

# il manifesto disabilita FLoC, il futuro sistema di tracciamento di Google

- Matteo Bartocci, 25.06.2021

**Privacy.** Il nuovo sistema di tracciamento di Mountain View desta preoccupazioni per la privacy degli utenti in Rete. Ecco perché lo abbiamo disabilitato sul nostro sito

In sintonia con alcuni dei maggiori editori internazionali abbiamo deciso di disabilitare FLoC su *ilmanifesto.it*.

FLoC (Federated Learning of Cohorts) è il nuovo sistema di tracciamento degli utenti che Google sta sperimentando all'interno della sua [Privacy Sandbox](#) (*sic*) sui browser Chrome per sostituire il sistema pubblicitario tradizionale basato sui cookie.

I cookie sono piccoli file di testo spesso molto utili (servono a ricordare la password o la lingua dell'utente, ad esempio) ma soprattutto se implementati da terze parti (cioè da società diverse da quella che gestisce il sito che si sta visitando) possono raccogliere autonomamente dati sugli utenti e incrociarli con quelli raccolti anche su altri siti, con evidenti implicazioni per la privacy e la tutela dei dati personali.

Ad esempio ascoltare un podcast o guardare un video sul nostro sito potrebbe comunicare ai gestori di piattaforme esterne (come Spotify, Vimeo o Youtube) che avete ascoltato quella puntata o visualizzato quel contenuto. In questo caso noi facciamo da puro tramite tecnico ma è giusto essere consapevoli che anche con la massima attenzione possibile alcuni *vostri* dati vengono comunque condivisi con altre società, quando sono indispensabili per accedere a un determinato contenuto.

Sebbene Google abbia dichiarato che la sperimentazione di [FLoC non sarebbe stata disponibile sui siti dell'Unione europea](#) soggetti al GDPR, abbiamo preferito ancora una volta difendere *a priori* i lettori, anche quelli extra Ue, da una eventuale profilazione tutta da verificare.

Secondo i sostenitori della privacy, infatti, [FLoC potrebbe rappresentare un pericolo](#) per i dati degli utenti. Il sistema raccoglie i dati dei navigatori in piccoli gruppi di poche migliaia di persone (coorti) che hanno tra loro gusti simili e comportamenti simili. È un metodo di profilazione comportamentale dunque apparentemente indiretto ma, vista la pervasività dei dati conosciuti da Google e dai suoi diversi prodotti (Youtube, Maps, sistemi Android, Gmail, Search, Chrome, solo per citarne alcuni) e l'onnipresenza di Google nella Rete, [solleva più di un interrogativo](#).

In sostanza FLoC potrebbe scattare in modo automatico un ritratto molto preciso e dettagliato da cui gli utenti non avrebbero modo di difendersi, se non abbandonando tali servizi oppure disabilitando questa possibilità a monte, sui siti web, come abbiamo fatto noi in via prudenziale sul nostro sito.

Siamo in buona compagnia. Anche il britannico [Guardian ha disabilitato FLoC](#), così come Amazon (per [motivi ovviamente diversi](#): non voleva rischiare di condividere gratis con Google i gusti di acquisto dei propri gigabiloni di consumatori).

*ilmanifesto.it*, come noto, non ospita pubblicità programmatica, non profila gli utenti e non personalizza i contenuti a seconda dei dati di navigazione. È un sito dedicato a nullaltro che alla lettura, al commento, all'approfondimento, alla scoperta di un punto di vista originale rispetto all'informazione *mainstream* controllata da padroni e grandi piattaforme. il manifesto digitale mette

al centro i lettori e si finanzia esclusivamente con gli abbonamenti e con una parte del contributo pubblico alleditoria.

Siamo da sempre attenti alla privacy e alla tutela dei dati personali dei nostri lettori, abbonati e non abbonati. In questi giorni stiamo intensificando gli sforzi per realizzare sistemi di gestione e analisi dei dati sempre più interni, più sicuri, anonimizzati e minimizzati, sempre meno affidati ai servizi standard offerti dalle grandi piattaforme, peraltro quasi sempre statunitensi e dunque spesso meno sensibili al tema della privacy e della difesa dei dati.

Il nostro *opt-out* da FLoC ha per ora un valore quasi simbolico, ma è comunque un segnale tangibile che dimostra al pubblico la nostra buona volontà e attenzione concreta alle esigenze dei lettori, non degli inserzionisti o delle piattaforme.

Proprio il 24 giugno, [Google ha annunciato](#) che sposterà in avanti di almeno due anni l'abbandono definitivo del sistema dei cookie di terze parti, segno che forse le sue nuove sperimentazioni sulla profilazione non garantiscono ancora al meglio il gigantesco mercato della pubblicità on line, che per larga parte è dominato in tutto il mondo proprio dai prodotti e dalle offerte di Mountain View.

E possibile che nelle prossime settimane procederemo ad aggiornamenti importanti sulla politica per la privacy (le statistiche aggregate di Google Analytics, in particolare, destano in noi qualche preoccupazione dopo la [sentenza Schrems II della Corte di Giustizia europea](#)) ma speriamo di avere novità profonde da comunicare subito dopo lestate, una volta fatti tutti i test sui nuovi servizi che contiamo di rilasciare a settembre.

Nel frattempo, sfogliate il manifesto in edicola (lì niente cookie o tracker vari!) e leggeteci tranquillamente sul sito. La nostra promessa è regalarvi una navigazione sempre serena.

© 2021 IL NUOVO MANIFESTO SOCIETÀ COOP. EDITRICE