

Whatsapp introdurrà un abbonamento per evitare le pubblicità

Nel tentativo di monetizzare l'app, Meta sta introducendo gradualmente le **inserzioni pubblicitarie** all'interno del suo servizio di messaggistica più noto al mondo: **Whatsapp**. Parallelamente, come prevedibile, la società starebbe però sperimentando internamente anche un **piano in abbonamento** che consentirebbe agli utenti di rimuovere le pubblicità che verranno altrimenti inserite nelle sezioni Stato e Canali.

La prospettiva di un modello di sottoscrizione, sebbene non ancora ufficialmente confermata, emerge con chiarezza dall'analisi di [WaBetaInfo](#) della versione Android di WhatsApp Beta 2.26.3.9, portale specializzato che segnala la presenza di un servizio di abbonamento opzionale destinato agli **utenti dell'Unione Europea e del Regno Unito**. L'assenza di riferimenti ad altri Paesi suggerisce che la soluzione sia stata progettata *ad hoc* per conformarsi alle normative locali, una scelta coerente con la decisione di Meta di [rinviare](#) l'introduzione delle pubblicità in Europa, così da avere il tempo di intavolare un confronto con le **autorità di regolamentazione**.

Nel caso specifico, [c'è chi sospetta](#) che questa nuova mossa della Big Tech possa entrare in conflitto con il Digital Markets Act (DMA), rafforzandone la posizione dominante e contribuendo a normalizzare ulteriormente il **modello coercitivo del "pay or ok"**, il quale costringe gli utenti a scegliere tra la cessione dei propri dati e il pagamento di un abbonamento ricorrente. Meta, dal canto suo, ribadisce che le inserzioni non compariranno nelle conversazioni private, ma esclusivamente nella componente più social dell'app, e che **le "raccomandazioni" si baseranno unicamente su segnali generici** come le impostazioni di lingua, l'area geografica e le interazioni effettuate nella sezione Aggiornamenti.

La credibilità dell'azienda, tuttavia, non è delle più granitiche. Senza rispolverare vecchi scandali, nel 2023 il responsabile di WhatsApp, Will Cathcart, [aveva smentito](#) in modo netto un'inchiesta del *Financial Times* secondo cui Meta stava valutando già all'epoca l'introduzione di pubblicità e abbonamenti. Indiscrezione che, alla luce degli sviluppi attuali, appare tutt'altro che infondata. Inoltre, proprio in questi giorni, WhatsApp è finita al centro di una **causa legale internazionale con l'accusa** di aver travisato il livello di crittografia garantito dall'app. Secondo le contestazioni, Meta sarebbe in grado di conservare, accedere e analizzare una parte significativa dei messaggi scambiati dagli utenti: un'ipotesi che, se confermata, aprirebbe alla possibilità che i contenuti delle chat vengano condivisi con le autorità di polizia con estrema facilità.

Sul piano concreto, sembra comunque che Meta si appresti a introdurre su WhatsApp un modello molto simile a quello già adottato su Instagram e Facebook, il quale è a sua volta **oggetto di indagine da parte della Commissione Europea** per una [possibile violazione](#)

Whatsapp introdurrà un abbonamento per evitare le pubblicità

[del DMA](#). I costi ipotizzati, invece, si discosterebbero al ribasso rispetto a quanto visto sugli altri servizi del gruppo: al momento, le indiscrezioni parlano di un abbonamento che dovrebbe aggirarsi intorno ai **4 euro al mese**, contro i 7,99 euro richiesti dai due social network.



Walter Ferri

Giornalista milanese, per *L'Indipendente* si occupa di analisi nel campo della tecnologia, dei diritti informatici, della privacy e dei nuovi media, indagando le implicazioni sociali ed etiche delle nuove tecnologie. È coautore e curatore del libro *Sopravvivere nell'era dell'Intelligenza Artificiale*.