

La nouvelle stratégie de Time Warner commence à payer

Amaigri, restructuré, Time Warner va mieux. Le groupe a fait état au troisième trimestre d'un bénéfice net de 2,3 milliards de dollars, soit 57 cents par action, contre 853 millions (18 cents) au troisième trimestre 2005. Le chiffre d'affaires a augmenté de 7% à 10,9 milliards de dollars.

Depuis plusieurs mois, le géant des médias s'est engagé dans une nouvelle stratégie en se concentrant sur ses branches malades. Ainsi, les activités européennes de fourniture d'accès Internet d'AOL ont été cédées pour 1,6 milliard d'euros. Le FAI se concentre désormais sur les contenus financés par la publicité. Et 5.000 emplois ont été supprimés.

La filiale Internet a vu son chiffre d'affaires baisser de 3% à 2 milliards de dollars mais a gagné 46% dans la publicité en ligne, un résultat supérieur aux attentes du marché. Le résultat avant dépréciation et amortissement a augmenté de 21% à 563 millions de dollars.

Reste que l'avenir d'AOL au sein de Time Warner est toujours aussi incertain. Jonathan Miller, directeur général d'AOL, 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. »*

La division câble a profité d'une hausse de 44% de son chiffre d'affaires à la faveur d'une croissance des abonnés.

Pour autant, le groupe a souffert dans le cinéma, le chiffre d'affaires des studios Warner a baissé de 10% à 2,4 milliards de dollars, les recettes de « Superman Returns » n'ayant pas égalé celles dégagées l'an dernier à la même période par « Charlie et la chocolaterie » et « Batman Begins ». Le résultat avant dépréciation et amortissement a diminué de 14%.

Time Warner a maintenu ses prévisions d'une croissance de son bénéfice opérationnel avant dépréciation et amortissement dans le bas d'une marge à deux chiffres cette année.