

NASCOSTO IN PIENA VISTA

Guerra cognitiva, pubblicità e il caso Naza.



Ciao, sono Matteo!

Sono professore a.c. di **Fondamenti di Sicurezza delle AI e delle SuperIntelligenze** *(European School of Economics)*, di **Corporate Reputation and Narrative Governance** *(Università di Pavia)* e di Intelligenze **Generative Artificial Intelligence** *(IAAD di Torino)*.

Sono docente presso le **Forze Armate Italiane** al **28° Reggimento "Pavia"** - responsabile delle operazioni *psicologiche (PSYOP)* - sul tema **"Il sesto dominio: intelligenza artificiale e guerra cognitiva"**. Già formatore per lo **European Youth Council**. in *"Tecniche di Polarizzazione e Depolarizzazione della Comunicazione"*.

Come imprenditore seriale, attraverso Samadhi Holding ho fondato **The Fool**, azienda leader in Italia nel settore **Governo delle Narrative**, e **The Magician**, un *atelier di advocacy e gestione delle crisi*, **LT42** azienda italiana di *legal-tech*, e sono **socio fondatore** di **42 Law Firm**, lo *Studio Legale per l'Innovazione*.

Con una profonda esperienza nel campo della **sicurezza informatica**, sono **Future Leader IVLP** del **Dipartimento di Stato americano** sotto l'amministrazione Obama nel programma *"Combating Cybercrime (2012)"*, sono presidente di **PermessoNegato APS**, l'organizzazione no-profit che sostiene le vittime di pornografia non consensuale e co-fondatore dell'**Hermes Centre for Digital Human Rights**.

Conduco in TV *"Intelligenze Artificiali"*, il primo programma italiano interamente dedicato all'IA su Mediaset/TgCom e ho presieduto la pagina *"Intelligenza Artificiale"* su Il Riformista. Docente e Keynote Speaker, 4 volte TEDx Speaker, ex podcaster per Forbes, da anni conduco **"Ciao Internet"**, il canale YouTube e podcast di **tech-policy più seguito in Italia**.

Convivo con un **bassotto di nome Bit**, non so **ancora** suonare un pianoforte.
Sono **ostinatamente nerd** e **irresponsabilmente idealista**.

the fool. DATA DRIVEN VALUE

The Magician

42LF THE INNOVATION LAW FIRM

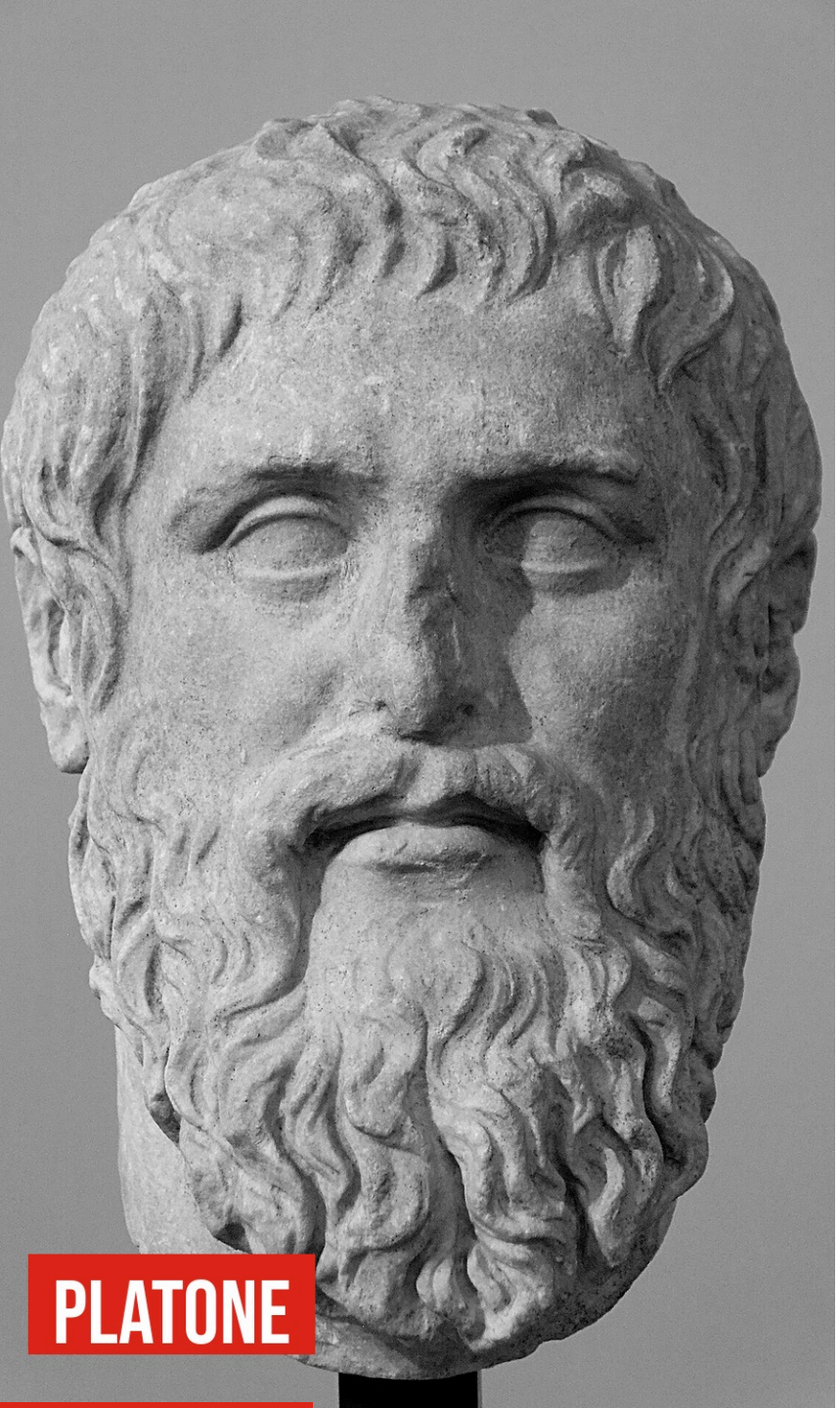
LT42 THE LEGAL TECH COMPANY

io.matteoflora.com



PARTE 1 · CHE COS'È

Perché una guerra che punta alle teste può permettersi di stare allo scoperto?



Le ombre sul muro

Incatenati in fondo alla caverna, i prigionieri prendono per realtà **le ombre che passano sul muro**.

Da Platone, La Repubblica, libro VII, circa 375 a.C.

IN PAROLE SEMPLICI

La guerra cognitiva spesso **non è subdola** e **sta allo scoperto**; solo che non sappiamo ancora **dove guardare**, e così non ci accorgiamo di quello che è **nascosto in piena vista**.



Che cos'è la guerra cognitiva

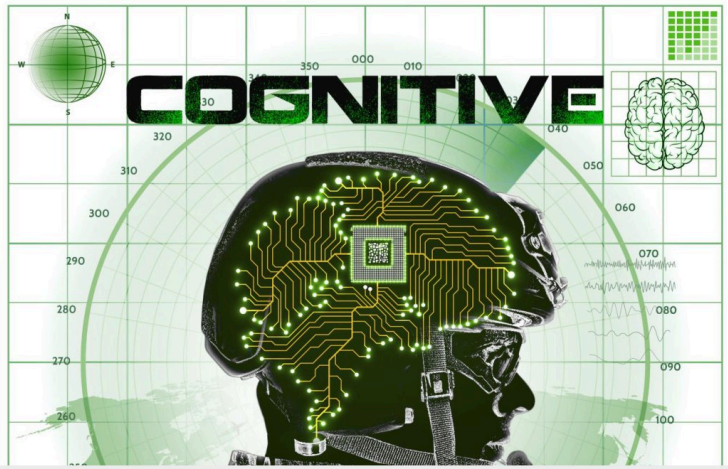
«Ciò che definirà **la vittoria** sarà la capacità di **imporre un comportamento desiderato** a un **pubblico scelto**»

François du Cluzel, Cognitive Warfare, NATO ACT Innovation Hub, 2021

IN PAROLE SEMPLICI

Il **bersaglio** è **quello che le persone pensano** e, subito dopo, **quello che fanno**.

Il sesto dominio



[...]

societies, such as those in the West. This knowledge can then be easily weaponised. It offers NATO's adversaries a means of bypassing the traditional battlefield with significant strategic results, which may be utilised to radically transform Western societies.

The instruments of information warfare, along with the addition of "neuro-weapons" adds to future technological perspectives, suggesting that the cognitive field will be one of tomorrow's battlefields. This perspective is further strengthened in by the rapid advances of NBICs (Nanotechnology, Biotechnology, Information Technology and Cognitive Sciences) and the understanding of the brain. NATO's adversaries are already investing heavily in these new technologies.

NATO needs to anticipate advances in these technologies by raising the awareness on the true potential of CW. Whatever the nature and object of warfare, it always comes down to a clash of human wills, and therefore what defines victory will be the ability to impose a desired behaviour on a chosen audience. Actions undertaken in the five domains - air, land, sea, space and cyber - are all executed in order to have an effect on the human domain. It is therefore time for NATO to recognise the renewed importance of the sixth operational domain, namely the Human Domain.



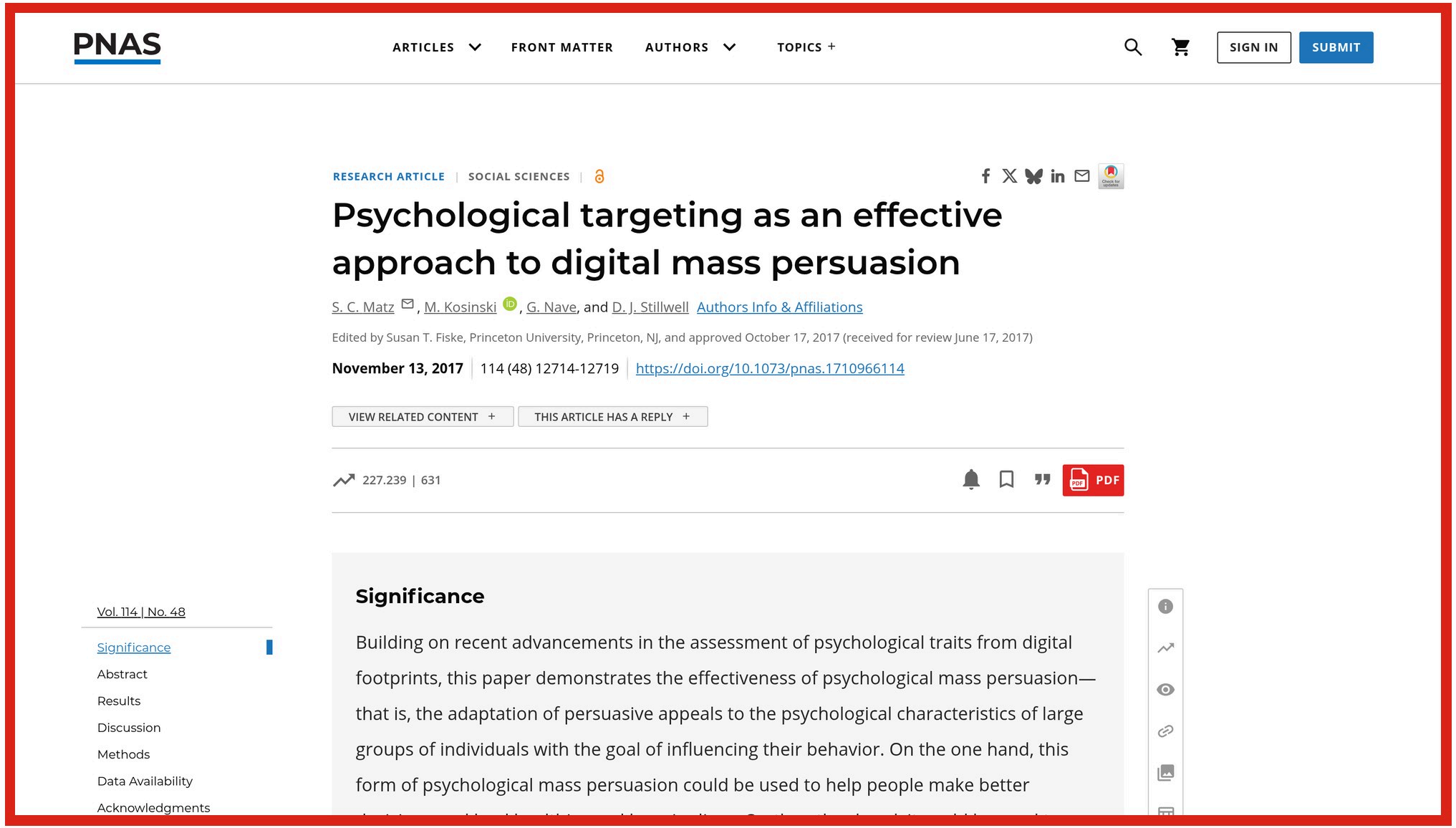
- **Terra, mare, aria, spazio e rete**: lo studio propone di aggiungere un **sesto dominio operativo, quello umano**
- È un **rapporto di ricerca** che dichiara di non parlare a nome della NATO, e **l'Alleanza quel dominio non l'ha adottato**
- Nel **2026** il **Chief Scientist della NATO** definisce la guerra cognitiva una **dimensione trasversale**, che passa da tutti gli altri domini

📘 *François du Cluzel (2021). Cognitive Warfare. NATO ACT Innovation Hub 🔗 · NATO STO (2026). Chief Scientist Research Report on Cognitive Warfare, p. 10 🔗*



PARTE 2 · DA DOVE VIENE

Che cosa ha imparato la guerra dagli annunci che vedete ogni giorno?



SOURCE *PNAS, Matz, Kosinski, Nave, Stillwell, «Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion», 13/11/2017*

Il motore è quello della pubblicità

Nel 2017 **Sandra Matz** e colleghi mostrano a **3,5 milioni di persone** annunci **cuciti sul carattere**, ricavato dai **like**: chi riceve quello adatto a sé **compra di più**.

Passo	Per vendere	Per convincere
Raccolta dati	like, ricerche, acquisti	**gli stessi dati**
Profilo	chi è sensibile a quale messaggio	chi è indeciso, chi è arrabbiato
Bersaglio	l'annuncio giusto alla persona giusta	il racconto giusto al **pubblico scelto**
Azione	il clic, l'acquisto	**il comportamento desiderato**

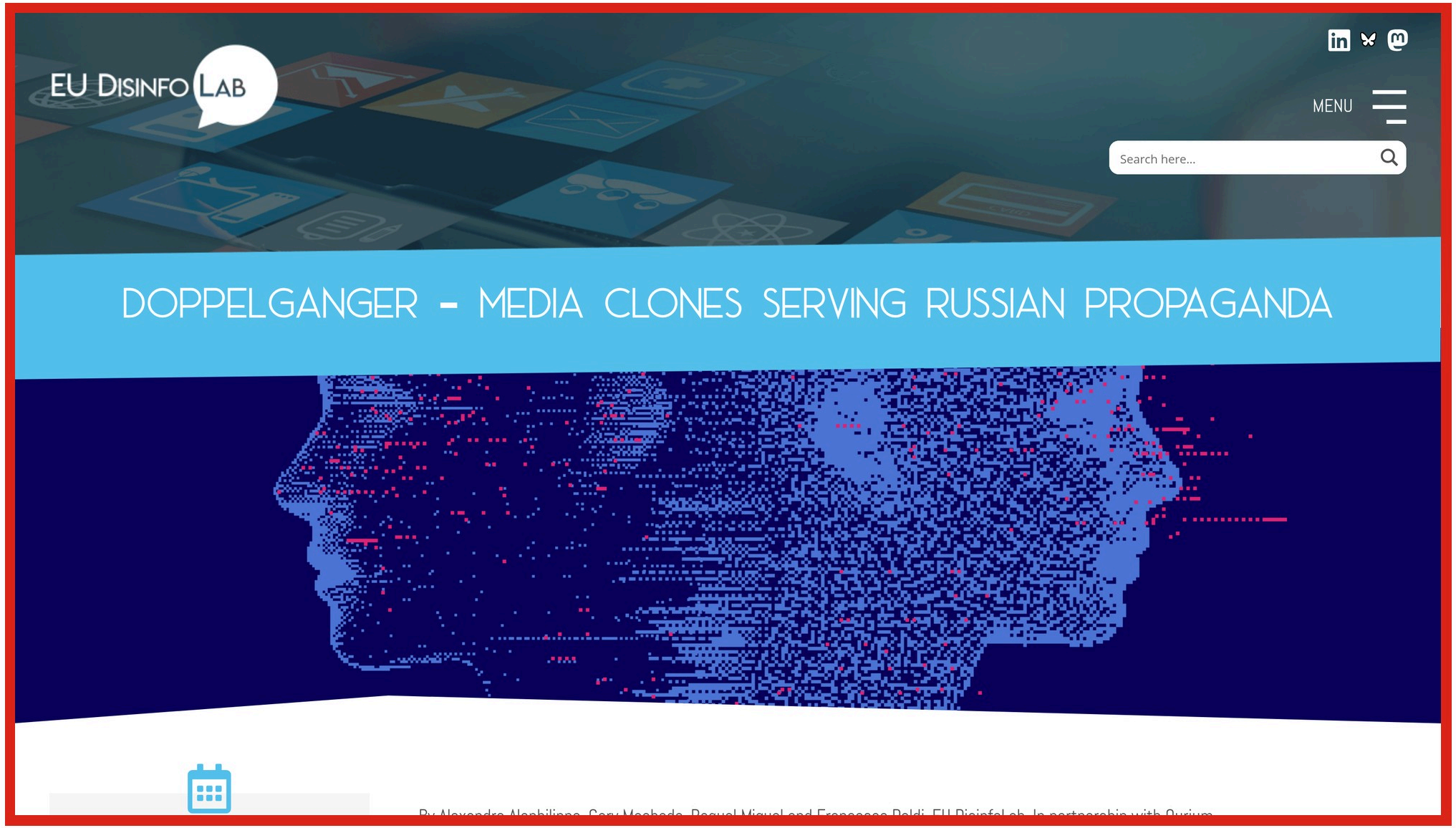
Sulla politica la **personalizzazione spinta** aggiunge poco (*Hackenburg e Margetts, 2024*): per come la leggo io, **la forza sta nell'arrivare al pubblico scelto**.

📘 *Matz, Kosinski, Nave, Stillwell (2017). Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion. PNAS 🔗 · Kosinski, Stillwell, Graepel (2013). PNAS 🔗 · Hackenburg, Margetts (2024). PNAS 🔗*



PARTE 3 · GLI ATTACCHI NOTI

Come si presenta una campagna quando qualcuno l'ha già scoperta?



SOURCE *EU DisinfoLab, «Doppelganger: media clones serving Russian propaganda», 27/09/2022*

Testate clonate

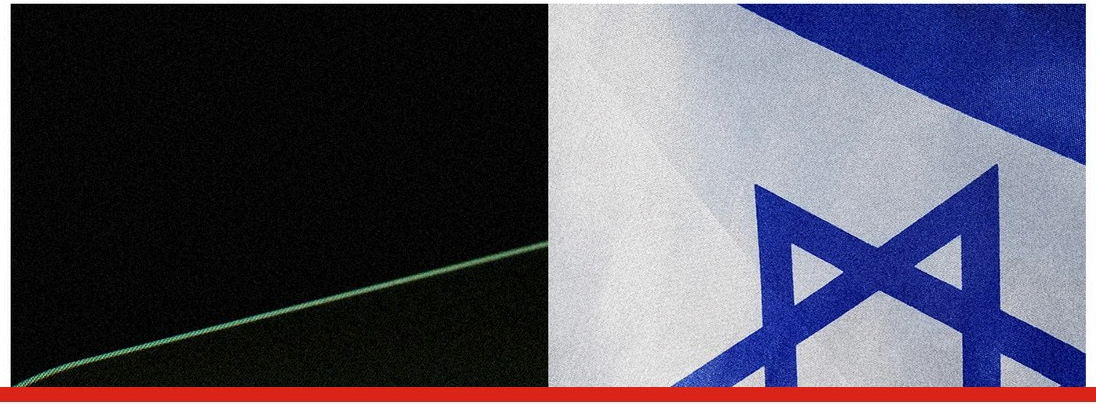
- Il **27 settembre 2022 EU DisinfoLab** documenta **Doppelganger**: **copie fedeli dei siti** di **Guardian, Bild, Spiegel e ANSA**, con sopra **articoli falsi**
- Almeno **17 testate** imitate e **decine di domini** comprati, **spinti con annunci e profili falsi**; **Meta** la chiama **«la più grande e complessa operazione di origine russa»** fermata dall'inizio della guerra in Ucraina
- Il **28 luglio 2023** **l'Unione europea sanziona** **Social Design Agency** e **Structura**, indicate fra i principali attori della campagna

📘 *EU DisinfoLab (27/09/2022). Doppelganger: media clones serving Russian propaganda 🔗 · Regolamento di esecuzione (UE) 2023/1563 🔗 · Meta (27/09/2022). Removing coordinated inauthentic behavior from China and Russia 🔗*

PARESH DAVE BUSINESS AUG 26, 2024 7:00 AM

Israel Is Buying Google Ads to Discredit the UN's Top Gaza Aid Agency

The UNRWA calls Israel's strategy of promoting alleged misinformation "destructive."



SOURCE *Wired, 26/08/2024*

Annunci di governo

- **UNRWA, 2024**: l'agenzia pubblicitaria del governo israeliano **compra annunci sulle ricerche** legate all'agenzia ONU per i rifugiati palestinesi; su **100 ricerche** in cui potevano comparire anche quelli di UNRWA USA, quelli dell'agenzia israeliana compaiono in **44**, quelli di UNRWA USA in **34**
- **Eurovision, maggio 2025**: la stessa agenzia compra annunci in **35 Paesi** per **invitare a votare la cantante israeliana**
- **La scala**: nel 2025 un impegno da circa **45 milioni di dollari** con Google per **YouTube** e la **pubblicità display**

📘 Wired (agosto 2024) 🔗 · EBU Spotlight (2025) 🔗 · Drop Site News (2025) 🔗



PARTE 4 · NAZA, IN PIENA VISTA

Che cosa trovavate in cima a Google se cercavate il film?

ESCLUSIVA TECNOLOGIA E CONTROLLO

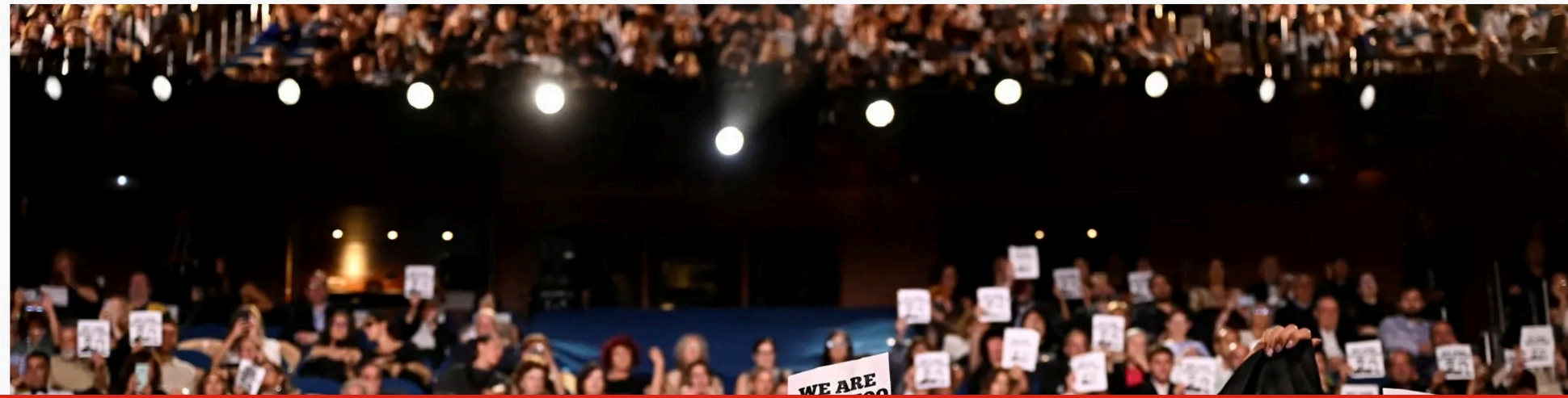
Naza, il governo di Israele cerca di oscurare il film documentario

L’agenzia governativa di Israele per la pubblicità ha pagato per sponsorizzare una pagina ombra, intitolata al documentario Naza vincitore a Venezia, ma che propone invece un contro-documentario favorevole all’esercito israeliano

Inchiesta

Raffaele Angius

21 Ottobre 2026

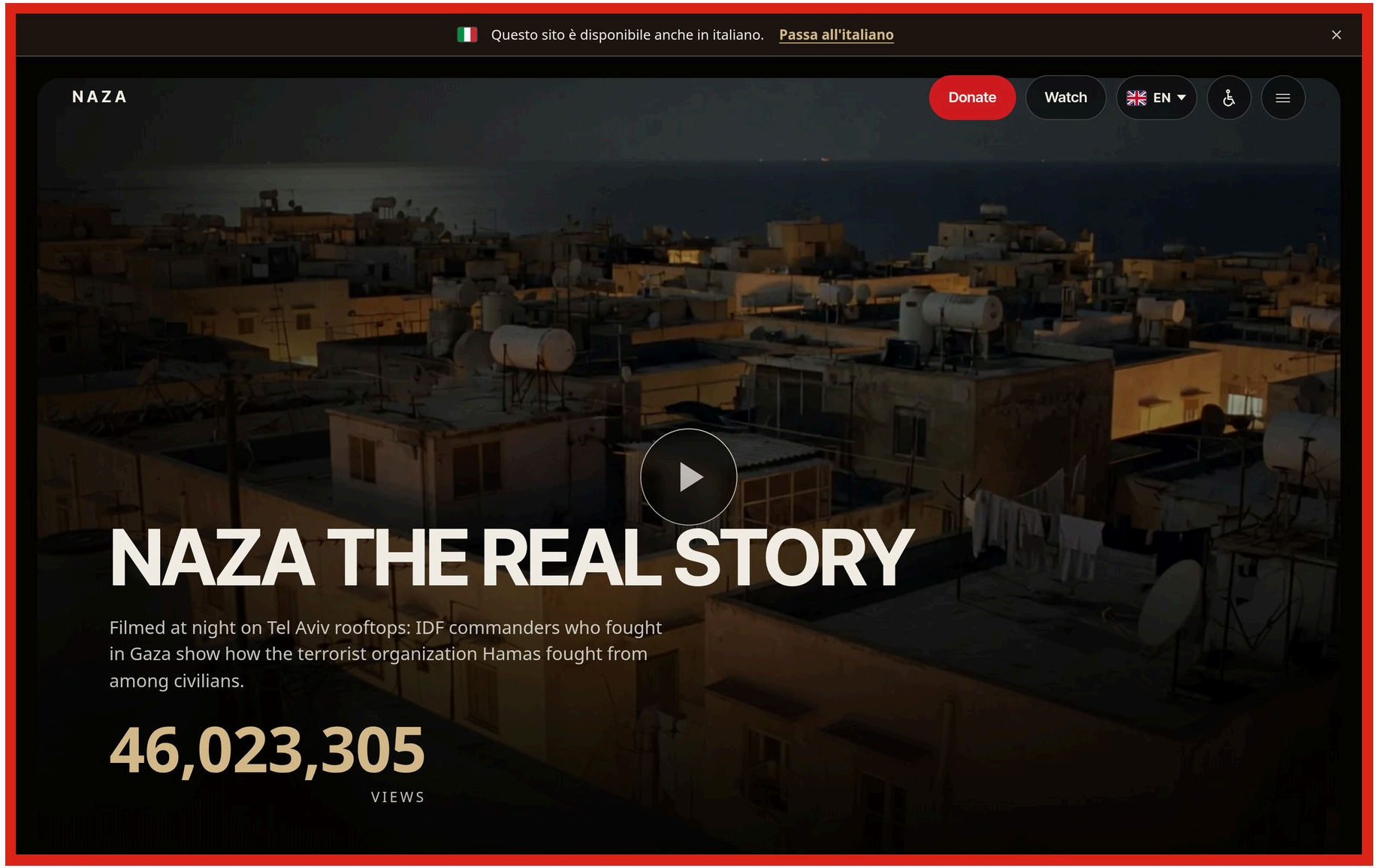


SOURCE *IrpiMedia, Raffaele Angius, 21/10/2026*

Cerchi il film, trovi l'altro

- ***NAZA***, premiato a **Venezia** il **10 settembre 2026**, è **il racconto di una parte** e ha dalla sua **festival e critica**; il **16 settembre** nasce nazadocumentary.com, con lo stesso nome e **il racconto dell'altra**
- Dal **7 ottobre** chi cerca «naza» su Google **trova in cima annunci che portano a quel sito**: prima in inglese, dal **15 ottobre** in altre sette lingue, **italiano compreso**
- Il **21 ottobre IrpiMedia** arriva all'inserzionista, **scritto nel registro pubblico di Google**: la **Israeli Government Advertising Agency**, l'agenzia che compra la pubblicità per il governo israeliano

IrpiMedia (21/10/2026)

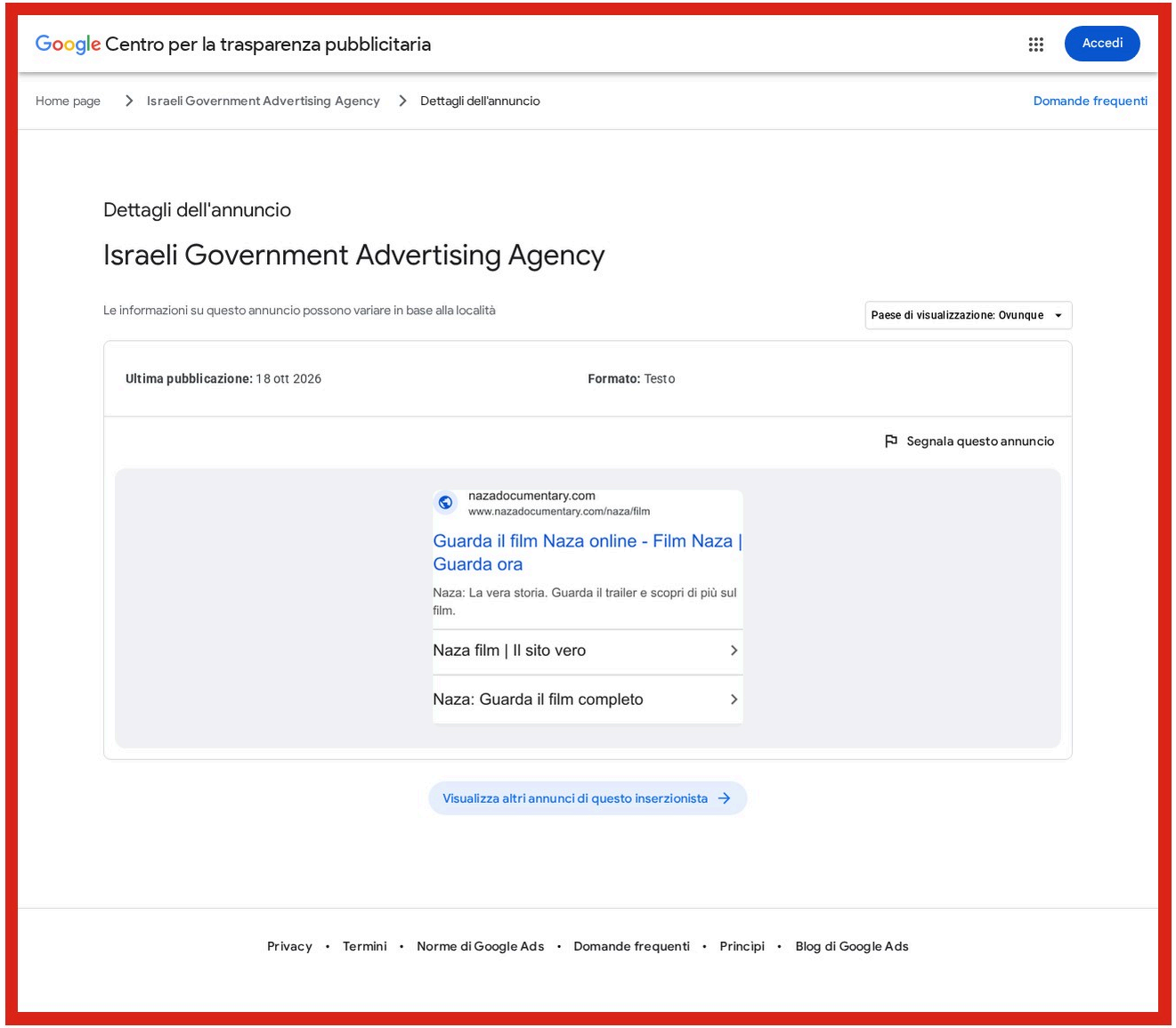


SOURCE *nazadocumentary.com, copia della Wayback Machine del 13/11/2026*

Un sito costruito per sembrare quello giusto

- Registrato su **Cloudflare** **con il proprietario oscurato**, ospita ***NAZA: The Real Story***: **49 minuti** firmati da **due ufficiali di riserva** e un **montatore**, che **dichiarano di averlo pagato da soli**
- Il contatore segna **46 milioni** di visualizzazioni; il **14 ottobre Al Jazeera** ne contava **43,7 milioni** sul sito e **meno di 130.000** su YouTube, e **quella differenza il sito non la spiega**
- Intorno, **watchnaza.com** e **whatisnaza.com** si presentano come **guide neutrali al film premiato** e rimandano qui; in cima alla pagina, per noi, **«Passa all'italiano»**

📘 *Al Jazeera (15/10/2026) 🔗 · Internet Archive, nazadocumentary.com (13/11/2026) 🔗*



SOURCE *Centro per la trasparenza pubblicitaria di Google, annuncio del 18/10/2026*

Quattro mosse da manuale

L'annuncio presenta nazadocumentary.com come **il sito autentico del film**: **contropropaganda che livella la potenza di fuoco**, in **quattro mosse** del catalogo **DISARM**.

Mossa	Tecnica DISARM	Nel caso NAZA
Occupare il vuoto	T0102.003 Exploit Data Voids	chi cerca «guarda Naza» **trova poco**
Il sito sosia	T0149.003 Lookalike Domain	nato **sei giorni** dopo la prima
La parola chiave	T0049.006 Keyword Squatting	**«NAZA: The Real Story»**, 49 minuti
La posizione comprata	T0018 Purchase Targeted Advertisements	**23 annunci**, 17 di testo in **8 lingue**

📘 Google Ads Transparency Center, inserzionista AR00827556497616535553 🔗 · DISARM Foundation. DISARM Red Framework 🔗

TECNOLOGIA E CONTROLLO

Dopo il nostro articolo su Naza, Google ha rimosso gli annunci finanziati dal governo israeliano

Israele finanziava la promozione sul motore di ricerca di una finta versione del documentario Naza. Su nostra segnalazione, Google ha dovuto riconoscere la violazione delle proprie regole

Inchiesta

Raffaele Angius

30 Ottobre 2026

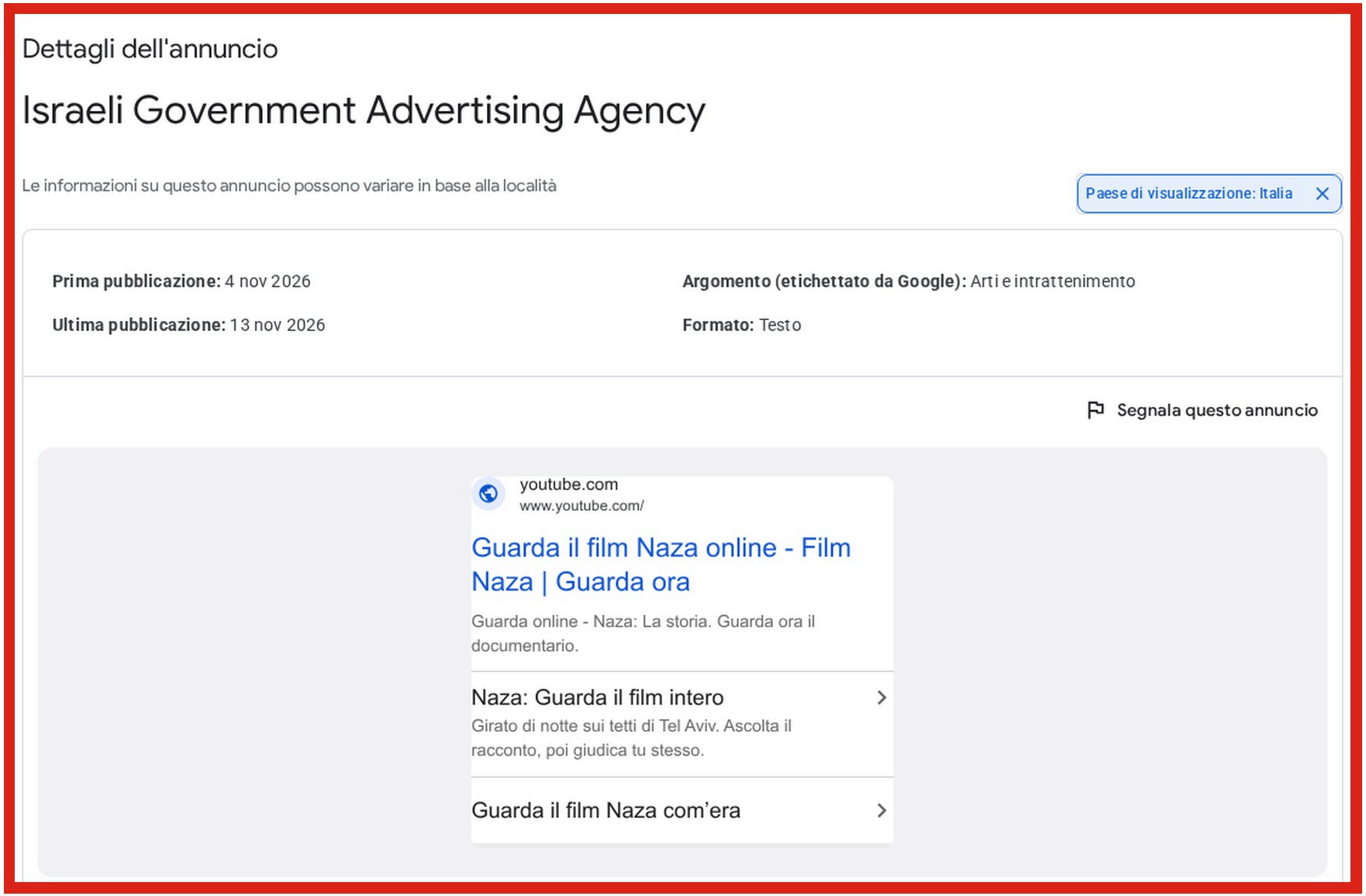


SOURCE *IrpiMedia, Raffaele Angius, 30/10/2026*

Ottobre: spariti

- Il **23 ottobre** **i 23 annunci su NAZA non sono più nel registro** di Google, mentre **101 degli altri 103** annunci dello stesso inserzionista **restano**
- Il **30 ottobre** Google lo conferma a **IrpiMedia**: **«A seguito di una verifica, abbiamo rimosso gli annunci in questione poiché violavano le nostre policy pubblicitarie»**
- Google **non spiega come fossero passati** e ricorda che **i governi possono continuare a comprare pubblicità**; **AGCOM**, Coordinatore dei servizi digitali per l'Italia, **non ha risposto**

📘 *Raffaele Angius, IrpiMedia (30/10/2026)* 🔗



SOURCE *Centro per la trasparenza pubblicitaria di Google, annuncio mostrato in Italia dal 4/11/2026, consultato il 13/11/2026*

Novembre: di nuovo in cima

- Dal **4 novembre**, in Italia, **compaiono due annunci di testo nuovi dello stesso inserzionista**; l'ultima apparizione registrata è del **13 novembre**
- Il testo: **«Guarda il film Naza online»**, e sotto «Girato di notte sui **tetti di Tel Aviv**. Ascolta il racconto, poi giudica tu stesso.»
- Adesso portano a **youtube.com**, e la frase sui tetti di Tel Aviv **traduce quella con cui il sito sosia presenta «The Real Story»**: **annunci nuovi, stessa mossa**

📘 Google Ads Transparency Center, annunci CR15630878070372564993 e CR15457208009742090241, controllo del 13/11/2026 🔗



PARTE 5 · ESTOTE PARATI

Dove guardiamo, adesso che sappiamo che è tutto allo scoperto?

Il buco

- Il regolamento europeo sulla pubblicità politica, **(UE) 2024/900**, copre i messaggi degli **attori politici**, e un **governo fuori dall'Unione** non lo è; restano i messaggi intesi a influenzare elezioni, voto o leggi, e **un annuncio su un film**, *per come la leggiamo noi*, **ne resta fuori**
- Google dall'**ottobre 2025** **non accetta più pubblicità politica nell'Unione**, quindi resta la sua norma sulla **rappresentazione ingannevole**, **che Google applica quando lo decide Google**
- Fra una **legge che non copre il caso** e una **norma privata**, **il controllo lo fa chi apre il registro**: giornalisti, ricercatori, e **chiunque in questa sala abbia dieci minuti**

📘 *Regolamento (UE) 2024/900, art. 3, punti 2 e 4 🔗 · Google (14/11/2024). Aggiornamento sulla pubblicità politica nell'UE 🔗*

Domattina

- **Aprite il registro** 🔗: il centro trasparenza degli annunci di Google; cercate **un nome, un tema o un Paese**; **è gratis e ci vogliono dieci minuti**
- **Salvate le prove prima di scrivere**: **schermata, data e codice** dell'annuncio, perché **gli annunci spariscono e a volte tornano** con un altro codice
- **Mappate i vostri vuoti**: le parole che il vostro pubblico **cercherà domani** e su cui oggi non c'è niente, prima che qualcun altro ci compri **la prima riga**

🛡️ **La difesa cognitiva si fa prima**: quando qualcuno se ne accorge, **la prima riga l'ha già comprata qualcun altro**.

ESTOTE PARATI

Le ombre sono sul muro, e **il nome di chi le proietta** è scritto nel registro: **basta voltarsi a guardare**

io.matteoflora.com

