

Pub et recherche: AOL abandonnerait Google pour Microsoft

On savait déjà que Microsoft lorgne sur certaines activités d'AOL que Time Warner chercherait à céder, notamment au niveau du portail. Les discussions sont toujours en cours (voir notre article).

Aujourd'hui, le *Wall Street Journal* nous apprend que Time Warner et la firme de Redmond seraient sur le point de signer un accord dans la pub et la recherche en ligne pour contrer la domination de Google. Faute de s'accorder sur un partenariat global, les deux géants seraient ainsi prêts à signer une union 'a minima'. Car le rapprochement de ces activités ne se traduirait pas par une transaction financière. L'alliance devrait être annoncée d'ici la fin de l'année, selon le journal qui cite des sources proches du dossier. Principale conséquence de cet accord: AOL renoncerait à faire appel à Google pour la recherche sur Internet, lui préférant le service MSN de Microsoft. De quoi combler, pour un court laps de temps du moins, l'envie de meurtre de Steve Ballmer sur Google. Même punition pour la publicité puisque les pourparlers porteraient sur la création d'une filiale commune, qui vendrait des espaces à la fois sur les sites d'AOL et de Microsoft. Rappelons que le deal AOL/Google a permis de générer au premier semestre 11% du chiffre d'affaires de Google et a également représenté une part importante de l'activité de la filiale de Time Warner. Mais tout n'est pas perdu pour Google, le quotidien souligne que des discussions similaires ont lieu entre Time Warner avec Google. Surenchère ? **Carl Icahn veut démanteler Time Warner**

Détenteur de 3% du capital de Time Warner, Carl Icahn fait pression depuis cet été sur la direction pour qu'elle change de stratégie afin de mieux valoriser le groupe. La banque d'investissement Lazard qui le conseille préconise une solution radicale: démanteler le groupe de médias, révèle le

Financial Time. Time Warner serait donc scindé en quatre sociétés : une reprendrait ses actifs dans le câble, la deuxième organisée autour d'AOL serait dédiée Internet, une troisième centrée sur l'édition, et une dernière regrouperait les studios de cinéma (Warner Bros.) et les chaînes de télévision (HBO, CNN, etc.).