

Condizioni generali di partecipazione agli IAB MIXX AWARDS 2026

IAB MIXX AWARDS è uno dei più importanti eventi dedicati a riconoscere e celebrare l'eccellenza nella pubblicità digitale su vari formati e piattaforme.

Seleziona aziende, agenzie e campagne che dimostrino di unire creatività, innovazione ed efficacia eccezionali.

Ogni azienda potrà partecipare con una o più campagne in determinate categorie; ogni categoria potrà potenzialmente aggiudicarsi il premio Bronzo, Argento o Oro.

Per entrare in shortlist, le campagne che sono state selezionate dalla giuria (“**Giuria**”) devono ottenere un punteggio minimo di 7 (su una scala da 1 a 10); raggiunto il punteggio, sarà comunque la Giuria a valutare la possibilità di premiazione.

I vincitori del premio Oro potranno concorrere al **Grand Prix**, che rappresenta il massimo riconoscimento nel marketing digitale italiano dell'anno; la campagna selezionata dal Grand Prix avrà diritto a concorrere ai MIXX Awards Europe 2027 nella categoria, o in quella più affine a quella, in cui la campagna è stata presentata.

Requisito fondamentale per partecipare ai MIXX Awards Europe 2027 è che la campagna dovrà riportare i sottotitoli in inglese o essere in lingua inglese, l'integrazione potrà comunque essere apportata in un secondo momento.

1. Eleggibilità

Le iscrizioni sono aperte a tutte le campagne digitali di comunicazione che hanno avuto svolgimento in Italia nel periodo tra dicembre 2025 e novembre 2026.

Non è necessario essere socio IAB Italia per iscrivere i lavori e partecipare agli Awards.

2. Trasparenza e Correttezza

IAB Italia premia e incoraggia l'eccellenza creativa quanto la deontologia professionale, e considera pertanto scorretto non solo il plagio, ma anche tutte le pratiche di alterazione che portano a una differenza sostanziale tra il lavoro iscritto agli Awards e quello effettivamente realizzato (a puro titolo di esempio: il rimontaggio di uno spot, l'alterazione di una headline, di un payoff, etc.) La rispondenza tra quanto iscritto e quanto pubblicato potrà essere verificata, da quando si chiudono le iscrizioni e fino alla data di assegnazione dei premi compresa, attraverso la richiesta di giustificativi, fatture o quanto altro sia ritenuto necessario per convalidare la selezione o il premio. In caso di mancata presentazione del materiale richiesto o di accertamento di irregolarità, i lavori saranno esclusi e le relative quote non saranno restituite.

3. Costi di iscrizione

L'iscrizione all'iniziativa comporta i costi di seguito elencati; mentre la partecipazione ai MIXX Awards Europe 2027, da parte della campagna selezionata dal Grand Prix, è a cura di IAB Italia.

- **Tariffa Early Bird (entro il 13.11.2026):**

€650 (IVA esclusa) per l'iscrizione di una campagna in una categoria;

- **Tariffa standard (dal 14.11.2026 al 27.11.2026):**

€1.000 (IVA esclusa) per l'iscrizione di una campagna in una categoria;

- **Sconto per categoria aggiuntiva**

Sconto del 10% per ogni categoria aggiuntiva (non cumulabile);

- **Sconto soci IAB ITALIA**

I soci IAB Italia hanno diritto al 20% sulla tariffa in vigore al momento dell'iscrizione della campagna;

4. Scadenze

- **Scadenza Early Bird:** 13 novembre 2026
- **Scadenza regolare:** 27 novembre 2026
- **Scadenza caricamento materiali:** 27 novembre 2026

Le iscrizioni devono essere inviate online tramite il seguente link.

[Modulo di iscrizione Eventora](#)

Il pagamento avverrà tramite piattaforma con carta di credito.

5. Categorie e criteri di valutazione

Ogni campagna verrà valutata in base a 3 criteri: strategia, creatività e risultati. Per ogni criterio il giurato assegnerà un voto da 1 a 10. Ogni criterio ha un peso del 33,3%.

Qualora una campagna venisse iscritta in più categorie, la motivazione della candidatura deve essere pertinente alla categoria di riferimento.

- **BRAND INTEGRATED CAMPAIGN**

Premia le campagne che hanno saputo orchestrare in modo sinergico il media mix, TV, radio, stampa, digital, social, outdoor, eventi e oltre, per costruire e rafforzare l'identità del brand nel tempo. La categoria valorizza la capacità di mantenere un messaggio

coerente e riconoscibile attraverso touchpoint diversi, massimizzando la portata e l'impatto complessivo della comunicazione.

- **CAMPAGNE DI DIRECT RESPONSE / LEAD GENERATION**

Premia le campagne digitali progettate per generare risultati concreti e misurabili - lead, vendite, conversioni o interazioni dirette - grazie a un uso intelligente e mirato degli strumenti digitali. La categoria valorizza la capacità di combinare creatività e performance, sfruttando targeting, automazione, landing page, form e call-to-action efficaci per trasformare l'attenzione del pubblico in azioni tangibili e in un ritorno misurabile sull'investimento.

- **USO EFFICACE DEL VIDEO ADVERTISING**

Premia le campagne che hanno sfruttato al meglio il formato video su YouTube, social, programmatic, OTT, CTV e altri canali per catturare l'attenzione, emozionare e intrattenere il pubblico. La categoria valorizza la capacità di costruire storie visive capaci di lasciare un segno, combinando creatività e distribuzione strategica per massimizzare coinvolgimento e impatto sul brand.

- **USO EFFICACE DEI SOCIAL MEDIA**

Premia le campagne che hanno sfruttato al meglio le piattaforme social per creare connessioni autentiche, stimolare interazioni significative e costruire una community attiva attorno al brand. La categoria valorizza la capacità di tradurre una strategia social in risultati concreti, combinando creatività, ascolto del pubblico e uso intelligente dei formati e delle dinamiche proprie di ciascuna piattaforma.

- **BRAND PURPOSE / ESG / CSR**

Premia le campagne in cui un brand ha saputo comunicare in modo autentico e credibile il proprio impegno su temi ambientali, sociali e di governance, andando oltre il prodotto per costruire un dialogo significativo con i propri pubblici. La categoria valorizza la capacità di tradurre valori e responsabilità d'impresa in narrazioni capaci di rafforzare la reputazione del brand e generare un impatto positivo, misurabile tanto sulla percezione del pubblico quanto sui risultati di business.

- **BRANDED CONTENT**

Premia le campagne che hanno saputo creare contenuti originali di valore - video, articoli, podcast, mini-serie, infografiche e altri formati - capaci di intrattenere, informare o ispirare il pubblico in modo autentico. La categoria valorizza la capacità di costruire narrazioni coinvolgenti che vadano oltre il messaggio pubblicitario, rafforzando il legame emotivo tra brand e consumatore e generando un impatto misurabile sulla brand awareness e sul coinvolgimento.

- **CAMPAGNE NATIVE SUI SOCIAL**

Premia le campagne pubblicitarie che si integrano in modo naturale e autentico all'interno dei feed e dei formati propri di ciascuna piattaforma social - da Meta a TikTok, da LinkedIn a YouTube e oltre - rispettandone il linguaggio, le dinamiche e le abitudini degli utenti. La categoria valorizza la capacità di creare contenuti generando coinvolgimento reale, conversazioni e risultati di business misurabili.

- **CAMPAGNE IN-GAMING**

Premia le campagne che hanno saputo integrare brand e messaggi pubblicitari all'interno di ambienti di gioco - videogiochi, piattaforme di gaming, esports e spazi virtuali - in modo rilevante e non intrusivo. La categoria valorizza la capacità di raggiungere community di giocatori altamente coinvolte, sfruttando i formati nativi del gaming: inserzioni in-game, branded content, sponsorship di tornei, oggetti virtuali e esperienze interattive, con un impatto misurabile sulla brand awareness e sul coinvolgimento del pubblico.

- **CREATOR E INFLUENCER MARKETING**

Campagna con creator/influencer che ottiene il massimo coinvolgimento e raggiunge gli obiettivi del brand: premia le campagne che hanno saputo sfruttare la collaborazione con creator/influencer per creare contenuti autentici e coinvolgenti, capaci di generare risultati concreti per il brand, come aumentare la brand awareness, stimolare l'engagement, influenzare le decisioni d'acquisto e rafforzare l'immagine e i valori del brand.

- **DIGITAL AUDIO ADVERTISING**

Premia le campagne che hanno sfruttato al meglio i canali audio digitali - podcast, streaming musicale, radio digitale - per creare messaggi pubblicitari coinvolgenti ed efficaci. La categoria valorizza la capacità di comunicare attraverso il suono in modo rilevante e contestuale, raggiungendo il pubblico in momenti di ascolto attivo e generando un impatto misurabile su obiettivi di branding o di vendita.

- **DIGITAL OOH ADVERTISING**

Premia le campagne che hanno sfruttato i mezzi Out-Of-Home digitali - schermi digitali, cartelloni interattivi, display in punti strategici - per creare esperienze pubblicitarie capaci di catturare l'attenzione e coinvolgere il pubblico nella vita reale. La categoria valorizza la capacità di integrare creatività, contestualità e tecnologia per trasformare ogni spazio urbano in un punto di contatto memorabile e ad alto impatto tra brand e consumatore.

- **EFFICACIA DELLA CAMPAGNA**

Premia le campagne che hanno raggiunto — o superato — gli obiettivi prefissati, dimostrando un impatto concreto e misurabile sulla percezione del brand o sui risultati di vendita. La categoria valorizza non solo la qualità creativa, ma soprattutto la capacità della campagna di tradursi in risultati reali: la bontà di una strategia si misura da quanto ha effettivamente funzionato.

- **IMPATTO SOCIALE, NO-PROFIT & NGO**

Premia le campagne realizzate da organizzazioni no-profit, NGO o promosse da brand in supporto di cause sociali, umanitarie o ambientali, capaci di generare un impatto concreto e misurabile sulla società. La categoria valorizza la capacità di comunicare messaggi di utilità pubblica in modo efficace e coinvolgente, mobilitando persone, risorse e attenzione attorno a temi rilevanti per la collettività.

- **RETAIL & COMMERCE MEDIA (shoppable experience)**

Premia le campagne che sfruttano in modo efficace gli spazi pubblicitari all'interno di piattaforme retail e di e-commerce (marketplace, siti di supermercati online, app di negozi, canali offline e siti terzi) per creare esperienze d'acquisto fluide e coinvolgenti. La categoria valorizza l'uso strategico dei dati di prima parte dei retailer per raggiungere i consumatori nei momenti più rilevanti del loro percorso d'acquisto, trasformando ogni touchpoint in un'opportunità shoppable con impatto misurabile sulle vendite e sul coinvolgimento.

- **USO EFFICACE DEI DATI**

Premia le campagne che hanno saputo sfruttare i dati in modo innovativo e strategico per migliorare l'efficacia dell'iniziativa. La categoria valorizza l'uso dei dati non solo per ottimizzare il targeting, ma anche per arricchire l'esperienza del consumatore, personalizzare la comunicazione e guidare decisioni capaci di generare un impatto concreto e misurabile sugli obiettivi di business.

- **USO EFFICACE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DELLE NUOVE TECNOLOGIE**

Premia le campagne che hanno integrato Intelligenza Artificiale e innovazioni tecnologiche - AR, VR, Blockchain, Metaverso, IoT - per creare esperienze interattive e trasformative tra brand e pubblico. La categoria valorizza l'uso strategico di questi strumenti in tutte le fasi della relazione con i consumatori: dal targeting e il programmatic, alla generazione di contenuti, fino a momenti di interazione memorabili, con un impatto misurabile sull'esperienza utente e sui risultati di business.

6. Composizione Giuria

IAB Italia è chiamata a scegliere la Giuria e il presidente di Giuria; è loro compito garantire qualità e correttezza del giudizio in merito ai lavori iscritti agli Awards.

La Giuria si riserva in ogni caso il diritto di non assegnare tutti i premi qualora i lavori iscritti non siano ritenuti all'altezza degli alti standard promossi da IAB Italia, questa decisione dovrà comunque essere motivata in modo chiaro dal presidente di Giuria.

In nessun caso si può votare il lavoro proprio o quello della propria agenzia. Nel caso in cui venisse discusso un lavoro della propria agenzia o di cui si è autori o co-autori, va comunicato al Presidente di Giuria e il giurato dovrà astenersi dal voto.

7. Processo di valutazione

1. I giurati votano attraverso la piattaforma e assegnano un punteggio da 1 a 10 per ciascun criterio (strategia, creatività, risultati)
2. Le campagne che hanno ottenuto un voto superiore al 7 concorrono alla composizione della shortlist
3. I giurati si riuniscono per convalidare le campagne selezionate e determinare il podio (Oro, Argento e Bronzo)
4. I giurati si riuniscono per votare il GRAND PRIX tra tutte le campagne a cui è stato assegnato l'Oro

7.a Assegnazione dei premi

- **Premio Oro:** assegnato alla campagna con **il punteggio più alto** e una valutazione **superiore a 7**, previo confronto durante la riunione dei giurati
- **Premio Argento:** assegnato alla seconda campagna classificata con punteggio **superiore a 7**, previo confronto durante la riunione dei giurati
- **Premio Bronzo:** assegnato alla terza campagna classificata con punteggio **superiore a 7**, previo confronto durante la riunione dei giurati

7.b. Selezione del GRAND PRIX

I giurati si riuniranno per decretare il GRAND PRIX, scelto tra i vincitori dell'Oro.

La campagna selezionata dal GRAND PRIX avrà diritto a concorrere ai MIXX Awards Europe 2027 nella categoria in cui la campagna è stata presentata.

7.c. Modalità di giudizio

- La valutazione avverrà con una votazione individuale tramite piattaforma e un incontro in presenza per l'assegnazione dei premi e del GRAND PRIX.
- I giurati potranno richiedere **ulteriori informazioni** prima della sessione di valutazione. I partecipanti dovranno rispondere tempestivamente per garantire lo svolgimento regolare del processo.

8. Proclamazione e consegna premi

La proclamazione dei risultati e la consegna dei premi ai vincitori avverranno nel corso della cerimonia IAB MIXX AWARDS che si terrà a inizio 2027. I lavori che si aggiudicano i premi e il GRAND PRIX riceveranno un trofeo.

È possibile richiedere a proprie spese la duplica del trofeo entro 15 giorni dal giorno della cerimonia.

9. Requisiti di partecipazione e specifiche tecniche

Per i requisiti completi, consultare i moduli di iscrizione online:

[Modulo iscrizione Eventora](#)

I partecipanti sono tenuti a:

- Fornire un **riassunto della campagna**
- Descrivere **come la campagna soddisfa i criteri** (strategia, creatività, risultati) per ogni categoria in cui è candidata
- **Fornire materiali a supporto della propria candidatura (video, screenshot social, dati rilevanti, DOOH, ecc...).** In caso vengano forniti video di supporto, gli stessi dovranno durare massimo 3 minuti ed essere caricati su YouTube con visibilità non in elenco

10. Trattamento e pubblicazione dei progetti

Presentando la candidatura, si **conferma di aver ottenuto tutte le autorizzazioni necessarie** da tutte le parti coinvolte, sia per l'invio della candidatura sia per l'utilizzo da parte di IAB Italia dei materiali.

Iscrivendo un progetto a IAB MIXX Awards il candidato acconsente all'utilizzo da parte di IAB Italia dei materiali caricati sull'apposita piattaforma online (testi, video, immagini, ecc.) per i fini di organizzazione, svolgimento e comunicazione del Premio sui siti di proprietà di IAB Italia nell'archivio, newsletter, app, social media, ecc.

Dichiara inoltre che la responsabilità per la pubblicazione del materiale, ancorché accettato e moderato da parte di IAB Italia, è e rimane a suo esclusivo carico.

11. Contatti

Per ulteriori informazioni, contattare:

iabmixx@iab.it

12. Privacy

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento (UE) 2016/679 (di seguito, "**Regolamento**") indichiamo nell'informativa che segue le informazioni relative al trattamento dei dati personali conferiti all'atto dell'iscrizione agli "**IAB MIXX AWARDS**".

Informativa sul trattamento dei dati personali

La presente informativa è resa da **IAB Italia Servizi S.r.l.** (di seguito, "**IAB Italia**" o "**Titolare**"), con sede legale in Piazza G. Grandi, 24 – 20135 Milano, C.F. / P. IVA 05894690964, in qualità di Titolare del trattamento, per illustrare le finalità e le modalità con cui saranno trattati i dati personali forniti per la partecipazione agli "**IAB MIXX AWARDS 2026**" (di seguito, "**Awards**").

Categorie di dati trattati

Il trattamento dei dati personali potrà riguardare dati anagrafici, dati di contatto, nonché le ulteriori informazioni volontariamente comunicate, relative ai partecipanti agli Awards e/o ai loro dipendenti/collaboratori/amministratori (di seguito, "**Interessati**"). Il conferimento dei dati indicati come obbligatori è necessario per consentire la partecipazione agli Awards; in difetto, il Titolare non potrà prendere in considerazione la candidatura.

Finalità e base giuridica del trattamento

I dati personali forniti saranno trattati dal Titolare per le seguenti finalità:

- a) **consentire l'iscrizione e la partecipazione agli Awards, nonché gestire gli adempimenti strettamente connessi**, quali ad esempio l'invio di comunicazioni strettamente attinenti ai medesimi;
- b) **selezionare i vincitori e attribuire i premi**;
- c) **svolgere attività di natura amministrativa, finanziaria e contabile**;
- d) **adempiere ad obblighi previsti dalla legge**, da un regolamento o dalla normativa europea;
- e) **tutelare diritti e interessi del Titolare** in sede giudiziaria e/o stragiudiziale, nonché in sede amministrativa nei casi previsti dalle leggi.

Il trattamento trova base giuridica quanto alla lettera:

- a), b), c) nell'art. 6, comma 1, lett. b) del Regolamento (il trattamento è necessario all'esecuzione di un contratto di cui l'interessato è parte o all'esecuzione di misure

precontrattuali adottate su richiesta dello stesso) e nell'art. 6, comma 1, lett. c) del Regolamento (il trattamento è necessario per adempiere un obbligo legale al quale è soggetto il titolare del trattamento);

- d) nell'art. 6, comma 1, lett. c) del Regolamento (il trattamento è necessario per adempiere un obbligo legale al quale è soggetto il titolare del trattamento);
- e) nell'art. 6, comma 1, lett. f), del Regolamento (il trattamento è necessario per il perseguimento del legittimo interesse del Titolare del trattamento o di terzi).

Modalità di trattamento e tempi di conservazione dei dati

IAB Italia tratterà i dati personali mediante strumenti manuali ed informatici, con logiche strettamente correlate alle finalità stesse e, comunque, in modo da garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati stessi.

I dati personali saranno conservati per i tempi strettamente necessari ad espletare le finalità primarie illustrate al paragrafo precedente o comunque secondo quanto necessario per la tutela in sede civilistica degli interessi sia degli interessati che del Titolare.

Comunicazione e diffusione dei dati

I dati personali trattati potranno essere trasferiti al di fuori dell'Unione Europea e, in tal caso, il Titolare si assicurerà che il trasferimento avvenga in conformità al Regolamento e, in particolare, in conformità agli artt. 45 (Trasferimento sulla base di una decisione di adeguatezza) e 46 (Trasferimento soggetto a garanzie adeguate) del Regolamento.

Potranno venire a conoscenza dei dati personali degli Interessati i dipendenti e/o collaboratori di IAB Italia incaricati di gestire i dati personali. Tali soggetti, che sono formalmente autorizzati da IAB Italia di effettuare il trattamento, tratteranno i dati degli interessati esclusivamente per le finalità indicate nella presente informativa e nel rispetto delle previsioni del Regolamento.

I dati personali potranno, inoltre, essere pubblicati e divulgati - contemporaneamente e/o successivamente - sul sito web, sui canali social e nel materiale informativo del Titolare.

Potranno venire a conoscenza dei dati personali degli Interessati i soggetti terzi che potranno trattare dati personali per conto di IAB Italia in qualità di *"Responsabili del Trattamento"* o in qualità di autonomi *"Titolari del Trattamento"* (quali, a titolo fornitori di servizi in outsourcing o cloud computing, soggetto che gestisce il sito web, banche e istituti finanziari, professionisti e consulenti).

Ciascun Interessato ha il diritto di ottenere una lista degli eventuali *"Responsabili del Trattamento"* nominati dal Titolare ex art. 28 Regolamento, facendone richiesta ai contatti indicati al paragrafo successivo.

Diritti dell'interessato

L'interessato può rivolgersi in qualsiasi momento al Titolare per esercitare i diritti previsti da Regolamento, contattando IAB Italia con le seguenti modalità:

- inviando una raccomandata a/r alla sede legale di IAB Italia (Piazza G. Grandi, 24 – 20135 Milano);
- inviando un messaggio di posta elettronica all'indirizzo amministrazione@iab.it

L'interessato potrà anche contattare il Responsabile della Protezione dei Dati di IAB Italia al seguente indirizzo e-mail: lapocurinigalletti@iab.it.

Ai sensi del Regolamento, IAB Italia informa che ciascun Interessato ha i seguenti diritti:

- ottenere l'**accesso**, l'**aggiornamento**, la **rettifica** ovvero, quando vi ha interesse, l'**integrazione** dei dati;
- ottenere la **cancellazione** o la **limitazione** del trattamento dei dati trattati nei casi previsti dal Regolamento;
- il diritto alla **portabilità dei dati** (diritto di ricevere tutti i dati personali che lo riguardano in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico);
- qualora ritenesse che il trattamento dei dati personali svolto dal Titolare violi il Regolamento, il diritto di **proporre reclamo** a un'Autorità di controllo (nello Stato membro in cui risiede abitualmente, in quello in cui lavora oppure in quello in cui si è verificata la presunta violazione). L'Autorità di controllo italiana è il Garante per la protezione dei dati personali, con sede in Piazza Venezia, n. 11, 00187 – Roma (<http://www.garanteprivacy.it/>).

IAB Italia non è responsabile per l'aggiornamento di tutti i link visualizzabili nella presente Informativa; pertanto, ogni qualvolta un link non sia funzionante e/o aggiornato, gli Interessati riconoscono ed accettano che dovranno sempre far riferimento al documento e/o sezione dei siti internet richiamati da tale link.