

## **Google confessa: più del 50% della pubblicità online è inutile**

*Quartz.com ha diffuso un'ammissione incredibile di Google: il 56.1% della pubblicità online è praticamente "inutile", perché mai "vista" dagli internauti.*



Oramai, più del 20% della spesa mondiale in **pubblicità** è prettamente **online**. Il dato è riferito, ovviamente, ad un settore in perpetua crescita e destinato a crescere sensibilmente nei prossimi anni, soprattutto considerando lo sviluppo continuo delle nuove tecnologie e della loro diffusione a livello sociale. In particolare, poi, se si valuta che addirittura il 90% della pubblicità online è praticamente nelle mani dei padroni **Google** e **Facebook**, veri e propri oligopolisti del settore, allora non si può non avere fiducia in questo nuovo modo di fare affari. Tuttavia, il sito Quartz.com ha contribuito a minare l'ottimismo verso questo settore quando ha riportato un'ammissione proprio di Google, regina dell'imbattibile **AdSense**: secondo Mountain View, infatti, il **56.1% della pubblicità online** è praticamente "**inutile**", visto che tali inserzioni non sono mai apparse sullo schermo delle persone neppure per un secondo. Questo, ovviamente, conduce dritti ad uno **spreco di risorse** mostruoso che non si può nascondere.

La confessione di Google, così, ha contribuito a rivelare al mondo molti dei dubbi sul settore condivisi da tanti esperti già da tempo.

La notizia, però, non può sorprenderci troppo: difatti, proprio una società acquisita recentemente dalla multinazionale di Larry Page e Sergey Brin, cioè **Spider.io**, ha da poco rivelato che moltissimi **annunci pubblicitari sono di solito "visti" solo da robot**, drogando di fatto i dati inerenti all'advertising, anche servendosi di appositi virus. A tal proposito, quindi, in estate Google è corsa ai ripari introducendo la piattaforma **Active View**, con lo scopo di **misurare solo le inserzioni effettivamente viste dagli internauti**. Tuttavia, molto probabilmente, ciò non basterà per "ripulire" da subito le statistiche quotidiane sull'advertising online ma contribuirà senz'altro ad aumentare l'interesse in materia, per arrivare -un giorno, in una Rete più "matura"- ad avere dati molto più certi e sicuri.