

BLACKSHEEP INVESTE OLTRE 1 MILIONE DI EURO NELLA STARTUP IDWARD. MARCO CARADONNA NE DIVENTA CONSIGLIERE

di Teresa Nappi

Il fondo di venture capital specializzato in MadTech sceglie di finanziare l'innovativa piattaforma dedicata alla gestione dell'identità del consumatore. Obiettivo: il lancio della tecnologia in Europa



Da sinistra Sandro Moretti, Antonio Achille, Marco Caradonna, Giovanni Stocchi, Umberto Bottesini

Dopo le anticipazioni dello scorso settembre, **BlackSheep MadTech Fund**, il fondo di investimento specializzato sul **MadTech** (ovvero sulle tecnologie per il marketing e l'advertising), che vede nel team fondatore gli ex top manager di Dentsu Italia **Umberto Bottesini, Marco Caradonna e Sandro Moretti** - oltre ad **Antonio Achille e Giovanni Stocchi** -, chiude il primo investimento puntando sulla tecnologia della [startup IDWard](#).

Leggi anche: [IL FONDO BLACKSHEEP RACCOGLIE 40 MILIONI E SI PREPARA AI PRIMI INVESTIMENTI](#)

Il fondo di venture capital guida, nel dettaglio, **un aumento di capitale da 1 milione e 100 mila euro per lanciare la piattaforma** – dedicata alla gestione dell'identità del consumatore – **in Europa.**

COSA FA IDWARD?

IDWard, con sedi a Londra e Barcellona, ha sviluppato in particolare una **tecnologia proprietaria che consente, previo consenso dei consumatori, di identificarli in qualsiasi ambiente connesso**, sostituendo i dati personali con stringhe completamente anonime.



A questo si aggiunge un **nuovo approccio alla profilazione** non più basato su dati di terza parte e realizzato attraverso identificatori quali cookie e/o fingerprint, bensì su un **innovativo sistema di edge/on-device profiling**, dove i dati non lasciano mai il dispositivo del consumatore (consentendogli di governarli e cancellarli in qualsiasi momento), e non sono in alcun modo accessibili a terzi, né alla stessa IDWard.

Questo sistema permette da un lato ai consumatori di non distribuire i propri dati personali come avviene oggi, dall'altro consente agli inserzionisti pubblicitari di ottenere un'accurata identificazione dei propri pubblici di riferimento, indispensabili ai marketer per una mirata personalizzazione dei contenuti pubblicitari.

“Un sistema decisamente rivoluzionario su cui BlackSheep ha deciso di entrare come lead investor in vista della scomparsa dei cookie di terza parte. Infatti, IDWard crea un nuovo standard per la privacy e l'advertising, basato su una tecnologia unica sul mercato”, commenta **Giovanni Strocchi**, partner di BlackSheep. “Diversamente dalle altre tecnologie cookieless la piattaforma di ID Ward consente sia un'accuratezza di targeting (e re-targeting) paragonabile a quella fornita dai “walled garden”, sia un sistema completo di attribuzione che non necessita di dati personali, e si propone come soluzione unica ai problemi che affliggono i diversi attori del mercato: i publisher che cercano metodi per massimizzare la

monetizzazione delle proprie audience, gli advertiser che non vogliono perdere la possibilità di fare targeting di precisione, e i consumatori che vogliono essere garantiti rispetto alla circolazione delle proprie informazioni”, conclude **Marco Caradonna**, partner di BlackSheep e **nuovo consigliere della startup**.

Pubblicato su Engage.it il 27/01/2022

<https://www.engage.it/tecnologia/blacksheep-investe-oltre-1-milione-di-euro-nella-startup-idward.aspx>