

Google enterre les pubs Flash dans Chrome

Souvent pointée du doigt par les experts en sécurité, la technologie Flash a de moins en moins la cote auprès des géants de l'IT. Apple et son fondateur Steve Jobs l'avaient déclaré *persona non grata* sur les différents OS maison. Plus récemment, le directeur de la sécurité de Facebook, Alex Stamos (ancien RSSI de Yahoo), expliquait sur Twitter : « *il est temps pour Adobe d'annoncer la date de fin de vie de Flash* ». Idem pour les responsables de Firefox qui avaient, en représailles de failles découvertes lors du [piratage de Hacking Team](#), bloqué temporairement les contenus Flash dans le navigateur.

Google n'est pas en reste dans ce concert de diatribes contre Flash. Au mois de juin dernier, la firme de Mountain View a testé « *la mise en pause* » de l'exécution automatique des contenus Flash au sein du navigateur. Dans un post sur [Google+](#), elle explique aujourd'hui que cette fonctionnalité va devenir la règle sur la version stable de Chrome. Par défaut, les utilisateurs vont devoir interagir pour voir les publicités réalisées en Flash. Les vidéos ne sont pas concernées par ce blocage.

Pour Google, cette politique vise à pousser les développeurs et les régies publicitaires à adopter d'autres formats pour les contenus secondaires d'une page web. La société pousse notamment à l'adoption du HTML5. Google a indiqué ainsi que les publicités d'Adwords seraient automatiquement converties au format HTML5 dans le navigateur.

A lire aussi :

[Adobe Flash n'est plus le bienvenu chez Amazon](#)

[Adobe corrige de nouveau 34 failles de Flash](#)