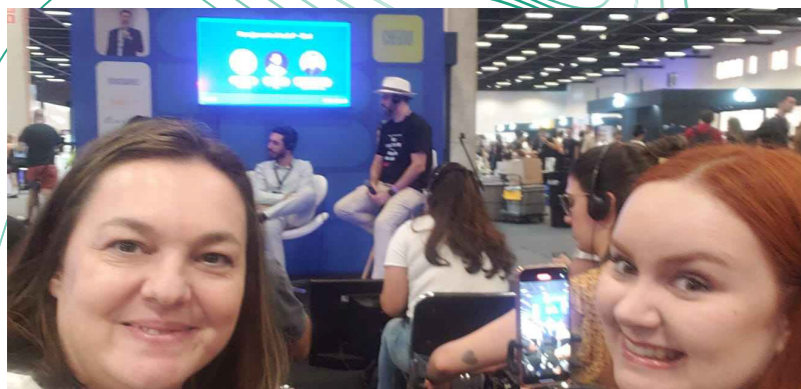
Um momento especial para encerrarmos o ano juntos.

As fotos são um registro do ambiente acolhedor e dinâmico desses encontros, que reforçam o espírito de comunidade e inovação da ABOOH.

**Mais do que eventos, são oportunidades de construir relacionamentos que movem o mercado.**







# ASSOCIADOS



2024

# Associados

O ano de 2024 foi marcado por novas conquistas e um crescimento significativo no interesse pelo nosso ecossistema.

Falamos com uma ampla variedade de empresas ao longo do ano, fortalecendo nosso compromisso com o desenvolvimento do mercado de OOH.

Nosso ecossistema reflete a força do setor, que vem se consolidando como um dos principais pilares da publicidade no Brasil.

**A cada nova parceria, reforçamos nossa posição como referência e impulsionamos o crescimento do OOH.**



## Agradecimento

Este anuário reflete um pouco do nosso dia a dia, mas ele só é possível graças a você. Você que liga para compartilhar ideias, que reserva um momento para um café, que confia na ABOOH como aliada para fortalecer e criar oportunidades para o segmento OOH.

Agradecemos por cada participação em nossas atividades, seja online ou presencial, trazendo sua visão, desafios e conquistas. É essa troca que nos impulsiona a traçar novas rotas e alcançar novos patamares juntos.

Ao final de mais um ano, brindamos a tudo que passamos e desejamos que o próximo ano seja igual ou ainda melhor do que este que vivemos. Desejamos que metas sejam alcançadas, que vitórias sejam celebradas, que desafios sejam superados e que 2025 venha cheio de novas conquistas e muita prosperidade.

**Felicidades a todos!**  
ABOOH

