

**Social network.** Due settimane di tempo per i chiarimenti - Zuckerberg comparirà davanti al congresso Usa

# Da Bruxelles arriva l'ultimatum a Facebook

## L'IMPATTO

Allarme globale dagli investitori pubblicitari. Il titolo Twitter continua a cadere e cede oltre l'11% a Wall Street

Andrea Biondi

■ Due settimane di tempo. Bruxelles dà il suo ultimatum a Facebook, chiedendo al gigante di Menlo Park di rispondere «entro due settimane» ad alcune richieste di chiarimento dopo il Datagate, con l'uso di informazioni sui suoi utenti da parte della società di marketing politico Cambridge Analytica. Tra le domande rivolte, ovviamente, la richiesta di informazioni circa il possibile coinvolgimento di cittadini europei.

Il monito, recapitato dalla commissaria Ue alla Giustizia, Vera Jurova, alla responsabile operativa del social, Sheryl Sandberg, arriva tuttavia nel giorno in cui è emerso che il numero uno del colosso dei social, Mark Zuckerberg, non vuole comparire davanti a una commissione parlamentare britannica, preferendo mandare al suo posto due manager del social network. Potrebbe comparire invece di fronte al Congresso Usa. Il 10 aprile il Congresso ha fissato un'udienza sul "futuro della privacy dei dati e sui social media" cui ha chiamato all'appello Zuckerberg ma anche i numeri uno di Google e Twitter.

Si vedrà. Ma intanto al momento difficile di Facebook, ieri si è aggiunta anche la giornata di difficile di Twitter a Wall Street, con perdite in serata andate anche oltre l'11 per cento. Il sito di microblogging ha pagato le valutazioni di Citron Research, secondo cui tra tutti i social media è Twitter a essere il più vulnerabile a regolamentazioni sulla privacy. «Aspettate fino a quando il Senato scoprirà che quest'anno Twitter ha generato 400 milioni di dollari vendendo semplicemente dati degli utenti, non pubblicità», ha spiegato Citron sul suo sito.

Effetti della propagazione, in-

somma, di uno scandalo che vede sul banco degli imputati Facebook sul tema della salvaguardia dei dati personali e che ieri ha registrato un'altra levata di scudi nel mondo pubblicitario. A chiedere spiegazioni è stata l'associazione dei pubblicitari francesi. L'Uda ha richiesto un incontro immediato a Facebook e, a quanto si legge in una comunicazione dell'unione di pubblicitari francesi, l'incontro con Laurent Solly, Facebook VP Southern Europe, dovrebbe tenersi giovedì.

Su tema l'attenzione è alta anche in Italia. A quanto appreso dal Sole 24 Ore è prevista per oggi una riunione del Consiglio di Audiweb. L'appuntamento era stato fissato da tempo con vari punti all'ordine del giorno. Oggi però sarà centrale la discussione sulla nuova rilevazione «Audiweb 2.0», annunciata a fine anno dalla società e attesa nella prima parte dell'anno. Il Consiglio discuterà e dovrebbe decidere se andare avanti o prendere tempo rispetto alla diffusione della nuova rilevazione. Quale il tema? La metodologia è stata realizzata in partnership con Nielsen ma per chiudere il cerchio il Big data provider scelto è Facebook. In sostanza il big data di Facebook è stato scelto per "colorare" le rilevazioni con indicazioni sociodemografiche.

Quel che è successo con Cambridge Analytica, un impatto evidentemente, quantomeno su ragionamenti generali lo ha generato. «Questi dati - spiega al Sole 24 Ore il presidente Audiweb, Marco Muraglia - sono elaborati con procedure che garantiscono la completa anonimizzazione e la totale privacy degli utenti. Il nostro Panel resta la fonte principale di calibrazione e verifica. Chiarito che si tratta quindi di informazioni funzionali alla profilazione dell'audience, non dell'utente, è evidente che non vi è alcuna similitudine né implicazione rispetto alle problematiche emerse con riferimento alla vicenda Cambridge Analytica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sotto accusa. Mark Zuckerberg

