

Feux verts américain et européen pour l'accord de recherche Yahoo-Microsoft

Microsoft et Yahoo vont officiellement pouvoir s'attaquer au pré carré de Google sur le marché de la recherche en ligne. Les juridictions européennes et américaines ont accordé leur feu vert à [l'accord signé l'été dernier](#) entre les deux groupes. Dans un communiqué commun daté du 18 février, Redmond et Sunnyvale ont confirmé avoir reçu l'**accord « sans restriction »** du ministère de la Justice (DoJ) américain et de la Commission européenne. Ils vont « *maintenant tourner leur attention vers le début du processus d'application de l'accord* ».

Accord qui, pour mémoire, prévoit que Yahoo adopte la technologie de recherche de Microsoft (appliquée sur son moteur Bing) et devienne le partenaire mondial exclusif pour les plus grands annonceurs des deux entreprises. L'entreprise dirigée par **Carol Bartz** prendra en charge la commercialisation des liens sponsorisés depuis la technologie AdCenter de Microsoft.

Signé pour 10 ans, avec des [adaptations prévues](#) selon les résultats obtenus au cours des premières années, le partenariat entre les deux acteurs vise à **mettre un terme à l'hégémonie de Google** sur le marché de la recherche. Les migrations technologiques doivent être finalisées **avant la fin de l'année**, aux Etats-Unis du moins. Le site commun [SearchAlliance](#) informera les annonceurs partenaires de l'avancée des travaux.

*« Cette alliance avancée permet à Yahoo de se concentrer encore plus sur notre propre expérience de recherche, déclare **Carol Bartz**. Yahoo arrive à faire ce que nous faisons de mieux: combiner notre science et la technologie avec un contenu attrayant pour construire des expériences en ligne pertinentes personnalisées pour nos utilisateurs et clients. » De son côté, **Steve Ballmer** estime que « bien que nous ne sommes qu'au début de ce processus, nous avons franchi une étape excitante. Je crois qu'ensemble, Microsoft et Yahoo encourageront un plus grand choix, une meilleure qualité et une plus grande innovation à nos clients ainsi que pour les annonceurs et les éditeurs. »*

En attendant, selon Comscore Google occupe toujours **plus de 65 %** du marché de la recherche aux Etats-Unis (65,4 en baisse de 0,3 points en janvier par rapport à décembre 2009) contre 17% pour Yahoo (-0,3 également) et 11,3% pour Bing (+0,6%).