



DSLAM non joignable(s) :

0

24 janvier 1848, un certain James Marshall découvre les premières pépites d'or dans un chenal proche d'une scierie en Californie. C'est le début de la ruée vers l'or. L'affluence est telle qu'il finit par fuir le domaine pour décéder, désargenté, en 1886. Blaise Cendrars racontera cette histoire dans son roman l'Or ...

A la Une

BLACKBERRY DANS LA TOURMENTE

Ca ne va pas fort du côté du groupe canadien RIM fabriquant le Blackberry !

Alors que Nokia tient peut-être, enfin, le bon bout avec son Windows Phone Lumia dont 1,3 millions d'exemplaires auraient été écoulés entre le lancement en novembre 2011 et la fin de l'année, les deux codirigeants historiques de RIM viennent de céder leur place sous la pression des actionnaires.

Cette nouvelle fait un peu l'effet d'une chronique d'une mort annoncée depuis que RIM avait plongé dans la crise avec l'échec de sa tablette Playbook. Le départ du tandem dirigeant, Mike Lazaridis et Jim Balsillie, a été suivi d'un recul en ouverture de séance de 6% de l'action RIM au NASDAQ. Plus généralement, la valeur boursière du groupe a subi une sérieuse dégringolade depuis 2008 en perdant 70 % de sa cote en 2011. L'Amérique du nord, longtemps chasse gardée du fabricant, ne représentait plus à l'automne dernier qu'un peu moins de 13 % de parts de marché, contre 55 % il y a deux ans.

Derrière cette reculade, une gamme vieillissante, des lancements ratés, le blackout quasi mondial de son système cet automne et les oripeaux de marché que se dispute férocement le reste des concurrents depuis que Samsung et Apple semblent avoir définitivement pris le large.

Le flambeau est donc repris depuis ce lundi par l'Allemand Thorsten Heins, un ex de Siemens. Pas sûr cependant qu'il aura les mains libres pour relancer la croissance de l'entreprise car une feuille de route lui a été léguée par ses prédécesseurs : Blackberry versions 7/10 avec systèmes d'exploitation OS et tablette Playbook 2.0. Et même si l'hypothèse d'une cession sous licence de leur système d'exploitation à d'autres fabricants pour se renflouer est retenue, il lui faudra démentir les rumeurs de vente du groupe à un mastodonte asiatique pour retrouver la confiance des marchés. Pour le moment, le nouveau PDG s'est contenté de signaler que son attention ira davantage aux consommateurs après les difficultés rencontrées par sa clientèle professionnelle. Hier, le titre a de nouveau décroché à la clôture de Wall Street. Il vaut désormais 16 dollars contre plus de 70 début 2011.



HUFFINGTON POST FRENCH TOUCH



Ca bouge du côté des médias en ligne. La version française du **Huffington Post** dont on parlait pas mal dans le milieu vient d'être inaugurée hier.

Lancé par Arianna Huffington et Anne Sinclair, qui en sera la directrice éditoriale, il arrive sur un marché déjà encombré et dans un contexte morose où la presse écrite cherche à reconquérir son lectorat.

Aux Etats-Unis, en tout cas, la mayonnaise a pris. Le « Huff » est numéro 1 devant le **New York Times** et attire quelques 36 millions d'internautes mensuels pour un profit net de 11 millions de dollars en 2011.

Pour le moment, c'est plutôt la prudence qui est de mise de ce côté-ci avec une équipe limitée à huit jeunes journalistes et deux dirigeants. Des cinq pure players français (**Médiapart/Rue 89/Slate/Le Post/Atlantico**), seul **Médiapart** vient de dégager un bénéfice estimé à 500 000 euros grâce à son système d'abonnements payants.

C'est la publicité et le sponsoring de blogs bénévoles qui devraient permettre de viser l'équilibre en 2014 pour ses actionnaires où figure le groupe « Le Monde » avec 34 % des parts.

Le « Huff » français, comme son homologue outre-Atlantique, proposera un contenu généraliste qui se veut de haute tenue et prend le relais du Post.fr. Il se pense aussi comme un agrégateur des meilleurs contenus du Web pour sa créatrice et sa très médiatique directrice éditoriale.



http://twitter.com/L_ADUF



<http://www.facebook.com/Association.des.Utilisateurs.de.Free>