

# Du rififi à la tête de Yahoo

Quel est aujourd'hui le poste le plus important au sein d'un portail internet ? Le patron de la publicité, bien évidemment?

Pour un acteur de l'envergure d'un Yahoo, pionnier de l'Internet qui a survécu aux vagues successives et à l'implosion de la bulle, le modèle économique de la publicité en ligne est devenu le seul viable aujourd'hui lorsque l'on est un portail aux activités multiples.

Alors, quand Yahoo annonce une réorganisation dans son encadrement, et la nomination de **Susan Decker**, jusqu'à présent directrice financière du portail, à la tête de la publicité du groupe, ce n'est certes pas une révolution, mais en revanche c'est une prise de position stratégique.



En effet, l'annonce s'insère dans une guerre qui semble être déjà bien engagée pour la succession de **Terry Semel**, le patron et président du conseil d'administration de Yahoo (*photo ci-dessus en compagnie de Susan Decker*). Celui-ci, âgé de 64 ans, n'a encore rien annoncé quant à son départ probable en 2007, mais derrière lui tout le monde s'agite.

Ainsi, parallèlement à la nomination de Susan Decker, la réorganisation de Yahoo s'accompagne de l'annonce de plusieurs départs. Et en particulier celui de **Daniel Rosensweig**, directeur des opérations (COO) de Yahoo, présenté comme un successeur potentiel de Terry Semel. Daniel Rosensweig quittera Yahoo en mars prochain.

Autre départ remarqué, celui de **Lloyd Braun**, directeur de la division média de Yahoo. Après un passage à ABC TV, il est entré à Yahoo voici deux ans avec la mission de rapprocher le portail des géants d'Hollywood, une mission essentielle à l'époque ? la pub n'était pas encore devenue le nerf de la guerre ? qui avait fait de Lloyd Braun un autre successeur potentiel de Terry Semel.

Seulement voilà, depuis une nouvelle vague est passée, celle de la publicité contextuelle et sponsorisée, et surtout on reprocherait à Lloyd Braun et en haut lieu chez Yahoo le ratage du positionnement hybride entre Hollywood et la Silicon Valley, et surtout d'être passé à côté d'une seconde vague, le phénomène YouTube, racheté par Google.



Du coup, après la réorganisation de Yahoo en deux divisions principales, **Audiences** pour la recherche, les médias et la communication, et **Advertisers and Publishers** pour transformer l'audience en machine à 'cash', la nomination de **Susan Decker** (*photo ci-contre*) à la tête de cette dernière fait d'elle la nouvelle candidate à la succession de Terry Semel.

Un poste qui pourrait aussi se révéler à haut risque. D'abord parce que Terry Semel n'a pas encore annoncé officiellement son départ, ensuite parce que la compétition n'est pas seulement interne, et Susan Decker devra faire face à des concurrents aussi sérieux que Google et Microsoft (MSN et Live)?

Et faire face à un ensemble d'actionnaires, en particulier les institutionnels et les puissants fonds de retraite, qui ne manqueront pas de sanctionner le moindre écart ! A commencer par l'attente d'une probable suppression de 15 % à 20 % des effectifs du groupe !