

INVESTIMENTI

BlackSheep guida l'investimento da 1,1 milioni di euro in IDWard

Il fondo specializzato in MadTech annuncia il suo primo deal nella startup britannica che ha sviluppato una tecnologia per profilare gli utenti nel rispetto della privacy

di [Luca Silvestri](#)

BlackSheep MadTech Fund, il fondo di venture capital specializzato in MadTech che ha [debuttato nel giugno del 2021](#) e che ha annunciato il [primo closing da 40 milioni di euro a settembre del 2021](#), annuncia oggi il suo primo investimento.

L'operazione del valore complessivo di 1,1 milioni di euro di cui BlackSheep è lead investor vede protagonista la startup britannica IDWard che ha sviluppato una tecnologia per la gestione di campagne promozionali online mirate nel pieno rispetto della privacy degli utenti.

“In BlackSheep abbiamo disegnato la mappa degli elementi che guideranno la trasformazione del MadTech (Marketing e Advertising Technologies) del futuro e IDWard risolvere in un modo nuovo uno di questi temi fondamentali : quello della gestione della Identity per la comunicazione commerciale ma con al centro la privacy del consumatore. A parte la soluzione innovativa, abbiamo investito su un **grande team guidato da un italiano, Mattia Fosci, da 20 anni in Inghilterra Phd in International Law e patito di tecnologia che ha aggregato con il suo co-fondatore Denys Demchenko, CTO un top team multinazionale e un fantastico gruppo di top advisor**”, dice a Startupbusiness Giovanni Strocchi tra i fondatori e partner di BlackSheep che opera facendo capo a Eureka! Venture Sgr.

IDWard, con sedi a Londra e Barcellona, ha sviluppato 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 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”, aggiunge Strocchi. “Diversamente dalle altre tecnologie cookieless la piattaforma di IDWard 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**”, enfatizza in una nota Marco Caradonna, partner di BlackSheep e nuovo consigliere della startup. (Photo by [Tamanna Rume](#) on [Unsplash](#))

@RIPRODUZIONE RISERVATA

Pubblicato su StartupBusiness.it il 31/01/2022

<https://www.startupbusiness.it/blacksheep-guida-investimento-da-11-milioni-di-euro-in-idward/110804/>