

Time Warner met le feu à Wall Street, mais pas à AOL

Le groupe média Time Warner a présenté ses résultats pour le premier trimestre 2004, et ils ont surpris le marché. Le bénéfice net a été plus que multiplié par deux, à 961 millions de dollars, contre 396 millions un an plus tôt.

Le chiffre d'affaires a progressé de 9% à 10,1 milliards de dollars. Des résultats nettement supérieurs aux attentes. Du coup, le groupe a révisé à la hausse ses prévisions pour 2004. « *Ces résultats démontrent la force individuelle et collective de notre business, et nous place confortablement sur la bonne voie pour remplir tous nos objectifs financiers de 2004* », affirme Dick Parsons, le CEO de Time Warner. **AOL restera chez Time Warner** Dans la foulée, Dick Parsons a démenti les récentes rumeurs de cession ou de 'spin-off' d'AOL, qu'il a qualifiées de « *pures spéculations* ». Au premier trimestre, l'hémorragie d'abonnés a été moins forte, mais reste élevée : 237.000 abonnés perdus, alors que pour chacun des deux derniers trimestres 2003, AOL avait perdu 399.000 abonnés. Et pendant ce temps, les services européens d'AOL ont gagné 38.000 abonnés au premier trimestre, portant leur base à 6,4 millions (24 millions en Amérique du Nord). **La publicité en ligne à la hausse** Time Warner a aussi confirmé la bonne tenue du marché publicitaire sur le Web. Les revenus de la publicité sponsorisée sur le moteur de recherche ont augmenté de 57%, à 74 millions de dollars, et la publicité traditionnelle a, elle aussi, enregistré une progression. Mais l'activité la plus rémunératrice reste la télévision par câble, avec 3,4 millions d'abonnés en progression de 193.000, pour un chiffre d'affaires de 2,04 milliards de dollars. Enfin, Dick Parsons a confirmé que la SEC continuait d'enquêter sur les comptes et les pratiques du groupe, ce qui bloque toute possibilité d'action boursière, comme de mettre en Bourse sa filiale Time Warner Cable.