La fine dei Cookie è vicina?

Secondo **Viant Technology**, entro i prossimi due anni, non sarà più necessario fare affidamento sui **Cookie http**, una tecnologia desktop che ha più di 20 anni.

Secondo lo studio condotto dalla società di Web Consulting americana, i marketer del digitale si stanno allontanando dall'utilizzare i cookie per tracciare i dati degli utenti sul web per indirizzare gli annunci, ora che le persone, complice l'ascesa degli smartphone, stanno utilizzando sempre meno PC.

Cosa sono

Sviluppati nel 1994 da **Lou Montulli,** ingegnere della **Netscape Communications,** i cookies, non sono altro che le tracce e le informazioni, che durante le nostre connessioni internet lasciamo sui server o ci vengono lasciate dagli stessi, al nostro passaggio nella rete.

Oggi, dietro ai cookie, si celano le tecnologie per personalizzare le ricerche di **Google,** i prodotti mostrati da **Amazon** e buona parte dei messaggi pubblicitari osservabili in giro per la rete: tali messaggi, con caratteristiche comportamentali e legate al retargeting, sono pensati per tenere conto del nostro archivio di preferenze all'interno dei nostri browser.

Tecnologia sorpassata?

Ma questo andava bene fino a qualche tempo fa, adesso si pensa che potranno andare in pensione molto presto. Perché? Perchè la pubblicità e i servizi basati sul web che dipendono dai cookie vengono gradualmente eliminati dal mondo degli smartphone, in cui viene effettuato un targeting dei dati più

personalizzato senza l’uso di cookie. Il 90% dei marketer, sempre secondo Viant Tecnology, afferma di vedere un miglioramento delle prestazioni del marketing basato sulle persone, rispetto alle campagne basate sui cookie.

Inoltre i cookie stanno diventando un buon esempio di come l’infrastruttura web tradizionale stia diventando obsoleta con l’ascesa del mobile, infatti non sono in grado di funzionare all’interno delle app per dispositivi mobili e la maggior parte del tempo speso sui dispositivi mobili da parte del consumatore è all’interno delle app.

I cookie sono creati per tracciare i singoli browser, non gli individui. Ora che le persone sono così connesse a internet ovunque nella vita il targeting per browser non si adatta bene alla mappatura dei singoli dati, che è il punto in cui si dirige il marketing.

Privacy e GDPR

I cookie, e in particolare i cookie di terza parte, sono comunemente usati per memorizzare le ricerche di navigazione degli utenti; questi dati sensibili, possono essere una potenziale minaccia alla privacy degli utenti; proprio questo ha indotto le autorità europee e degli Stati Uniti a regolamentarne l’uso mediante una legge nel 2014. Infatti la legislazione europea impone a tutti i siti degli stati membri, di informare gli utenti che il sito utilizza certe tipologie di cookie. La situazione sarà ancora più ardua con l’ingresso a maggio del 2018 del **GDPR** (regolamento generale sulla protezione dei dati) in Europa, che vieta il tracciamento dei cookie dei dati dell’utente.

La fine dei Cookie è vicina?