

Sous la pression des éditeurs de presse, Google lâche du lest

Google vient de décider de modifier les paramètres de consultation des articles de presse mis en ligne. Désormais, les internautes ne **pourront plus accéder sans limite au contenu premium d'un éditeur en ligne** en passant par le moteur de recherche.

Il faut dire que grâce au dispositif *First Click Free*, il était possible de consulter gratuitement des articles pour lesquels il était nécessaire de payer un abonnement « Premium ». Ce dispositif mis au point, en principe, afin de **lutter contre le cloaking** va donc être enlevé. La méthode permettait d'afficher des pages différentes en fonction de certains paramètres comme l'adresse IP ou le navigateur. Cette fois, [Google](#) estime que les sites Internet doivent afficher le même contenu quelles que soient les conditions d'affichage ou de navigation.

Afin de modifier sa politique de consultation, Google a donc proposé aux éditeurs de limiter à 5 consultations gratuites les articles de leurs sites. Désormais, les éditeurs peuvent bloquer la lecture de leurs articles sur les services de Google. **Le premier clic est donc gratuit**, la suite sera à mettre au crédit du portefeuille de l'internaute.

Google joue donc l'accalmie car cette manœuvre va dans le sens de celui de **Rupert Murdoch**, magnat de la presse et propriétaire de News Corp. Murdoch a récemment **menacé d'empêcher l'indexation de ses sites médias** tels que *The Times*, *The Wall Street Journal*, *The Sun* ou encore du *New York Post* afin de développer son propre modèle payant en ligne. Reste donc un choix à faire, celui de laisser ses pages être indexées par les robots de Google ou d'établir un modèle payant propre.

Une décision qui fera, sans aucun doute, date dans l'histoire de la presse en ligne.