

One Pass, le kiosque numérique de Google en réponse à Apple

Après Yahoo Livestand (lire l'actualité de notre confrère l'Espresso.fr) et Apple (via l'App Store) c'est le géant américain Google qui a lancé hier, mercredi 16 février, One Pass, « un service de vente en ligne destiné aux éditeurs de presse ».

Cette plate-forme accessible depuis tout type de support (téléphone mobile, ordinateur, ou encore tablette) va permettre aux éditeurs de journaux ou de magazines de proposer du contenu en ligne. **Ils pourront définir leur propre modèle économique** et ainsi choisir entre l'abonnement, la vente d'articles à l'unité ou encore mettre à disposition gratuitement du contenu pour leurs abonnés papier. Enfin ils pourront également proposer des offres ciblées pour leurs clients grâce à certaines informations personnelles qui seront mises à leur disposition.

Selon **Philippe Colombet**, directeur de Google Actualités France, ce système « est une étape dans la valorisation de l'information payante, c'est une plate-forme technologique pour faciliter ces micro-paiements aussi bien pour l'éditeur que pour l'internaute ».

En France, **Le Nouvel Observateur est le premier titre de presse à tester One Pass**. Mais des partenariats ont également été conclus à l'étranger avec Tomorrow Focus, Gruner&Jahr, Axel Springer en Allemagne, Prisa en Espagne et Rust Communications aux Etats-Unis. Et à ce jour, *One Pass* est aussi disponible en Italie, au Royaume-Uni et au Canada.

Pour attirer les groupes de presse et concurrencer Apple, Google a décidé de pratiquer des tarifs beaucoup plus attractifs. L'outil technologique est donc gratuit pour les éditeurs. En revanche Mountain View prélèvera **10% de commission sur chaque transaction** contre 30% pour la firme de Cupertino. Mais étant donné que *One Pass* est disponible sur toutes les plates-formes, Google pourrait générer plus de profits puisque Apple ne percevra des recettes que pour les transactions réalisées sur ses appareils.

L'ère du «tout gratuit» sur Internet semble donc connaître un tournant majeur avec le développement de ces plates-formes de diffusion ouvrant l'accès à un modèle économique en ligne potentiellement viable pour la presse.