

Marissa Mayer veut faire de Yahoo! une entreprise mobile

Trois mois après son arrivée à la tête de **Yahoo!**, [Marissa Mayer](#) a déclaré lundi vouloir recentrer la stratégie du groupe sur le mobile, en marge de la présentation des résultats trimestriels de la société Internet en difficulté.

Yahoo! dans l'ombre de Google

Après avoir regretté que Yahoo! n'ait pas jusqu'ici « *capitalisé sur l'opportunité du mobile* » et que la marque soit trop fragmentée, avec plus de 76 applications Yahoo! pour smartphones, Marissa Mayer a déclaré prioritaire la mise en œuvre d'une « *stratégie mobile définie et cohérente* ».

La présidente de la firme a ajouté qu'avec plus d'un milliard d'utilisateurs de smartphones à travers le monde, et deux milliards en perspective d'ici trois ans, Yahoo! doit tirer profit de ses atouts, même si « *cela prendra plusieurs années* ».

L'entreprise, a-t-elle ajouté, est « *très bien positionnée* » sur certains domaines de prédilection des mobinautes, tels que : la météo, les résultats sportifs, l'actualité financière ou encore la lecture de vidéos, le partage de photos et les jeux.

Yahoo!, a insisté Marissa Mayer, a les moyens de se relancer face à la concurrence, en particulier celle de [Google](#) où la femme d'affaires a travaillé pendant treize années.

Pour ce faire, la moitié des ingénieurs du groupe sera, à l'avenir, spécialisée dans le mobile. Yahoo! envisage, par ailleurs, de nouvelles « *petites acquisitions* » ciblées qui coûteraient au groupe plusieurs dizaines de millions de dollars, voire « *de petites centaines de millions* ». Marissa Mayer n'a toutefois pas précisé ses projets en la matière.

Concernant [le plan initié par son prédécesseur](#) et la rumeur de [nouvelles coupes sombres](#) à l'heure de la fermeture de [Yahoo! Korea](#), Marissa Mayer est restée évasive, déclarant « *ne pas rechercher une restructuration à grande échelle* »... Les collaborateurs du groupe et le marché sont dans l'expectative.

Un bénéfice dopé par l'opération Alibaba

Parallèlement à l'intervention de Marissa Mayer, Yahoo! a dévoilé des résultats sensiblement supérieurs aux attentes du marché pour le troisième trimestre de son exercice 2012.

Grâce à la cession de 20 % de ses parts dans [Alibaba Group](#) le mois dernier, Yahoo! a enregistré un bénéfice net record de 3,16 milliards de dollars, ou 2,64 dollars par action, contre 293 millions de dollars, ou 23 cents par action, à la même période l'an dernier (normes GAAP).

Hors du gain exceptionnel que lui a rapporté la vente de ses parts dans le groupe chinois, à savoir 2,8 milliards de dollars, le bénéfice net ajusté par action ressort à 35 cents, un montant supérieur

aux 25 cents attendus par les analystes interrogés par Thomson Reuters.

En revanche, les revenus générés par l'entreprise ont sensiblement baissé. Ainsi, Yahoo! a affiché un chiffre d'affaires de 1,202 milliard de dollars sur le trimestre, en recul de 1 % par rapport au troisième trimestre 2011. Par ailleurs, la société a vu son résultat opérationnel perdre 14 %, à 152 millions de dollars (normes GAAP).

La nouvelle n'a pas affolé Wall Street. Après avoir clôturé en légère baisse au Nasdaq à 15,77 dollars, l'action Yahoo! a augmenté de 4,57 % à 16,49 dollars, lundi soir, lors des échanges après-Bourse.

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – Incollable sur les grands noms du monde IT ?](#)