

FIRST LOOKS SOFTWARE

www.pcprofessionale.it

L'irresistibile ascesa degli adblocker



Permettetemi di dire subito una cosa: non ho nulla contro la pubblicità, anzi. E non solo perché senza pubblicità una rivista come quella che avete tra le mani non potrebbe esistere, dato che le sole vendite non riuscirebbero a coprirne i costi. Sono convinto che la pubblicità può essere – e spessissimo lo è – utile e informativa. Ai tempi del liceo ero appassionato di elettronica e compravo tutte le riviste sull'argomento che riuscivo a trovare in edicola. La mia preferita si chiamava CQ Elettronica. Ricordo ancora il numero di dicembre 1976, letto – anzi, divorato – nell'ora abbondante del rientro a casa su un freddo e sobbalzante autobus romano. Le prime 30 pagine – su un totale di circa 240 – erano di pubblicità, e senza di esse la rivista mi sarebbe sembrata meno utile: mi facevano conoscere nuovi prodotti e mi permettevano di scoprire i prezzi dei componenti, quindi ero ben contento che ci fossero. In linea di principio non ho quindi proprio nulla contro la pubblicità, eppure qualche mese fa mi sono arreso. Quando il numero di annunci Web che facevano partire in automatico un video a tutto volume è diventato eccessivo, ho installato un adblocker, ovvero un'estensione che blocca le pubblicità presenti nelle pagine Web. A quanto pare, sono in buona compagnia. Secondo i dati dell'ultimo report della società PageFair, il numero di installazioni di adblocker è cresciuto del 41% nei 12 mesi da giugno 2014 a giugno 2015, avvicinandosi a quota 200 milioni. Gli adblocker non sono più un fenomeno di nicchia, e per gli editori è un problema: secondo PageFair, nel 2015 hanno già causato una perdita di fatturato superiore ai 20 miliardi di dollari. PageFair non è un osservatore disinteressato (lo sponsor del report è Adobe: molti lo ignorano, ma con l'acquisizione di società come Omniture e DemDex è diventata un gigante del Web marketing) quindi il dato va preso con un pizzico di cautela, ma è innegabile che il problema esista, e riguarda anche i lettori: l'uso sempre più esteso degli adblocker sta mettendo a rischio la disponibilità di tanti contenuti Web gratuiti che sopravvivono solo grazie alla pubblicità. Non sarà semplice trovare una soluzione. Alcuni adblocker stanno esplorando la possibilità di bloccare non tutte le pubblicità, ma solo quelle "fastidiose" (ma chi decide se un annuncio è fastidioso o meno?). Praticamente tutti però possono essere disabilitati dall'utente stesso su pagine o domini specifici: se vi sta a cuore la sopravvivenza di un sito Web, di un blog o di un canale YouTube che vi interessa particolarmente, ricordatevi di questa possibilità e approfittatene.

Maurizio Bergami

AGGIORNAMENTI



Classic Shell 4.2.5

La nuova versione di questo sostituto del menu Start offre un migliore supporto per l'aggiornamento autunnale di Windows 10 e per il browser Edge. La risposta del motore di ricerca è migliorata ed è presente una nuova funzione per disinstallare le App Metro/Universal.



Mpc-Hc 1.7.10

Media Player Classic-Home Cinema è un player multimediale, focalizzato sulla qualità della riproduzione. L'ultima versione propone un nuovo motore audio, basato sul progetto Sanear, con molte funzioni avanzate. L'interfaccia ora supporta gli schermi ad alta densità di pixel.

12,8%

La percentuale
di utenti Web italiani
che hanno usato un adblocker nel
3° trimestre 2015.

Fonte: PageFair

SEGUICI ANCHE SU

