

Services Web : AOL et Yahoo taillent dans le vif

La concurrence exacerbée qui règne sur les services Web (images, musique, stockage, géolocalisation...) pèse sur les généralistes comme AOL ou Yahoo. Ces deux géants ont ainsi annoncé coup sur coup la fermeture de plusieurs de leurs services Web, dont certains étaient très anciens.

AOL annonce la fermeture de trois services de stockage de données dont AOL Pictures (stockage de photos lancé en 1998). Pourtant, le groupe qui se focalise désormais sur la publicité en ligne et les services semblait mettre l'accent sur ce type de prestations. Cette cession pourrait s'expliquer par les négociations qui ont lieu actuellement avec Microsoft. Mais AOL dément.

« Cette décision de fermer ces services découle à 100% de notre stratégie qui consiste à nous concentrer sur les marchés où nous pouvons être leader et de nous éloigner de services qui ne contribuent plus à notre croissance », explique un porte-parole d'America On Line. Traduction : face à des services concurrents très populaires, AOL préfère jeter l'éponge. Il faut dire également que les coûts de stockage sont aujourd'hui plus élevés.

Et les coupes claires ne sont pas terminées. AOL indique qu'il fermera au moins 50 services cette année (comme AOL Communicator), la plupart étant très peu utilisés.

« Dans le passé, le succès d'AOL s'est construit en agrégeant toute une série de services mais la réalité actuelle de l'industrie et notre positionnement axé sur la publicité rendent ce concept inapplicable aujourd'hui », souligne Kevin Conroy, Executive vice-président d'AOL.

Chez Yahoo, un constat similaire a été fait autour de la musique. Le portail annonce la fermeture de Yahoo Music Unlimited un service de location de fichiers musicaux protégés qui n'a jamais été capable de concurrencer iTunes d'Apple.

Pire, les morceaux achetés sur la plate-forme ne seront plus transférables ou lisibles sur un nouveau PC à partir du 1er octobre 2009, la faute aux DRM, ces verrous techniques qui sont présents dans chaque morceau vendus par Yahoo. Désormais, Yahoo s'est associé à RealNetworks et à sa plate-forme Rhapsody. Les utilisateurs pourront grogner.

Un système de remboursement est prévu mais le portail conseille plutôt de convertir toutes leurs chansons achetées vers un format MP3 sans DRM, à partir de Rhapsody... Une pratique interdite en France ! (le contournement des DRM est puni par la loi).

Face au succès d'iTunes, aux plates-formes sans DRM (qui disparaissent petit à petit de la plupart des services) et surtout aux nouveaux venus qui proposent de la musique en streaming gratuite (comme Deezer), l'offre de Yahoo paraissait bien palote. Autant donc arrêter les frais.