



Thawid

Thawed Identities

Real-time social layer for music



Founder: Andrea Pedone



Base: Switzerland

Mail : insiders@thawid.com

Problema



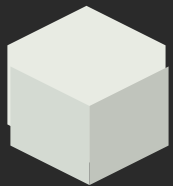
ASCOLTATORI

Nonostante miliardi di ascolti simultanei ogni giorno, lo streaming musicale rimane un'esperienza individuale, priva di interazioni contestuali tra utenti



ARTISTI

I brani diventano virali più velocemente dell'identità dell'artista, spostando la carriera musicale verso logiche sempre più marketing-driven



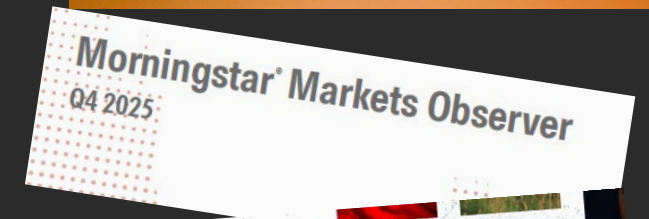
BRANDS

Acquistano attenzione invasiva negli eventi fisici e ottengono risultati poco efficaci nei canali digitali.



MIDIA.

All eyes, no ears |
Why virality is not building
fandom



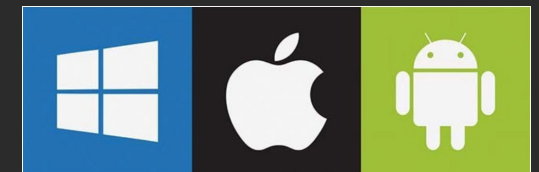
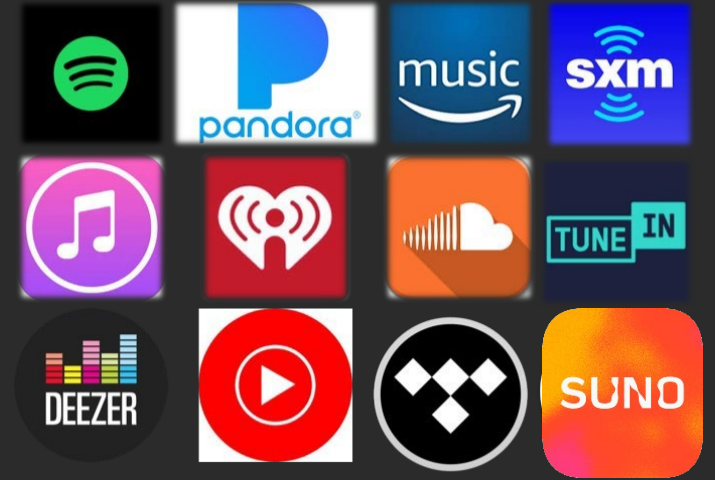
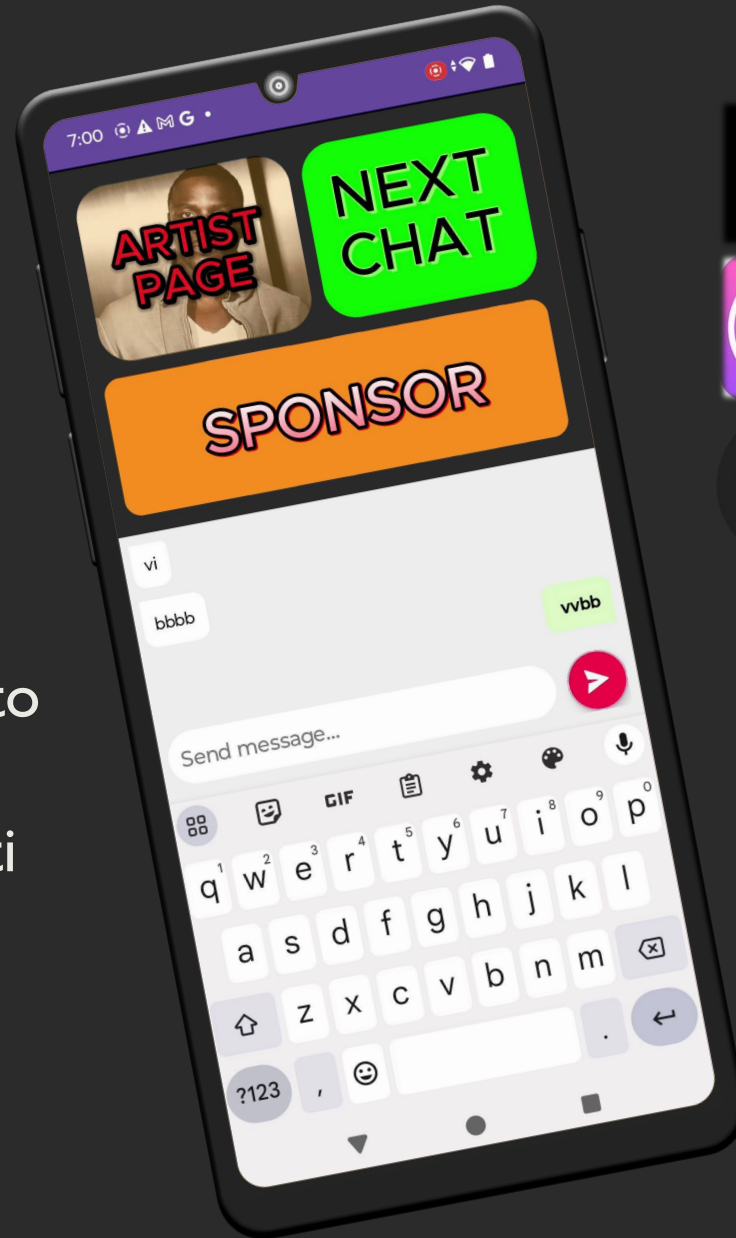
Soluzione

NO STREAMING!

>> Layer sociale real-time <<

- **Intercetta il titolo** del brano in riproduzione
- **Abilita sessioni temporanee** legate al momento di ascolto
- **Connette ascoltatori** stesso brano, nello stesso momento
- **Interazioni contestuali** al tempo di ascolto, non persistenti

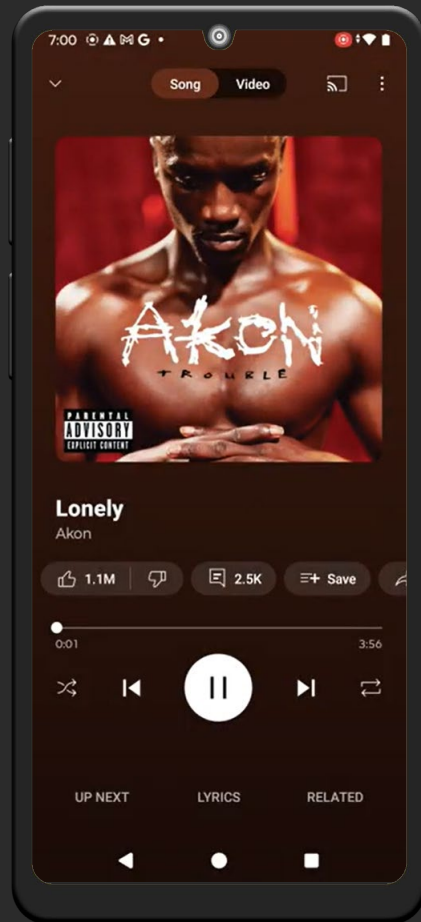
Riporta l'**interazione umana** attorno all'ascolto, adattandola al **contesto digitale e real-time.**



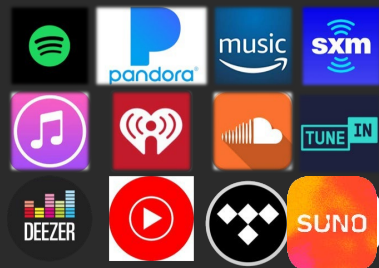
Come funziona

immagini primo prototipo

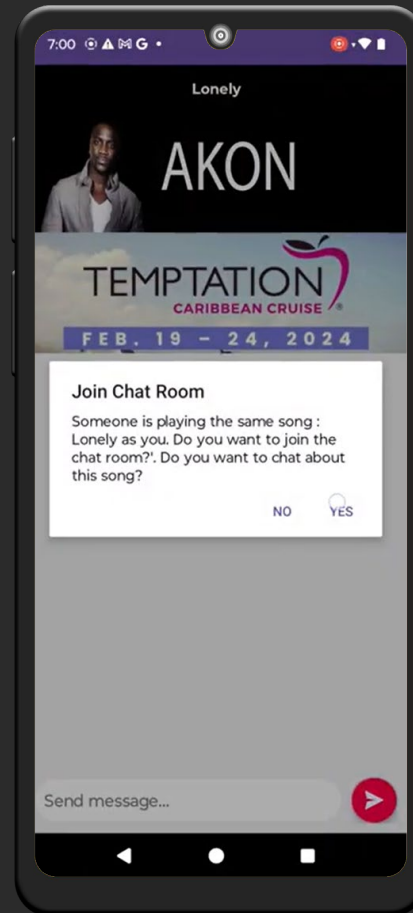
Brano in play.



match
stesso titolo
real-time
player esterni



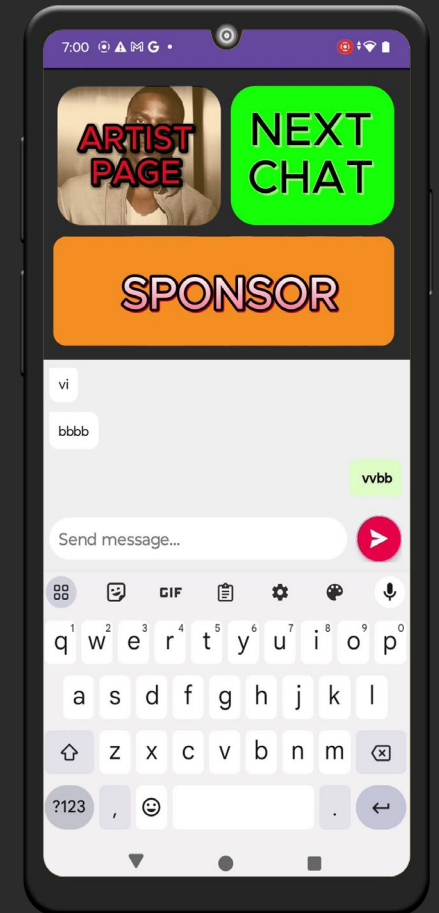
Stesso brano



sessione
attiva



chat, gioco,



Mercato Sociale

Strategia

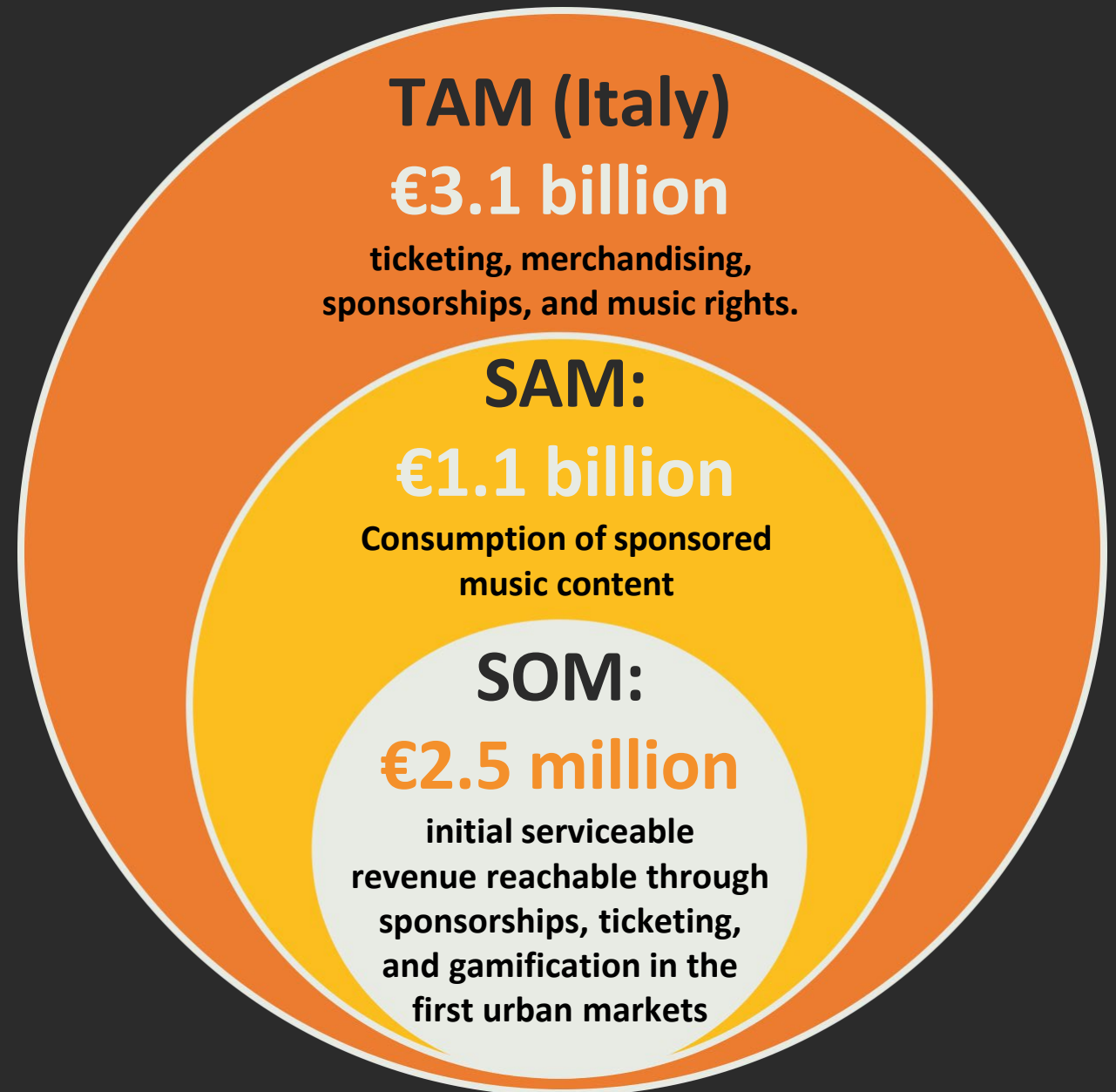
centri strategici

// city-cell,

partenza da Milano.

Traction

- Smoke test: 77 early adopters
- CAC validato ~€3,7
- Gaming e ticketing integrati



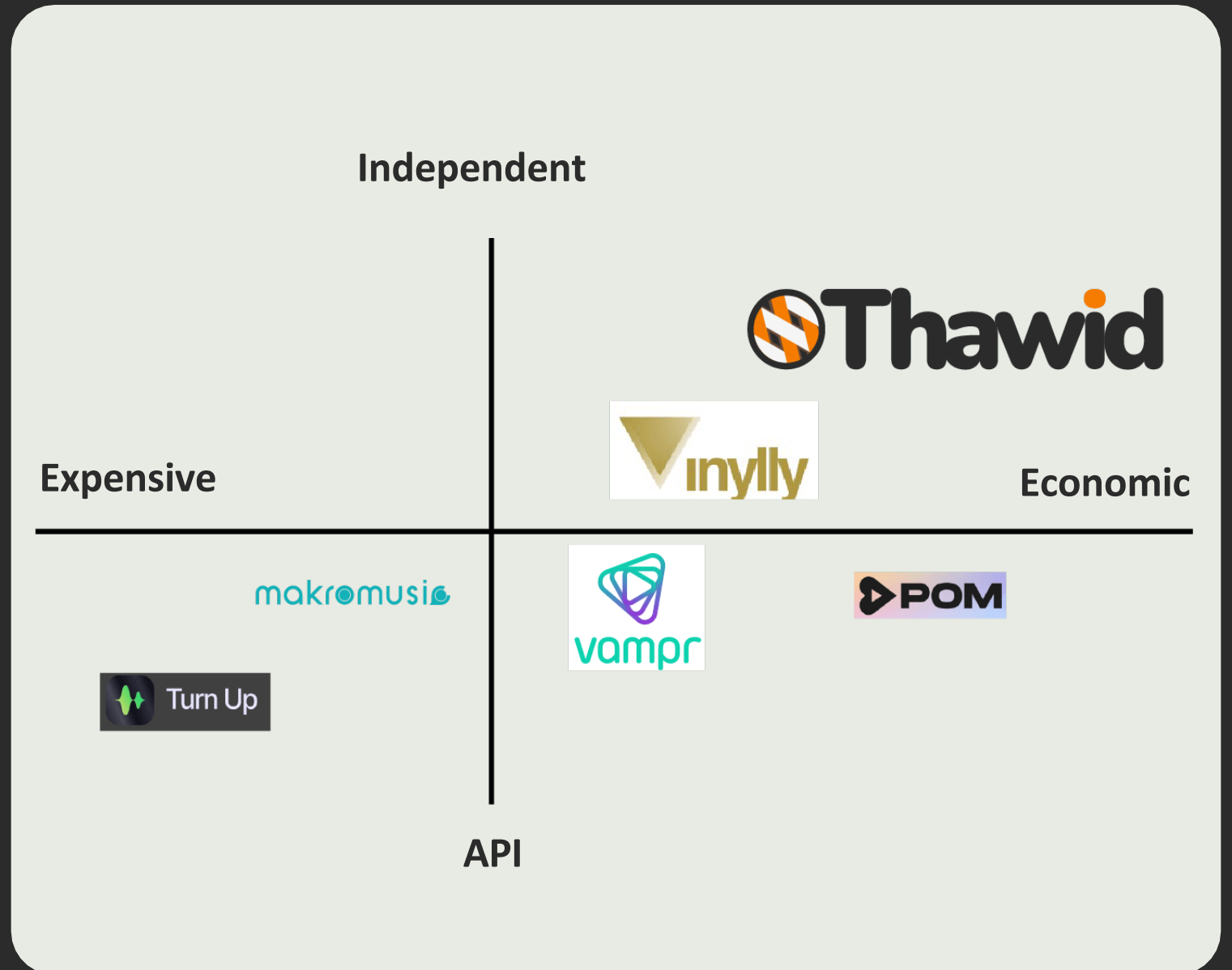
SOURCES: CRIBIS, COMADCGROUP, ITENGAGE.IT

Concorrenza

Gli altri Social musicali deducono gusti via API,

Thawid intercetta il titolo in play come se fosse un device bluetooth, Regalando agli utenti esperienze dal vivo

privacy-first.



Il modello di Business

I brand sono i clienti: entrano in un marketplace che attiva community musicali già presenti e coinvolte in tempo reale

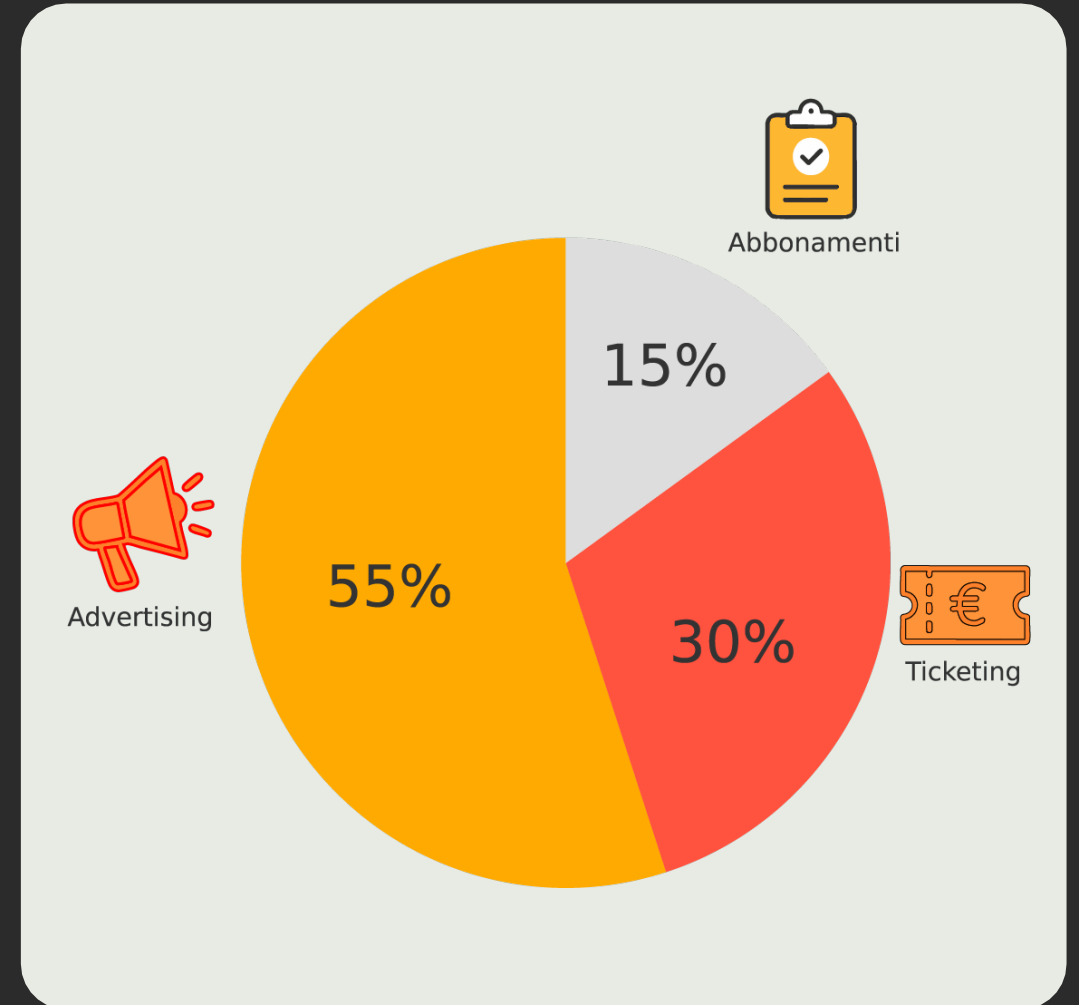
Advertising non invasivo 55%:

- Freemium model: monetization of active user volume
- CPM: €3–18 / CPC: €0.50–4.50
- basato su consenso
- legato al contesto reale
- moderato dall'artista o dal titolare dei diritti

Ticketing 30%

Premium Subscriptions – 15%:

Il brand entra solo se coerente col brano
L'artista mantiene controllo tramite
interfaccia dedicata



Logica city-cell:

Una città alla volta per creare densità locale sufficiente a generare valore economico senza forzare i volumi.

Questo consente:

- monetizzazione **graduale e misurabile**
- attivazioni brand contestuali e non invasive
- costi controllati e replica del modello città per città
- Centri di networking Artisti, Brand, Ascoltatori

interazioni di qualità, non da esposizione forzata.



Il Team



Andrea Pedone

Founder con esperienza nella gestione di **progetti e squadre operative**, maturata in contesti complessi come eventi live, sistemi real-time e produzioni multidisciplinari.

Si occupa di:

- visione e direzione del prodotto
- coordinamento di figure tecniche creative
- organizzazione del lavoro e delle priorità
- execution complessiva del progetto

First Core Team

- EU Tech Lead / Co-Founder
- EU Product / UX
- IT City Cell Ops (Milano)
- Brand Activation & Rights (Advisor)

I principali bacini di ricerca includono:

**community startup e tech
reti creative e di prodotto
ecosistemi locali legati a eventi,
musica e cultura
network professionali
orientati a brand e diritti**

Stato del progetto Attuale

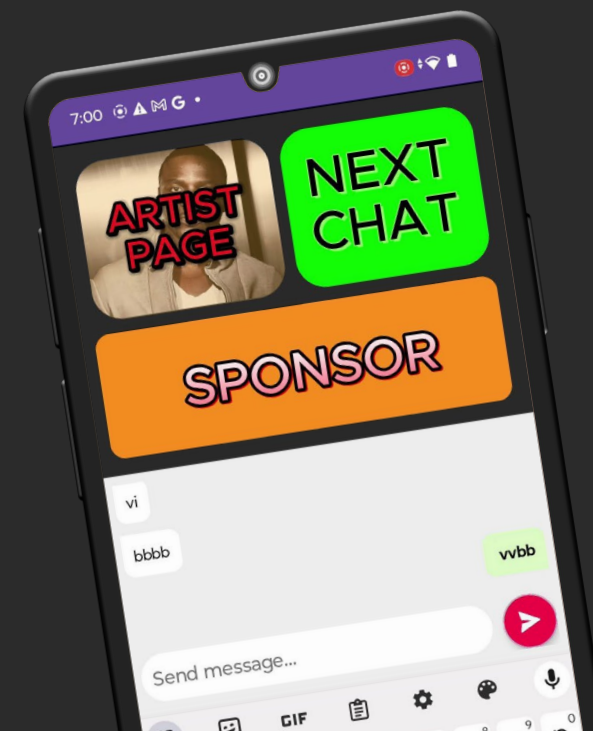
- Prototipo **funzionante** del layer sociale real-time
- Intercettazione del **titolo del brano in riproduzione** e matching contestuale validati
- Architettura di prodotto e logica city-cell **definite**
- Impianto etico, consenso utente e principi di gestione dei diritti **formalizzati**

In corso

- Traduzione del prototipo in **MVP strutturato**
- Definizione operativa dei flussi di moderazione e controllo
- Preparazione del lancio della **prima city cell (Milano)**

Prossimi passi

- MVP live
- Prima validazione quantitativa su ascoltatori e artisti
- Attivazione community locale
- Avvio delle prime sperimentazioni di monetizzazione



Fundraising / Call for Action

Obiettivo della raccolta:

- trasformare il prototipo in MVP strutturato
- lanciare la prima city cell (Milano) validare utilizzo, interazione e primi segnali di monetizzazione

La raccolta è pensata per:

- ridurre il rischio prodotto e operativo
- dimostrare la replicabilità del modello city-cell
- preparare un seed round data-driven

Cerchiamo investitori early-stage

allineati su prodotto, etica e crescita sostenibile.

CHF

200,000

Pre-seed SAFE

FIRST CITY CELL:

MILANO



Contacts:



Andrea Pedone

a.pedone@thawid.com

thawid.com