

La storia

di Massimo Sideri

L'italiano che ha scoperto i falsi clic fatti dai robot sulle pubblicità in Rete

Questa storia inizia come una vecchia barzelletta: ci sono un italiano, tre spagnoli, un francese, un inglese e un arabo che si mettono in testa di battere un gruppo di potenti americani... L'italiano è Stefano Traverso, assistente ricercatore di 31 anni del Politecnico di Torino. Gli altri sono i suoi colleghi ricercatori. Gli americani, infine, sono i cervelloni di Google. Che, di certo, non stanno ridendo.

Traverso è uno dei ricercatori che ha dimostrato come Google carichi i conti della sua piattaforma pubblicitaria AdWords anche quando a guardare i video su YouTube siano dei «bot», dei computer robot che fanno finta di essere degli umani. Un problema la cui diffusione è evidenziata dalle continue richieste che ci vengono fatte dai siti Internet con i «reCaptcha», minitest con cui dobbiamo dimostrare di non essere dei robot (del tipo: riconosci in queste immagini quelle con dei bicchieri di acqua o riproduci delle scritte distorte). La cosa grave, come emerge dallo studio, è che YouTube si

accorge di avere davanti dei robot. La cosa ancora più grave è che Google possiede YouTube e dunque non può dire di non saperne nulla. La terza cosa grave è che «reCaptcha» è un software sempre di Google. L'ultima (gravissima) è che per dimostrare di essere degli umani dobbiamo rispondere a delle domande di un computer, ma questo è un altro problema, di tipo esistenziale.

Il sistema usato per arrivare a queste conclusioni non è stato affatto semplice. «In tutto il lavoro ha chiesto circa due anni, io ho lavorato al progetto nel-

l'ultimo anno» racconta Traverso dai Bell labs di Parigi, dove si trova in questi giorni. «Per venire alla genesi — continua — l'idea nasce nell'Universidad Carlos III di Madrid dove risiede il leader del gruppo, Ruben Cuevas. Gli altri colleghi lavorano per l'Imdea e per i Nec Labs Europe dove in passato li avevo conosciuti. Gli serviva qualcuno che validasse gli esperimenti tramite analisi passiva del traffico in rete, in cui sono specializzato. Il nostro obiettivo è

portare la ricerca a una grossa conferenza di settore, come la WWW». La prossima World Wide Web Conference si terrà in aprile a Montréal. Dunque, il tempo c'è.

Scovare quelle che loro hanno definito le «frodi pubblicitarie» legate alle «false pagine viste» è stato un interesse puramente scientifico per il team. Ma ora sta attirando l'interesse dei grandi investitori in pubblicità: l'*advertising online* solo negli Usa vale 49 miliardi di dollari l'anno (dati 2014). Come si legge nello studio «i sondaggi indicano che nel 2013 il 93% degli investitori online ha usato dei video per pubblicizzare i propri prodotti e di questi il 65% ha usato YouTube». Nessuna sorpresa: è la più grande piattaforma di video online al mondo.

L'esperimento è il primo del suo genere. I ricercatori hanno prima caricato dei video su YouTube. Poi hanno usato AdWords per lanciare delle campagne pubblicitarie online sugli stessi video e, infine, hanno attivato i «bot» per guardarli.

Ed è qui che si è aperto il caso: quando i «bot» sono stati attivati per vedere 150 volte due particolari video il contatore di Youtube ha misurato 25 visite come reali. Ma quando AdWords ha presentato il conto ne ha contabilizzate 91.

Google ha dichiarato di volere contattare i ricercatori per discutere dei risultati, ribadendo che la società investe molto per sterilizzare il traffico falso sulla Rete. «Noi — testimonia Traverso — avevamo già contattato Google per confrontarci, ma non avevano risposto. Dunque consideriamo un progresso questa loro posizione».

P.S.: Per la cronaca i ricercatori hanno pagato il conto senza battere ciglio. «Google — spiega Traverso — ha addebitato il costo sulle carte di credito associate ai nostri account e le fatture non sono state contestate. Questo perché lo scopo dell'esperimento era anche verificare quanto Google ci avrebbe impiegato a riconoscere le views come false».

Non è detto che gli inserzionisti siano altrettanto gentili.

msideri@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● Stefano Traverso, nato a Savigliano (Cn) nel 1984, è un post doc del dipartimento di elettronica e telecomunicazioni del Politecnico di Torino

● **La parola**

BOT

È l'abbreviazione gergale della parola robot. In informatica generale è un programma che accede alla Rete attraverso lo stesso tipo di canali usati dagli utenti «umani» (accede alle pagine web, invia messaggi in una chat, si muove nei videogiochi, ecc). Nei Paesi anglosassoni, per «Bot» s'intende un programma autonomo che nei social network fa credere all'utente di comunicare con un'altra persona

93%

Gli investitori online che nel 2013 hanno usato dei video come spot; il 65% ha usato YouTube

49

I miliardi di dollari che ogni anno sono investiti in pubblicità online negli Stati Uniti

