



# Stop alle storie sponsorizzate: Facebook dal 9 aprile chiude le “sponsored stories”.

*di Paolo Franzese*

“Paul ha fatto “mi piace” sulla pagina ...”, “Francesco parteciperà all’evento...”, “Jennifer si trova...”. Quante volte ci sono apparsi questi messaggi sulla nostra **bacheca di Facebook**?

Si tratta di annunci legati alle interazioni di un utente con le **pagine sponsorizzate** che spingono a cliccare o a prestare attenzione grazie al fatto che sono effettuate da un elemento facente parte della nostra cerchia di **amici di Facebook**. Sono le “**sponsored stories**” o **storie sponsorizzate** che hanno costretto Facebook a pagare numerosi danni causati da **abusi sulla privacy**.

Facebook ha deciso di chiudere con le “sponsored stories” dal 9 aprile 2014.

Questo, ovviamente, non significa che verranno eliminate le **notizie sponsorizzate di Facebook Ads**, ma solo modificate, ridefinendo il concetto di targeting su un contesto sociale che agirà su 4 aree chiave che si sommeranno tra loro creando un **target** di utenza più preciso.

Pertanto gli **annunci sponsorizzati** compariranno sulla Newsfeed e nella colonna di destra senza mostrare l’utente e la foto che avrà dato il suo “**like**” ciò senza impedire a **Facebook** di orientare la pubblicità in modo mirato.

---

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 17 Gennaio 2014