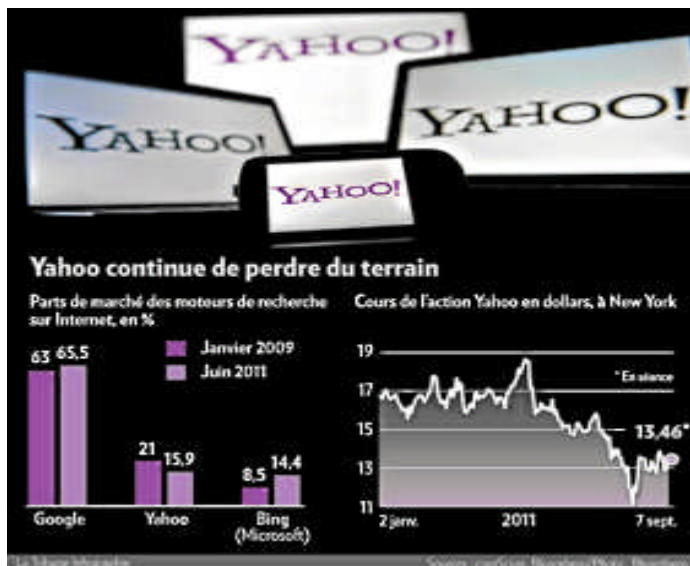


## En crise, Yahoo se cherche toujours un nouveau modèle



**Le portail Internet a limogé sa patronne Carol Bartz pour performances insuffisantes. Distancée sur la Toile, l'ancienne étoile du Web doit s'adosser ou faire des acquisitions.**

Yahoo! a-t-il un avenir? La question, qui revient depuis plusieurs années avec la régularité d'un métronome, est à nouveau posée, avec la violente mise à pied de la patronne du portail Internet. Arrivée début 2009 avec la lourde charge de remettre

l'entreprise sur les rails, la charismatique Carol Bartz s'est vu signifiée la fin immédiate de son contrat par un coup de téléphone du président, Roy Bostock, un an avant la fin officielle de son mandat.

Raison du limogeage: une étude menée ces deux dernières semaines par les administrateurs indépendants du groupe ont conclu que les performances n'étaient pas satisfaisantes, selon le «Wall Street Journal». En attendant un nouveau PDG, le conseil d'administration a chargé Tim Morse, le directeur financier, d'assurer l'interim.

En deux ans et demi, Carol Bartz n'a rempli que la moitié de son contrat: Yahoo! a retrouvé des niveaux de profits enviables, avec un bénéfice net en hausse de 11% au second trimestre à 237 millions de dollars. Mais le problème de fond n'est pas résolu. Depuis sa création en 1995, Yahoo! n'a jamais quitté le créneau du grand portail généraliste d'informations et de services.

Entre temps, le Web et ses usages ont changé. Les internautes ont délaissé les portails pour privilégier [Google](#), Facebook, YouTube, ou Twitter. « La question, c'est pourquoi venir sur Yahoo! ? », s'interroge Benoit Flamant d'IT Asset Management. Les chiffres parlent d'eux-mêmes: la durée de fréquentation du site a baissé d'un tiers depuis début 2009, selon ComScore. Même les services qui ont fait les beaux jours de la société, comme Yahoo Mail ou Yahoo Messenger, se marginalisent au profit de Facebook ou de Gmail.

Yahoo! peut-il inverser la vapeur? Un cabinet de conseil devrait être mandaté pour explorer les différentes solutions (acquisitions, partenariats). Le portail, qui disposait fin 2010 de 1,5 milliard de dollars de liquidités, étudiait, selon la presse américaine, le rachat de Hulu, le site de vidéos en ligne, valorisé par les analystes 2 milliards de dollars.

Yahoo!, dont la capitalisation avoisine 17 milliards de dollars, aimerait surtout s'adosser à un allié qui l'aiderait à se trouver un avenir. Reste à savoir qui serait intéressé. Microsoft, grâce à l'accord conclu dans la publicité (lire ci-dessous), fait figure de proche partenaire. Il avait d'ailleurs tenté de racheter le portail en 2008, pendant de longs mois, pour 45 milliards de dollars en action ! Le

fondateur Jerry Yang (toujours au conseil d'administration) et à l'époque aux commandes, s'y était opposé.

## **Contrer Google**

Pour le géant du logiciel, il s'agissait de contrer Google. Trois ans plus tard, Yahoo! a perdu du terrain face au moteur de recherche, rendant inopportune une acquisition. Microsoft pourrait alors s'intéresser aux autres services de Yahoo! (portails d'informations, petites annonces, mails). Mais le groupe dispose, avec MSN, d'une panoplie équivalente de services victimes la même marginalisation que ceux de Yahoo!.

Toutefois, l'éditeur mettrait la main sur une activité rentable. En effet, sa propre division Internet perd l'équivalent de son chiffre d'affaires chaque trimestre. Mais Yahoo! pourrait ne pas rester profitable très longtemps, son activité déclinant inexorablement. «Ce que vend Yahoo!, c'est une mort lente», tranche Benoit Flamant. L'exemple d'AOL donne à réfléchir. Même s'il a acquis le journal en ligne «Huffington Post», cet autre portail d'informations et de services se cherche toujours. Faute de repreneur, son ancien propriétaire [\*Time Warner\*](#) avait dû le réintroduire en Bourse en décembre 2009 pour s'en débarrasser.

**Sandrine Cassini** - 07/09/2011