

AOL : encore deux années à la baisse

« Dans le passé, nous avons investi beaucoup d'argent dans les infrastructures des activités d'accès et dans la conquête de nouveaux clients. Cela est terminé. Le chiffre d'affaires devrait de nouveau augmenter par la suite. »

Jonathan Miller, directeur général d'AOL, a rappelé lors d'un entretien avec le quotidien allemand *Die Welt*, les objectifs de son groupe : *« Peut-être que dans encore deux ans, nous y serons. (?) Mais pour nous, la rentabilité sera la priorité durant cette période. »*

Pour cela, le groupe abandonne ses activités d'accès Internet en Europe (revendues en Allemagne, en France et en Grande-Bretagne, pour 1,6 milliard d'euros) au profit de son portail, et suit la tendance à tout miser sur les contenus ouverts et les recettes publicitaires.

D'ailleurs, ces dernières ont progressé de 40 % au second trimestre, à 449 millions de dollars. Ce qui cependant n'a pas suffi à compenser le recul de son chiffre d'affaires avec la perte continue d'abonnés. Sur la même période, il a reculé de 2 % à 2 milliards de dollars.

AOL continuera de consolider son offre, mais va donc mettre fin à sa politique de renforcement de son infrastructure et d'acquisition de clients qui a marqué l'évolution du groupe ces dernières années dans une course effrénée pour conserver ses abonnés, perdue lorsque le groupe n'a pas su prendre le virage du DSL.

Le portail devrait en particulier renforcer son offre sur les réseaux sociaux, et serait à ce propos en discussion avec Facebook, un des concurrents de MySpace. Mais la surenchère de Google sur YouTube a modifié la donne sur ce marché en plaçant désormais la barre du prix très haut. Il n'est d'ailleurs pas dit que Yahoo, lui aussi intéressé par Facebook, suive sur cette voie du prix.

Reste que l'avenir d'AOL au sein de Time Warner est toujours aussi incertain. Jonathan Miller se veut pourtant rassurant quant à la perspective d'une vente du portail : *« Pour une entreprise, rien n'est jamais totalement exclu. Mais cela n'aurait pas beaucoup de sens. La plupart des entreprises de médias cherchent un moyen d'être présent dans les activités numériques. »*

L'introduction en Bourse est également une option. Mais là encore, comme le rappelle Jonathan Miller, ce n'est qu'une 'option'.

En tout cas, AOL entend maintenir sa présence en Europe, et même la déployer dans la plupart des pays qui composent le continent, dans les 5 ans?