

# AOL : la grande braderie

Tout comme Vivendi Universal, le numéro un mondial des médias, l'américain AOL Time Warner va devoir se séparer de nombreuses filiales afin de sortir la tête de l'eau. Il s'agit de réduire la dette à 20 milliards de dollars contre 26 actuellement.

Le directeur général d'AOL, Richard Parsons, a précisé que le groupe voulait sortir des segments de marché sur lesquels il n'a pas la taille nécessaire pour affronter la concurrence. C'est le cas de l'édition littéraire. L'entreprise espère retirer 400 millions de dollars de la vente de cette division, qui inclut Warner Books et Little Brown & Co. AOL Time Warner pourrait également se séparer de ses trois équipes sportives d'Atlanta et de ses participations dans les chaînes câblées Court TV (spécialisée dans la retransmission de procès) et Comedy Central. **Introduction en bourse** Des rumeurs de cessions de la maison de disque Warner ont également circulées. Le britannique EMI aurait ainsi ouvert des « discussions informelles » sur la possibilité d'un rapprochement avec Warner Music, selon des sources proches des deux groupes. *« Je ne veux pas que quiconque (...) croie que nous sommes en train de solder »*, a prévenu Richard Parsons. Pourtant cela y ressemble fortement... Enfin AOL compte introduire en bourses ses activités de télévision câblée. Mais Richard Parsons a reconnu que le projet, dont le directeur financier Wayne Pace a fixé la mise en oeuvre au deuxième trimestre, pourrait être compromis si la guerre était déclarée contre l'Irak. **AOL et Hughes Electronics: le divorce**

Le câblo-opérateur Hughes a annoncé qu'il mettait fin à son partenariat signé avec AOL en 1999. La filiale de General Motors évite ainsi les engagements pris vis à vis d'AOL, et notamment la promesse de dépenser près d'un million de dollars en publicité afin de promouvoir leurs activités communes.

Cette association a été scellée à l'époque de la bulle internet. AOL avait investi dans le câblo-opérateur 1,5 milliard de dollars! L'objectif était de permettre à AOL de disposer d'une couverture nationale pour déployer AOL TV (télévision interactive) et AOL Plus (internet haut débit). En échange, AOL avait accès aux décodeurs de Hughes et aux 200 chaînes digitales proposées par DirecTV, le service par satellite de Hughes.