

Grand ménage sur les services de Yahoo, avant la revente

Marquée par des vagues de [suppressions de postes](#), la restructuration « au compte-gouttes » du groupe Internet implique aussi la mise au rancart de certains produits. Il y a quelques semaines intervenait l'annonce d'un grand chambardement éditorial, avec la fin des magazines numériques Food, Health, Parenting, Makers, Travel, Autos et Real Estate. D'autres doivent être fondus dans quatre thématiques sur lesquelles Yahoo se focalise : actualités, sport, finance, style de vie (« Lifestyle »).

Ce recentrage sur les activités porteuses s'inscrit dans un plan d'économies de 400 millions de dollars officiellement lancé début février en marge des [résultats](#) financiers du groupe. Il a fait l'objet d'un [rapport](#) publié le 11 mars 2016 et dans lequel un point est fait sur l'avancée des démarches.

On y apprend notamment que d'autres médias seront fermés. Par exemple Yahoo Astrology, aussi bien au Royaume-Uni qu'en France, en Allemagne, en Espagne et en Inde, le tout « dans les prochaines semaines », indique [l'Espresso](#).

Le rideau va tomber sur plusieurs services

[Yahoo Games](#) ne passera pas non plus le printemps. C'en sera terminé le 13 mai, aux États-Unis, au Canada, en Australie, en Allemagne, en Italie, en Espagne, au Royaume-Uni et en France pour ce service exploité depuis 1998. Un « plan de transition » est à l'étude avec les développeurs partenaires, tout particulièrement pour les utilisateurs qui ont acheté des bonus ou débloqué des options dans certains jeux.

Les [services BOSS](#) (« Build your Own Search Service »), destinés à la mise en place de moteurs de recherche basés sur les technologies de Yahoo, figurent eux aussi sur la liste. À compter du 31 mars, les API associées (Placefinder, Placespotter...) ne seront plus exploitables. Les éditeurs sont invités à se tourner vers la solution Yahoo Partner Ads.

À la même échéance, le rideau se fermera sur [Livetext](#), qui associait visio et messagerie instantanée. Les principales fonctionnalités de cet outil lancé il y a moins d'un an devraient être intégrées dans Yahoo Messenger.

Ainsi rationalisé, l'écosystème Yahoo sera-t-il plus attractif pour des partenaires stratégiques ou tout simplement des repreneurs ?

Les actionnaires se déchirent sur ce point, entre ceux qui font pression dans le sens d'une revente rapide de ce cœur de métier et ceux qui suggèrent de reconstruire le business autour de ses atouts... à condition de prendre des mesures pour réduire les coûts. Marissa Mayer s'est donnée 3 ans pour redresser la barre. La question est surtout si elle dispose de ce laps de temps, alors que depuis 5 ans, il n'y a pas eu de résultats.

A lire aussi :

[Open Data : Yahoo offre un jeu de données de 13,5 To](#)
[Et si Verizon rachetait les activités web de Yahoo ?](#)