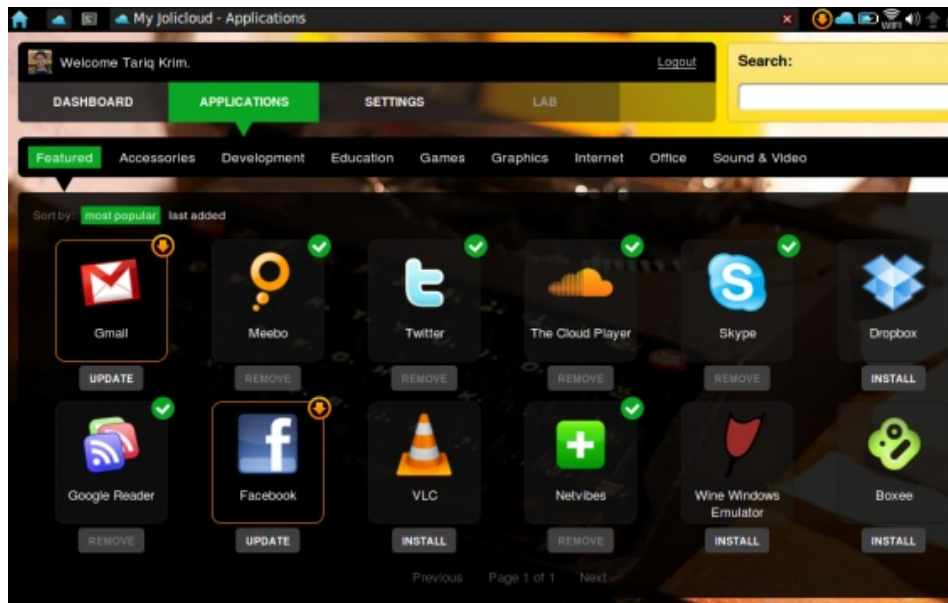


# GOOGLE VEUT RÉVOLUTIONNER L'INFO PAYANTE: MAIS QUE VENDRE ?

LE 10 SEPTEMBRE 2009 BENOIT RAPHAËL

Oubliez l'Apple Keynote d'hier soir (toujours rien sur l'Apple Tablet...), cette semaine, c'est Google qui fait l'événement. Et en mettant justement les pieds dans l'un des bastions les plus prometteurs d'Apple: le micropaiement. Que propose Google ? Tous les contenus doivent être accessibles, continue de plaider le géant américain, mais cela ne veut pas dire qu'ils doivent [...]



Oubliez l'Apple Keynote d'hier soir (toujours rien sur l'Apple Tablet...), cette semaine, c'est Google qui fait l'événement. Et en mettant justement les pieds dans l'un des bastions les plus prometteurs d'Apple: le micropaiement.

## Que propose Google ?

Tous les contenus doivent être accessibles, continue de plaider le géant américain, mais cela ne veut pas dire qu'ils doivent être gratuits.

**Google va donc proposer dès l'année prochaine un système de micropaiement aux internautes.**

Cherchez avec Google, payez avec "**Google Checkout**" (le nom de ce nouveau service).

Les applications envisagées iront de l'abonnement mensuel, à l'achat à l'unité jusqu'au paiement de packs de contenus émanant de plusieurs publications. Par exemple: un Top 10 des contenus éco du jour.

Comme Apple avec AppStore, ou comme avec son propre "**Android Market**" (le service d'applications mobile de Google) Google prendra 30% sur ces transactions.

Cette annonce, qui est en fait une réponse à une requête lancée par la **NAA (Newspapers Association of American) sur la monétisation des contenus des journaux sur Internet**, pourrait bien annoncer une vraie révolution.

Pourquoi ? Parce que le modèle du tout gratuit sur Internet est en crise.

Mais surtout parce que la proposition émane de Google. Et que Google est l'une des rares firmes (avec Apple sur le mobile) à pouvoir proposer un système unitaire de micropaiement = Google organise l'information sur Internet, Google démocratise le système du "single-sign-on" (un seul compte pour plusieurs services), demain Google proposera le système de paiement sur les contenus qu'elle organise.

Voici le document envoyé par Google à la NAA :

### **Google's proposal to the Newspaper Association of America**

J'avais déjà évoqué ce débat du gratuit/payant il y a trois ans sur ce blog, à la suite **d'une discussion que j'avais eu en juin 2006 avec Nathan Stoll, le patron de Google News**, à l'issue d'une conférence. Il nous disait : *"Je ne suis pas pour le tout gratuit. Si payer est pratique pour les gens, alors il faut faire payer. Mais rien ne bougera tant que payer 1\$ sur Internet sera compliqué pour le client"*.

Je n'ai pas changé d'avis.

Si Google démocratise le micro-paiement, et l'inclut de façon "indolore" dans le parcours de recherche de l'internaute, il y a fort à parier que cela entraînera une nouvelle mutation de l'écosystème de l'info.

#### **Une question demeure : que peut-on vraiment vendre ?**

Le parallèle avec iTunes a ses limites. Un morceau de musique est un contenu indivisible, qu'il faut pirater si on veut l'écouter sans payer, et dont on profitera toute sa vie. Une info, c'est beaucoup moins concret. Une info, une fois qu'elle est entrée dans le domaine public, perd sa valeur et peut être partagée gratuitement sans passer par la case copier-coller. Difficile de la vendre, même avec un système aussi "indolore" que le micro-paiement.

Le modèle payant dominant aujourd'hui est celui de l'abonnement premium. Un vrai come-back, même s'il a plus de dix ans.

Mais il relève en fait du modèle "freemium": il ne repose pas spécifiquement sur la vente de contenus mais plutôt l'appartenance à un club, le soutien à une cause, l'achat de services. On crée du trafic en mettant à disposition gratuitement des contenus, et on fait payer des services.

Mais pas, à proprement parler, de vente de contenus d'info.

#### **Y-a-t-il d'autres pistes ?**

Revenons à la révolution Apple, qui semble se faire couper l'herbe sous les pieds avec le projet de Google.

Sur quoi repose cette révolution ? Avec le iPhone, Apple a bouleversé l'écosystème de l'info sur mobile. Et donc de l'info online puisque la mobilité est la prochaine étape du Net.

#### **Revoyons ces étapes :**

**1- Années 90:** l'ère WWW. L'info est organisée en rubriques sur le site Internet du média

**2- Années 2000:** l'ère Yahoo. L'info est rassemblée non plus sur des sites mais sur des portails

**3- Années 2002-2008:** l'ère Google et le web 2.0. L'info est fragmentée et s'organise autour des contenus organisés par Google.

**4- Années 2010:** l'ère iPhone et NetPC. L'info s'organise autour des applications téléchargées sur votre device mobile (Net PC, iPhone ou GooglePhone).

On pourrait s'amuser à faire un classement des médias pour voir à quelle étape ils sont restés... Et vous, à quelle étape vous situez vous ?

#### **L'étape 4, c'est donc celle de l'application.**

Elle s'est démocratisée avec l'iPhone et Android. Elles sont en train de se développer sur les Net PC. C'est l'une des grandes idées de **Jolicloud (par Tariq Krim, fondateur de Netvibes), dont la version bêta vient d'être lancée.**

Et l'on se rend compte que ces applications se vendent plutôt bien, grâce au micro-paiement d'Apple (le modèle iTunes) et qu'elles vont également permettre (depuis cet été) d'acheter en un seul click des services et des contenus.

Et si nous pensions les contenus d'info de demain comme des applications ? A quoi pourrait ressembler une appli-documentaire, par exemple ?

Nous n'avons pas fini de re-penser l'info sur le réseau.

—

**> Un article initialement publié sur le blog de Benoît Rapahël : Demain, tous journalistes ?**

## ADMIN

le 10 septembre 2009 - 17:41 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



**A l'heure à laquelle ce billet est cross-posté, Mikiane a apporté en commentaire un complément d'information qu'il nous semble intéressant de republier ici >**

"Benoit, Google Checkout est loin d'être nouveau.

Cette annonce est très étonnante de la part de Google (la firme s'est battie sur le principe du tout gratuit!)

Est-ce un effet Murdoch? Ca m'étonnerait.

Dans une économie de l'abondance ce qui a de la valeur ce n'est pas le contenu lui même. Il est abondant, donc sans rareté, donc à prix nul. Ce qui a de la valeur c'est ce qui nous permet de sortir du chaos de contenus dans lequel nous baignons...

La valeur c'est le filtre. C'est le "Lien" au sens large, c'est à dire le contenu dans un contexte, en rapport à un lieu, un moment, un lecteur, un format...

A ce propos j'avais planché sur Les contenus à l'heure de l'abondance:<http://mikiane.com/node/2009/05/18/les-contenus-lheure-de-labondance>

Jeff Mignon avait apporté des éléments de réponse intéressants:<http://www.youtube.com/watch?v=A5PAOEt3nrM>

Pour finir, je pense que cela reste une affaire de concurrence. Il y aura toujours un acteur pour proposer un service de même qualité à un cout inférieur, voir nul (gratuit), ou même négatif (consommateur rémunéré...). Le dernier cas de figure n'est pas impossible: Quand Eric Schmidt compare Google à une banque, il prépare peut-être cette nouvelle étape. Il fait le parallèle entre l'époque où on stockait l'argent dans les matelas à celle où on stockait nos données sur des disques locaux; Il dit notamment que nous commençons à stocker nos datas chez Google pour des raisons de sécurité et parcequ'elles ont plus de valeur quand elles sont mises en commun. Bientôt peut être seront nous rémunéré pour cela...?"

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LIEN RÉPONDRE

## FLESSARD

le 11 septembre 2009 - 0:55 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



je suis d'accord avec Media Hacker, la valeur c'est le filtre. Google a intérêt à une augmentation de la disponibilité de l'information. Si tous les journaux disparaissent, seul les blogs, wiki et twitters pourront créer de l'information, c'est moins prometteur. Avec le micro paiement pour les créateurs d'information, journaux, pigistes et autres, cela pourraient être la bouée de sauvetage. L'écosystème de l'information serait en croissance. C'est là que je suis d'accord pour dire que c'est une révolution et l'idée de l'application-documentaire est une des pistes à explorer.

Google cherche à stimuler les marchés secondaires pour y créer de la concurrence. Son marché principale c'est le moteur de recherche. Tout ce qui amène de l'eau à son moulin est bon pour lui. Que les marchés secondaires soient hyper saturés de compétition n'est que de bonne augure pour eux. La stratégie de OS CHROME est en droite ligne dans cette stratégie, augmenter la compétition et la compétences entre les browsers pour augmenter la fluidité sur le net pour la recherche d'info.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LIEN RÉPONDRE