

Arkage al convegno degli Osservatori del Politecnico lancia un progetto di media transparency basato su Blockchain

Milano, 07-06-2018 – La bomba è esplosa circa un anno fa: **Marc Pritchard, Chief Brand Officer di P&G**, sul palco dell'annual meeting dello IAB, ha detto basta all'attuale "media supply chain". Ovvero basta ad fraud, basta problemi di viewability, basta misurazioni incoerenti e basta fee d'agenzia calcolati con metodi obsoleti.

L'intero mercato da anni cerca di identificare politiche condivise che possano regolamentare il mercato dell'**advertising digitale**, che solo in Italia vale oggi oltre 2 miliardi e mezzo di euro. Si parla soprattutto di **brand safety** – ovvero creare un ecosistema sicuro per le aziende inserzioniste – e di **media transparency**. La trasparenza su tutta la filiera dell'acquisto di spazi media significa prendere atto che, per com'è fatta adesso, le intermediazioni sono troppe. In media ci sono **7 livelli dal cliente all'editore**, passando per intermediazioni umane (agenzia) e tecnologiche (piattaforme di vario genere). Tutto questo non solo presta il fianco a possibili frodi informatiche, ma addirittura contribuisce a rendere oscuro il lavoro di un'agenzia.

Una delle tecnologie del momento, la **blockchain**, potrebbe aiutarci a risolvere le inefficienze del sistema attuale.

Pasquale Borriello, CEO di Arkage, al convegno di presentazione dei risultati della **Ricerca 2017-2018 dell'Osservatorio Internet Media del Politecnico di Milano**, ha lanciato una provocazione: «vogliamo dimostrare che la trasparenza nella filiera media è un modo per migliorare l'advertising digitale e quindi stiamo lanciando con alcuni partner selezionati un progetto di sviluppo di una piattaforma di media delivery basata su blockchain. Nelle prossime settimane – continua Borriello – pubblicheremo un whitepaper, rilasciato in creative commons, che dimostrerà la fattibilità tecnica di un progetto di filiera media completamente trasparente, grazie alla tecnologia Blockchain».



Arkage è la prima agenzia italiana di comunicazione post-digital, specializzata in esperienze coinvolgenti che annullano il confine tra online e offline, che ha tra i principali clienti **Luxottica, BNL Gruppo BNP Paribas, Carrefour Italia, Original Marines**. Arkage è anche una **Società Benefit** e una **B Corp certificata**, e usa il business come forza per generare un impatto positivo.

