



BlackSheep investe due milioni di euro in Scibids

Il fondo specializzato in startup e scaleup madtech annuncia di avere perfezionato l'investimento nella scaleup che usa AI per gestire le informazioni legate alla pubblicità online

07/02/2022 - [Luca Silvestri](#)



BlackSheep, il fondo specializzato in startup e scaleup madtech che la scorsa settimana aveva annunciato il suo [primo investimento in IDWard](#), annuncia oggi di avere **chiuso un nuovo deal del valore di due milioni di euro a favore di Scibids che opera nel settore dello sviluppo di piattaforme AI per aumentare il ROI del paid media** (la pubblicità a pagamento) nel rispetto della privacy del consumatore. La società, che ha chiuso il 2021 con una crescita significativa, da quindi vita alla

collaborazione strategica con **BlackSheep MadTech Fund guidato da Umberto Bottesini, Marco Caradonna e Sandro Moretti, affiancati da Antonio Achille e Giovanni Strocchi.**

L'investimento è funzionale a un ulteriore sviluppo internazionale della scaleup, già presente in Europa, USA, Asia Pacifica e America Latina, oltre all'ingresso nel board della società di Marco Caradonna, in rappresentanza del fondo BlackSheep che è gestito da Eureka! Venture SGR.

“L'investimento in Scibids non rappresenta affatto una scommessa per BlackSheep. Conosciamo Remi e Julien, i due fondatori dell'azienda dal 2018, quando lanciarono la prima versione della propria tecnologia applicando esperienze e competenze maturate nel mondo del trading algoritmico finanziario al mercato dell'acquisto di spazi pubblicitari. Rappresenta piuttosto un **investimento strategico sia per maturità della compagnia in termini di fatturato ed espansione internazionale, la società attualmente conta 11 sedi distribuite tra Europa, Stati Uniti, Asia Pacifico e America Latina, sia per le componenti di forte innovazione e distruzione delle dinamiche che caratterizzano da almeno un decennio il mercato della comunicazione digitale.** La tecnologia proprietaria sviluppata da Scibids incarna perfettamente ciò che identifichiamo come software per il marketing di prossima generazione, per almeno due ordini di motivi: in primis una forte componente di automazione dei processi, in grado di aiutare sia operatori come le grandi centrali media e le consulting firm a rendere maggiormente efficienti i propri flussi interni, riducendo costi e margini di errore operativo tipicamente connaturati a task people intensive, sia i grandi advertiser che abbiano già intrapreso una scelta di in-housing a gestire con maggior facilità e trasparenza le attività di ottimizzazione del media buying; in secondo luogo l'applicazione di un layer di intelligenza che consenta l'ottimizzazione algoritmica in real-time di inventory programmatiche sulle principali DSP, che sfrutti unicamente metadati trasparenti e non specifici, senza dunque utilizzo di dati personali o di identificatori, come per esempio sono il cookie o fingerprint, tutt'ora in uso ma ormai deprecati e che a marzo 2023, come la stessa Google ha qualche mese fa annunciato, saranno completamente abbandonati. In altre parole Scibids realizza un perfetto connubio tra due aspetti che sino a oggi apparivano inconciliabili: la massima tutela della privacy del consumatore senza dover rinunciare in alcun modo alla performance per l'inserzionista pubblicitario. Il deal è stato chiuso in tempi molto rapidi: sono bastati pochi incontri di confronto sulle azioni del piano operativo finalizzate a sviluppare e consolidare la leadership a livello internazionale per creare un immediato fit operativo. **L'importanza di avere capitali al momento giusto è non inferiore all'apporto di esperti del settore per evitare errori e focalizzare le energie nella corretta direzione di sviluppo, sinergia condivisa e apprezzata anche nella relazione con Iris Capital, già investitore della scaleup nel precedente round**”, così Umberto Bottesini, co-fondatore e managing partner di BlackSheep MadTech Fund, illustra a

Startupbusiness le ragioni che hanno portato al perfezionamento dell'investimento.

L'operazione si presenta al mercato come forte presa di posizione a favore dello sviluppo di tecnologie improntate su soluzioni attente alla tutela della privacy degli utenti, oltre che in grado di generare un impatto altamente positivo sul business degli investitori pubblicitari, nonché conferma della filosofia con la quale Scibids si è sviluppata fino a oggi. Fin dal 2016, infatti, la società si è dimostrata un punto di riferimento per queste tematiche, implementando una sofisticata AI technology che non si basa sull'analisi della cronologia di navigazione tracciata tramite cookie o identificatori personali, ma utilizza metadati, trasparenti e non specifici. Altro importante elemento distintivo è la grande flessibilità di attivazione, specifica verso gli obiettivi di ogni campagna, così che il brand possa trarre il massimo dalle attività paid media nel rispetto dei propri obiettivi strategici; l'AI technology di Scibids, infatti, è in grado di migliorare sensibilmente i KPI obiettivo delle campagne, che siano di vendita o anche di brand lift, così come di attention da parte dell'utente online. Tutto questo comporta anche vantaggi operativi e distintivi, in un contesto dove le risorse per gestire le campagne online sono spesso scarse e la personalizzazione degli algoritmi non può che passare tramite soluzioni flessibili e sviluppate da esperti del settore.

@RIPRODUZIONE RISERVATA

Pubblicato su StartupBusiness.it il 07/02/2022

<https://www.startupbusiness.it/blacksheep-investe-due-milioni-di-euro-in-scibids/110890/>