

Google dément le lancement de Newspass

« Des discussions sont en cours entre Google et les éditeurs, c'est vrai, mais il n'y a rien de confirmé pour le moment. Ce qui avait été évoqué, c'est l'extension de Google Newspass via le système de paiement en ligne Checkout. Par contre, le lancement d'un outil de monétisation n'est pas prévu pour l'instant », affirme Google France.

Contrairement à ce qu'annonçait [le quotidien italien la Repubblica](#) le 17 juin, il semblerait bien que le moteur de recherche américain ne soit pas prêt de lancer son service Newspass. « Ce n'est pas la première fois que ces informations fuient, ajoute le service presse de Google France, déjà en septembre 2009, les médias en avaient parlé... » Mais non, toujours rien.

Pas de Newspass, mais Fast Flip, Living Stories et First Click Free

Ce qui est vrai, par contre, explique Google France, c'est « l'expérimentation de diverses technologies issues de ces discussions entre le moteur de recherche et les éditeurs ». Elles concernent notamment des titres de presse américains, volontaires pour tester ces nouvelles technologies.

Parmi elles, [Fast Flip](#), « un format plus magazine », accessible depuis Google Labs et lancée l'année dernière au mois de septembre. Au contraire de Google News, qui ne présente que le titre et le début de l'article mis à disposition gratuitement par les éditeurs, cette application propose l'ensemble de la page hébergeant l'article sous forme d'une capture d'écran. L'internaute a la possibilité de se rediriger vers le site de l'éditeur et a ainsi accès au reste de l'article.

Egalement lancée à la fin 2009, [Living Stories](#), une application à disposition des journaux en ligne. Cette technologie, devenue *open source* en février 2010 avec l'arrêt du projet, permet de consulter un sujet donné dans un média en particulier. Le *New York Times* et le *Washington Post* participaient à l'expérimentation. « Les éditeurs nourrissent eux-mêmes ces pages », indique Google France.

Existe aussi [First Click Free](#) depuis 2002. Les internautes disposaient d'un accès aux contenus premium de certains éditeurs « volontaires ». Mais compte-tenu des abus, les éditeurs ont restreint l'accès à leurs contenus. Depuis décembre 2009, les éditeurs autorisent donc les internautes à un certain nombre de « clics » sur différentes pages de leurs contenus payants tout en s'acquittant d'une somme fixée par l'éditeur. Autant de projet à travers lesquels Google poursuit ses dialogues, parfois tendus, avec la presse.