

Condizioni generali di partecipazione agli IAB MIXX AWARDS 2025

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 poter essere scelti, la campagna deve ottenere un punteggio minimo (superiore a 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 saranno ammessi al **Grand Prix**, che rappresenta il massimo riconoscimento nel marketing digitale italiano dell'anno; la società selezionata dal Grand Prix avrà diritto a concorrere ai MIXX Awards Europe 2026 nella categoria in cui la campagna è stata presentata.

Requisito fondamentale per partecipare ai MIXX Awards Europe 2026 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 di comunicazione che hanno avuto svolgimento in Italia nel periodo tra **settembre 2024 e novembre 2025**.

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 2026, da parte dell'eventuale società selezionata dal Grand Prix, è gratuita.

- **Tariffa Early Bird (entro il 05.12.2025):**
€650 (IVA esclusa) per l'iscrizione di una campagna in una categoria;
- **Tariffa standard (dal 05.12.2025 al 10.12.2025):**
€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:** 5 dicembre 2025
- **Scadenza regolare:** 10 dicembre 2025

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%.

- **BRAND ADVERTISING CAMPAIGN**
Miglior utilizzo del media mix per la costruzione del brand: viene riconosciuta la campagna pubblicitaria che ha saputo usare al meglio una combinazione di diversi canali media (media mix) — ad esempio TV, radio, stampa, digital, social, outdoor, eventi, ecc. — per costruire e rafforzare l'identità e il valore del brand nel tempo.
- **DIRECT RESPONSE / LEAD GENERATION CAMPAIGN**
Miglior uso della pubblicità digitale per stimolare risposta diretta o generare contatti, utilizzando vari strumenti e meccanismi digitali: si premiano le campagne che sono pensate per ottenere risultati concreti e diretti — come generare lead, vendite o interazioni misurabili — grazie a un uso intelligente e mirato degli strumenti digitali.

- **VIDEO ADVERTISING**

Miglior uso della pubblicità video per ottenere il massimo coinvolgimento del consumatore: premia le campagne che hanno saputo sfruttare al meglio il formato video — in qualsiasi canale (YouTube, social, programmatic, OTT, CTV, ecc.) — per catturare l'attenzione, emozionare e intrattenere il pubblico, oltre che per comunicazione strategica.

- **SOCIAL MEDIA**

Miglior uso dei social media per generare un elevato coinvolgimento del pubblico: premia le campagne che hanno saputo sfruttare al meglio le piattaforme social per raggiungere gli obiettivi di comunicazione e marketing: creare connessioni autentiche, stimolare interazioni significative e costruire una community attiva attorno al brand.

- **SEARCH ADVERTISING**

Miglior uso della search su motori di ricerca, marketplace, social media, come mezzo per massimizzare il ritorno sull'investimento pubblicitario e il coinvolgimento: premia le campagne che hanno saputo utilizzare in modo strategico ed efficace la search per ottenere risultati concreti.

- **BRANDED CONTENT**

Miglior uso di contenuti originali, divertenti o informativi per coinvolgere i consumatori: premia le campagne che hanno saputo creare contenuti di valore con video, articoli, podcast, mini-serie, infografiche o altri formati che intrattengono, informano o ispirano il pubblico, rafforzando il legame con il brand.

- **NATIVE ADVERTISING**

Miglior uso della pubblicità nativa per una campagna efficace e coinvolgente: premia le campagne che hanno saputo integrare in modo naturale e coerente i messaggi pubblicitari all'interno del contesto editoriale o della piattaforma ospitante, creando un'esperienza che risulti utile, interessante e non invasiva per l'utente.

- **CAMPAIGN EFFECTIVENESS**

Campagne che raggiungono (o superano) gli obiettivi prefissati, influenzando il pubblico e i risultati di brand o vendite: premia l'efficacia concreta delle campagne pubblicitarie. Non conta solo la creatività, ma soprattutto quanto la campagna ha funzionato in termini di risultati misurabili rispetto agli obiettivi iniziali.

- **NEW TECHNOLOGIES**

Miglior uso delle tecnologie per offrire esperienze interattive e coinvolgenti: premia le campagne che hanno saputo sfruttare innovazioni tecnologiche — come AR, VR, Blockchain, Metaverso, interfacce immersive, IoT — per creare un'interazione memorabile, coinvolgente o trasformativa tra brand e pubblico.

- **EFFECTIVE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE**

Uso di strumenti innovativi basati su AI per migliorare l'efficacia delle campagne: audience targeting, esperienze interattive, programmatic, generazione di contenuti. Si deve illustrare come l'AI abbia contribuito in modo rilevante all'efficacia in tutte le fasi della relazione con i consumatori.

- **EFFECTIVE USE OF DATA**

Uso innovativo dei dati per migliorare l'efficacia della campagna: premia le campagne pubblicitarie che hanno saputo sfruttare in modo innovativo i dati per migliorare l'efficacia e il successo dell'iniziativa. Questo riconoscimento è attribuito a progetti che utilizzano i dati non solo per ottimizzare il targeting, ma anche per arricchire l'esperienza del consumatore e raggiungere obiettivi concreti di business.

- **INTEGRATED ADVERTISING**

Campagna che raggiunge un elevato coinvolgimento su più schermi e piattaforme (digitali o integrate con offline): premia le campagne che hanno saputo creare un'esperienza di comunicazione coerente, sinergica e coinvolgente, distribuendo messaggi integrati su diversi canali e dispositivi, sia online che offline.

- **GAMING & E-SPORT**

Miglior uso della pubblicità nei videogiochi per raggiungere obiettivi di brand o vendita: premia le campagne che hanno sfruttato il mondo dei gamers per promuovere un brand o un prodotto, raggiungendo risultati concreti in termini di awareness, coinvolgimento o vendite.

- **INFLUENCER MARKETING**

Campagna con influencer che ottiene il massimo coinvolgimento e raggiunge gli obiettivi del brand: premia le campagne che hanno saputo sfruttare la collaborazione con 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.

- **NON-PROFIT / CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Campagna con impatto positivo sui comportamenti dei consumatori e in linea con gli obiettivi CSR dell'organizzazione: premia le campagne che, attraverso la comunicazione, hanno promosso valori sociali, ambientali o etici, contribuendo a generare un cambiamento positivo nella società e riflettendo gli impegni di responsabilità sociale del brand o dell'organizzazione.

- **DIGITAL AUDIO ADVERTISING**

Miglior uso dell'audio digitale per coinvolgere i consumatori e raggiungere obiettivi di branding o vendita: premia le campagne che hanno sfruttato al meglio i canali audio digitali — come podcast, streaming musicale, radio digitale — per creare messaggi pubblicitari coinvolgenti e efficaci.

- **CONNECTED TV ADVERTISING**

Miglior uso della pubblicità CTV per coinvolgere i consumatori e raggiungere obiettivi: premia le campagne che hanno saputo sfruttare la Connected TV — ovvero la pubblicità veicolata su smart TV e altri dispositivi connessi a internet che consentano la fruizione di contenuti video — per creare un’esperienza pubblicitaria efficace, mirata e coinvolgente.

- **DIGITAL OOH ADVERTISING**

Miglior uso della pubblicità esterna digitale per ottenere un elevato coinvolgimento: premia le campagne che hanno utilizzato i mezzi di comunicazione Out-Of-Home digitali — come schermi digitali, cartelloni interattivi, display in punti strategici — per creare esperienze pubblicitarie capaci di catturare l’attenzione e coinvolgere il pubblico.

- **E-COMMERCE**

Miglior uso dell’e-commerce per coinvolgere i consumatori e raggiungere obiettivi di vendita: premia le campagne che hanno saputo sfruttare al massimo le piattaforme di vendita online per creare esperienze d’acquisto coinvolgenti e ottenere risultati concreti in termini di vendite.

- **RETAIL MEDIA**

Miglior uso della pubblicità su piattaforme di vendita al dettaglio per ottenere alti livelli di coinvolgimento con utilizzo dei dati di prima parte dei retailer: premia le campagne pubblicitarie che sfruttano in modo efficace gli spazi pubblicitari all’interno di piattaforme di e-commerce o retail, come i siti di supermercati online, marketplace, app di negozi, ma anche offline e su siti terzi, per coinvolgere i consumatori e raggiungere obiettivi di marketing e vendita.

- **SUSTAINABILITY CAMPAIGN**

Campagna che promuove la sostenibilità (prodotto/servizio sostenibile o approccio sostenibile): premia le campagne che comunicano in modo efficace e coinvolgente messaggi legati alla sostenibilità, utilizzando strumenti che misurano l’impatto sull’ambiente e prevedono compensazione o riduzione.

6. Composizione Giurie

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. Dalla votazione della giuria si ottiene una **shortlist di 3 campagne per ogni categoria**
3. I giurati si riuniscono per convalidare le campagne selezionate e 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 società selezionata dal Grand Prix avrà diritto a concorrere gratuitamente ai MIXX Awards Europe 2026 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 2026. I lavori che si aggiudicano i premi e il GRAND PRIX riceveranno un trofeo.

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)
- **Fornire un video (di supporto)**, che deve: durare massimo 3 minuti ed essere caricato 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**" 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**" (di seguito, "**Awards**").

Categorie di dati trattati

Il trattamento dei dati personali potrà riguardare dati di 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 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 incaricati di gestire i dati personali. Tali soggetti, che sono formalmente incaricati da IAB 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 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 con le seguenti modalità:

- inviando una raccomandata a/r alla sede legale di IAB (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 al seguente indirizzo e-mail: lapocurinigalletti@iab.it.

Ai sensi del Regolamento, IAB 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 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.