

L'alliance Google/Yahoo dans la pub en ligne provoque une enquête

Dans sa tentative de contrer l'OPA de Microsoft, Yahoo essaye de faire pression grâce à une alliance avec Google. Depuis quelques jours, Yahoo teste le système publicitaire de Google pour vendre des publicités à côté des résultats de recherche des utilisateurs de Yahoo.

Ce test est néanmoins limité : il ne concerne que 3% des recherches sur le web effectuées via Yahoo, ont indiqué les deux sociétés et doit durer seulement deux semaines.

Mais cette association entre les deux géants de la publicité en ligne inquiète les autorités américaines. Même s'il ne s'agit que d'un test.

Selon une source informée citée par Reuters, le département américain de la Justice enquête sur les éventuelles conséquences en matière de concurrence que pourraient avoir ce test. Une enquête formelle aurait été lancée.

Selon la source, qui s'exprimait sous condition d'anonymat, une partie de l'enquête porte sur une conversation téléphonique du directeur général de Google Eric Schmidt à son homologue de Yahoo Jerry Yang lors de laquelle le premier aurait offert au second son aide pour repousser l'OPA non sollicitée dont il fait l'objet de la part de Microsoft.

Il faut dire qu'ensemble, Google et Yahoo détiennent 80% du marché de la pub en ligne, selon la société spécialisée Hitwis.

Pour autant, les deux partenaires soulignent qu'il s'agit d'un test dont la teneur était tout à fait connue. « *Nous avons informé le département de la Justice avant de lancer ce test et nous avons été ouverts à leurs questions à ce sujet* », a indiqué un porte-parole de Google.

Une porte-parole de Yahoo est allée dans le même sens, indiquant que le département de la Justice (DoJ) avait été informé de ce test « *limité* » et que Yahoo avait « *fourni des informations au DoJ sur la nature du test* ».

Mais la transformation de ce test en accord en bon et due forme n'est pas impossible. Il permettrait à Yahoo de mettre des bâtons dans les roues de Microsoft. Susan Decker, un des cadres supérieurs de Yahoo, a indiqué qu'il était trop tôt pour dire si Yahoo pourrait parvenir à un accord de ce type.

« *Il est prématuré de spéculer sur les choix que nous pourrions faire in fine ou si une certaine forme d'accord pourrait en résulter* », a déclaré Susan Decker aux analystes lors d'une conférence mardi au sujet des résultats trimestriels du groupe.

En attendant, rappelons que l'ultimatum de Microsoft concernant son OPA à 42 milliards de dollars expire ce 26 avril.