



---

# Il mondo Cookieless che verrà i cambiamenti in arrivo e come prepararci





Ciao!

---

**Luca Rodino**

Digital Marketing Strategist  
[it.siteground.com](http://it.siteground.com)

# Cosa sono i Cookie?

I **cookie** sono semplici file di testo salvati sul computer dell'utente che sta navigando un sito internet e che permettono al sito web che li ha emessi di riconoscere l'utente e alcune sue caratteristiche, comportamenti e preferenze.

NOTA: i cookie non sono pericolosi. Anzi, senza di essi molti siti web non potrebbero funzionare correttamente.





# Cookie di prime parti

Un **cookie di prima parte** è un codice che viene generato e memorizzato sul computer del visitatore del tuo sito quando visita il tuo sito.

Questi cookie **vengono utilizzati per l'esperienza dell'utente** in quanto è responsabile della memorizzazione di password, dati di base sul visitatore e altre preferenze.



# Cookie di terze parti

I **cookie di terze parti** sono codici di tracciamento che vengono inseriti nel computer di un visitatore dopo essere stati generati da un altro sito diverso dal tuo.

Quando un visitatore visita il tuo o altri siti, il cookie di terze parti **tiene traccia di queste informazioni e le invia alla terza parte** che ha creato il cookie (di solito un inserzionista).





# Un mondo pieno di Cookie

Per anni, i brand hanno utilizzato i Cookie per monitorare i visitatori dei loro siti, migliorare l'esperienza dell'utente e raccogliere dati che aiutano a indirizzare gli annunci al giusto pubblico.

**OGGI** i visitatori devono essere informati che stanno accettando un cookie di terze parti a causa della quantità di dati che le aziende possono conservare da loro.

**DOMANI** questi cookie scompariranno!



# Un mondo senza Cookie

Gli utenti richiedono maggiore privacy e trasparenza.  
Vogliono scegliere e controllare come vengono utilizzati i loro dati.

Quindi l'ecosistema web deve evolversi per incontrare queste richieste.

Da qui nasce l'idea di creare un web detto **COOKIELESS**



# Google Privacy Sandbox (2023)

- Rimozione dei cookie di terze
- Dare maggiore importanza ai cookie di prima parte
- Impedire il più possibile il tracciamento cross-site

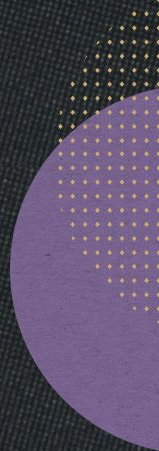




Considerando il mercato desktop a livello mondiale, il browser più utilizzato in assoluto è Chrome con il 68.74%

Chrome	Safari	Edge
68.74%	9.71%	8.1%
Firefox	Opera	IE
7.16%	2.48%	1.45%

**DON'T  
PANIC**



# Meno Cookie, maggiori sfide

- Impossibilità di tracciare i dati come prima
- Necessità di raggiungere gli stessi obiettivi
- Bisogno di trovare metodi alternativi





# Meno quantità, più qualità

Aziende e professionisti si stanno adoperando per trovare soluzioni affidabili:

- Pubblicità contestuale
- CRM, Newsletter e Customer Journey (Advertiser)
- Utilizzo di cookie di prime parti per migliorare il la User Experience in sito (Publisher)



# Publicità contestuale

La **pubblicità contestuale** è un processo automatizzato in cui un messaggio promozionale viene abbinato a contenuti digitali pertinenti.

Gli algoritmi alla base della pubblicità contestuale selezionano gli annunci in base a parole chiave e altri metadati inclusi nel contenuto. L'annuncio risultante è **più pertinente, mirato e migliora il CTR.**





# CRM, Newsletter e Customer Journey

Un minor tracciamento su siti terzi significa doversi concentrare sul **ricavare e gestire i dati tramite propri canali e strumenti**.

Sarà dunque necessario **rafforzare il proprio database di contatti** richiedendo i dati direttamente agli utenti, ma in cambio di cosa? Prendono così importanza i Customer Journey verticali che forniscono contenuti premium capaci di convertire.





# Utilizzo dei Cookie di prime parti

Senza Cookie di terze parti, quelli di prima parte assumeranno un'importanza fondamentale.

**Analizzare il percorso degli utenti** quando sono sul nostro sito è il primo passo per poter capire cosa funziona e cosa no. Tracciare questi comportamenti permetterà di intervenire sul proprio **per migliorare l'esperienza utente** per incrementare le conversioni.



# Un mondo Cookieless

Quello che può sembrare un passo indietro in termini di evoluzione delle strategie marketing è piuttosto un **processo evolutivo in favore dell'utente** - tutti noi.

Non solo si investe sulla privacy del singolo ma l'obiettivo è migliorare la conoscenza dei propri utenti, migliorando di conseguenza l'esperienza sul web di tutti e la relazione degli utenti con i brand.



---

**Grazie!**

**Luca Rodino**

[it.siteground.com](http://it.siteground.com)

 SiteGround