



I Cookie, il tuo sito e la privacy: 10 cose da sapere

1. Cos'è un cookie?

Un cookie è un elemento informativo persistente che i siti web inviano al browser di chi sta navigando. Il browser conserva il cookie sul computer dell'utente fino alla data di scadenza del cookie. Quando l'utente torna sullo stesso sito e il browser richiede una pagina del sito, il browser invia l'informazione contenuta nel cookie al sito stesso. I cookie permettono ai siti web di individuare i visitatori di ritorno.

2. Com'è fatto un cookie?

I cookie sono associazioni nome-valore, in forma di testo. Hanno altri metadati – ad esempio la data di scadenza, politiche di sicurezza e quali siti hanno diritto ad accedere al cookie

3. Dove sono memorizzati i cookie sul device dell'utente?

Dipende dai browser. Chrome, ad esempio, li conserva in un singolo file, collocato diversamente a seconda del sistema operativo.

4. Che differenza c'è tra i cookie di prima parte e quelli di terza parte?

1st-party: Un cookie che ha lo stesso dominio del sito che si sta visitando. Questi cookie sono di solito usati per abilitare funzionalità come le preferenze, il carrello o il login.

3rd-party: Un cookie con un dominio diverso dal dominio del sito che l'utente sta visitando. Questi cookie servono soprattutto per identificare gli utenti attraverso diversi siti web.

5. A cosa servono i cookie?

I cookie di terza parte permettono ai siti di costruire un profilo dell'utente con informazioni che vanno al di là di quelle raccolte dal singolo sito. In questo modo un sito può avere informazioni sull'utente e sui siti che ha visitato, anche se è la prima volta che l'utente visita quello specifico sito.

Questo è possibile grazie alle reti di tracciamento e di advertising che esistono in tutto il web. Il 95% dei siti appartenenti alla Fortune 500 esaminati da ObservePoint usa cookie di terze parti – non per scopi malevoli ma perché aderiscono a reti pubblicitarie.

Attenzione però: anche i cookie di prima parte possono generare irregolarità se sono categorizzati non correttamente o inviati senza consenso.

6. Se vado su un sito e imposto le preferenze del cookie banner per non ricevere cookie, quelli che ho già ricevuto in precedenza restano sul mio computer?

Sì. Una volta che il tracciamento è stato avviato non può essere cancellato. L'opportunità offerta dalle Consent Management Platforms è la possibilità di non essere tracciati da quel momento in avanti. Ma per essere certi di eliminare ogni tracciamento basato su cookie, l'utente dovrebbe personalmente eliminare i cookie dal browser.

7. Posso cancellare dal mio browser solo i cookie di terze parti?

No. Quando si osservano i cookie dal browser non c'è modo di sapere se sono di prima o terza parte: lo sono solo in relazione al sito che si sta visitando e che li ha consegnati. Anche la memoria di quale sito ha inviato il cookie non viene conservata sul browser, quindi non è possibile sapere se fosse stato di prima o terza parte.

8. Che cosa bisogna controllare a proposito di cookie e norme privacy?

La compliance è un tema importante: ObservePoint fornisce un sistema che osserva continuamente cosa accade nei fatti sul sito di un'organizzazione e lo confronta con gli standard desiderati.

La Cookie Governance – ovvero avere il controllo dei cookie rilasciati dalle proprie property digitali – costituisce una parte importante della compliance alle normative privacy. Il team di ObservePoint ha occasione di analizzare molti siti e ha constatato che per la maggior parte delle organizzazioni c'è ampio margine di miglioramento per allineare i cookie dei propri siti con i regolamenti privacy.

Negli Stati Uniti i cookie sono automaticamente accettati dal browser dell'utente, che può poi rifiutarli. In Europa invece al contrario il comportamento standard prima di una scelta esplicita è il rifiuto dei cookie (opt-out).

Un punto importante da testare è se i cookie vengono effettivamente non più rilasciati quando l'utente sceglie di non riceverli.

ObservePoint offre la funzionalità "Clear All Cookies" che permette di eseguire un test rimuovendo tutti i cookie presenti e poi verificando se il comportamento è coerente con le scelte dell'utente e quindi non appaiono nuovi cookie in caso di opt-out.

Questa funzionalità è utile anche per verificare le attività di Conversion Rate Optimization: se è attivo un esperimento che divide l'audience 50/50 per un A/B test si può far girare la stessa esperienza 1000 volte e verificare se effettivamente varia come atteso.

9. Perché la Cookie Governance è così importante

Avere pieno governo dei cookie e dei tracciamenti attivi sulle proprie property è fondamentale in ottica di cookie compliance.

Conoscere e tenere aggiornate le liste dei cookie significa essere trasparenti nei confronti dell'interessato, che potrà così compiere una scelta informata.

Gli strumenti che ObservePoint mette a disposizione (come ad esempio Consent Monitoring, Tag Ownership Assignment, Technology Geolocation e altri) sono volti ad automatizzare il monitoraggio del funzionamento dei cookie implementati, minimizzando l'effort e l'errore umano.

Cosa migliora con questi strumenti? L'operatività legata alla manutenzione della cookie compliance diventa più efficiente e di qualità, ma non solo: diventa più semplice rendere evidenza del livello di maturità in termini di aderenza sostanziale a quanto richiesto dalla norma, e soddisfare quindi appieno i principi di trasparenza, accountability e privacy by default.

Dimostrando un'accurata manutenzione del funzionamento dei cookie implementati sulle proprie property si riduce al minimo il rischio di sanzioni nazionali e sovranazionali, oltre a tenersi al passo con l'evoluzione delle soluzioni tecnologiche.

10. Stiamo davvero andando verso un futuro senza cookie, o è un'esagerazione?

I cookie di prima parte di certo non scompariranno a breve – forse non scompariranno mai. Alcuni browser si stanno già ponendo chiaramente contro i cookie di terza parte (**Safari**, **Firefox**). Google, creatore di Chrome (di gran lunga il browser più usato), sta da diverso tempo dichiarando che deprecherà il support per cookie di terza parte, spostando sempre più avanti la data ogni volta che si avvicina. Attualmente, **dichiarano** che per la seconda metà del 2024 avranno delle soluzioni che renderanno i cookie di terze parti obsoleti.

BitBang

BitBang è un'azienda di consulenza sui dati, specializzata in digital transformation e customer-centricity. Mettiamo i nostri clienti in condizione di trasformare i dati in conoscenza e li supportiamo lungo tutto il processo, anche grazie al nostro ecosistema di partnership tecnologiche all'avanguardia. I nostri servizi e la nostra consulenza orientata all'innovazione permettono ad aziende in diversi settori di attivare strategie e decisioni basate sui dati, al servizio degli obiettivi di business.

ObservePoint

ObservePoint è leader nella governance automatizzata dei siti web. Si tratta di una piattaforma cloud che fornisce una visione chiara di pagine, cookie e tag presenti su un sito, e permette di gestire opportunamente le attività di privacy, la customer experience e i dati degli analytics. Con oltre 10 anni di esperienza con alcuni dei più grandi brand a livello mondiale, ObservePoint è il partner ideale per una web governance automatizzata che sia scalabile, accurata e completa.

BitBang^{and} ObservePoint

BitBang è partner di ObservePoint per poter offrire ai propri clienti uno strumento affidabile per verificare che le impostazioni dei propri siti web corrispondano effettivamente a quanto desiderato e dichiarato. Cookie rilasciati, gestione del traffico per aree geografiche, ma anche fluidità della customer journey e qualità del dato di digital analytics: ci rivolgiamo a ObservePoint per garantire ai nostri clienti la massima qualità e padronanza dei propri dati all'interno di percorsi di Data Governance, di Digital Analytics strategica, di Privacy Compliance e di programmi Customer Obsessed.