

Time Warner triple ses bénéfices grâce aux offres triple play sur le câble américain et au recentrage des activités d'eTM AOL.

## Description

Les résultats de Time Warner au troisième trimestre, annoncés le 1er novembre 2006, font état d'un bénéfice net multiplié par trois en un an, à 2,32 milliards de dollars pour un chiffre d'affaires de 10,9 milliards de dollars (en hausse de 6,5 % sur un an). Après les difficiles années passées à gérer la fusion avec AOL, le groupe Time Warner renoue ainsi avec la rentabilité, notamment grâce au recentrage des activités d'eTM AOL (chiffre d'affaires en baisse de 2,8 % sur un an mais résultat opérationnel en hausse de 37,8 % à 397 millions d'eTM euros). AOL a vendu l'essentiel de ses filiales européennes (voir le n°0 de *La revue européenne des médias*, décembre 2006) et délaisse progressivement la fourniture d'accès Internet par abonnement (revenus en baisse de 13 % sur un an) pour se financer exclusivement par la publicité (revenus en hausse de 46 % sur un an). AOL vient d'ailleurs de lancer une offre d'achat sur la société suisse TradeDoubler spécialisée dans le marketing et la publicité en ligne sur le marché européen.

La rentabilité du groupe Time Warner repose également sur la division câble, Time Warner Cable étant le deuxième câblo-opérateur aux Etats-Unis derrière Comcast. Le chiffre d'affaires du câble a en effet augmenté de 44 % en un an, à 3,2 milliards de dollars. Avec 550 milliards d'eTM euros de bénéfice opérationnel, la division câble représente elle seule 30 % des bénéfices du groupe au troisième trimestre à côté de la télévision (526 milliards d'eTM euros pour Turner Broadcasting et HBO). AOL arrive en troisième position parmi les activités les plus rentables, suivie par la presse (Time Inc.) et les activités cinéma. Les bons résultats du câble sont dus principalement au succès des offres triple play qui permettent à Time Warner Cable d'augmenter son revenu par abonné en offrant un accès à l'Internet et à la téléphonie sous IP en plus de la télévision. Enfin, l'acquisition en juillet 2006 du câblo-opérateur Adelphia, alors en situation de faillite, permet à la division câble de récupérer quelque 3,3 millions d'eTM abonnés. Time Warner a d'ailleurs annoncé l'introduction en Bourse de sa division câble afin de racheter les parts détenues par les actionnaires d'Adelphia (16 %).

Sources :

- « Time Warner profite de l'essor de sa division câbles et du re-centrage d'eTM AOL » *Les Echos*, 2 novembre 2006.
- « AOL rachète un spécialiste de la publicité en ligne », Marie-Cécile Renault, *Le Figaro*, 16 janvier 2007.

**Categorie**

1. Les acteurs globaux
2. Repères & tendances

**date création**

1 février 2007

**Auteur**

alexandrejoux