

# Jerry Yang défend son accord avec Google

Le PDG de Yahoo Jerry Yang a défendu la décision de sa société d'éviter définitivement Microsoft en se ralliant à Google. Peu après la conclusion de l'accord jeudi dernier, Jerry Yang a publié une contribution sur le [blog Yodel Anecdotal](#) qui sert de blog corporate à Yahoo. Le PDG du groupe Internet explique en quoi le fait de s'associer à un ancien rival était la bonne décision à prendre pour l'entreprise.

*« Nous avons fait quelque chose d'important aujourd'hui. Nous nous attaquons directement à l'un des éléments-clés de la stratégie menée par Yahoo pour se maintenir en tête dans le domaine de la recherche et de l'affichage, explique Jerry Yang. Je pense que cela nous aidera à créer plus rapidement une valeur pour nos actionnaires et à renforcer notre leadership dans le domaine de la publicité. »*

Dans cet accord, Yahoo autorise Google à vendre et afficher des publicités AdWords avec les résultats de recherche Yahoo. Selon le PDG, cet accord permettra à Yahoo de capitaliser davantage pour financer ses activités publicitaires Panama sur le long terme.

*« Nous conserverons une parfaite flexibilité et contrôlerons la fréquence et l'endroit où les publicités de Google apparaîtront », écrit-il. « Si Google bénéficie d'une meilleure couverture publicitaire dans certains domaines de recherche, nous avons toujours l'opportunité de fournir des publicités Panama là où elles ont le plus de valeur. »*

Le PDG de Yahoo a également abordé les questions de concurrence soulevées par cet accord. Depuis que l'alliance a été rendue publique, certains détracteurs tels que Microsoft ont dénoncé l'effet de cet accord, qui aboutira à une consolidation des entreprises contraire à la libre-concurrence.

Mais selon Jerry Yang, cet accord permettra au contraire de rendre le marché plus concurrentiel. *« Il peut sembler contre-intuitif de penser que le fait de s'allier à un concurrent puisse améliorer notre position concurrentielle », a-t-il déclaré. « Mais à l'heure où la recherche et l'affichage poursuivent leur convergence, [l'accord] place Yahoo dans une meilleure position pour innover et concurrencer de façon agressive Google ainsi que ses autres rivaux sur le marché publicitaire.*

Toujours Jerry Yang, cet accord *« offre également aux annonceurs davantage de choix et permet aux éditeurs de bénéficier d'une meilleure distribution et d'une plus grande monétisation pour développer leurs activités. »*