

AOL se lance dans la bataille du webmail gratuit. Avec de la voix

Il ne manquait plus que lui. AOL rejoint aujourd'hui le front dans la guerre des webmails gratuits avec 'AIM Mail'. Dans cette bataille, les forces en présence se tirent la bourre depuis plus d'un an: Google et son Gmail, Microsoft et son Hotmail et enfin Yahoo Mail. Chacun essaie de tirer la couverture vers lui avec des capacités de stockage gratuit toujours plus élevées.

Mais AOL ne semble pas simplement vouloir jouer la carte du stockage. Il proposera 2 Go, se plaçant ainsi en haut du classement, à égalité avec Google. Mais, la filiale du géant Time Warner annonce un service plus évolué articulé autour de son logiciel de messagerie instantanée AIM et de la voix. AOL fait ainsi le pari que la combinaison du courrier électronique en ligne avec son outil AOL Instant Messenger, lui aussi gratuit, permettra de créer un service plus puissant qui associera tous les types de messages électroniques et vocaux. America On Line intégrera en effet son logiciel de téléphonie sur Internet (VoIP) au service 'AIM Mail' à l'automne, quand AIM sera entièrement reprogrammé pour permettre aux utilisateurs de recevoir leurs messages téléphoniques, électroniques et instantanés sur n'importe quel ordinateur. L'offre d'AIM Mail sera financée par des bannières de publicité autour des messages. Le FAI offrira d'abord son service de webmail gratuit à l'essai auprès de 20 millions d'utilisateurs d'AOL Instant Messenger, avant de l'ouvrir à tous les internautes dans un mois. **Rappel des offres Webmail**

-Hotmail (Microsoft) 250 Mo: gratuit 2 Go: 19,99 euros par an **-Gmail (Google)** 2 Go: gratuit Mais des publicités contextuelles seront intégrées aux mails sortants **-Yahoo Mail** 1 Go: gratuit 2 Go: 15 euros par an **-Caramail (Lycos)** 300 Mo: gratuit 1 Go: 1,99 euro par mois 10 Go: 4,99 euros par mois **-AIM Mail (AOL)** 2 Go: gratuit **Passage au gratuit: changement philosophique chez AOL**

Le géant américain, qui ne cesse de perdre des abonnés, change son fusil d'épaule. AIM Mail représente ainsi la première brique d'un plan d'ensemble destiné à refondre son modèle économique vers des programmes et des services gratuits, et non plus réservés aux abonnés payants. Jusqu'à aujourd'hui, AOL proposait une gamme complète d'outils la plus attrayante possible afin de justifier l'abonnement de 20 dollars par mois pour une connexion bas débit. Mais avec l'explosion du haut débit et de la publicité sur Internet, AOL a décidé de faire comme tout le monde. Proposer des services gratuits fédérateurs financés par la publicité autour d'offres haut débit. De quoi arrêter l'hémorragie des abonnés?