

# Microsoft – Yahoo : l'accord de partenariat publicitaire est retardé

**Carl Icahn** a peut-être [quitté le conseil d'administration de Yahoo](#) un peu trop vite. L'actionnaire, qui avait obtenu début 2009 la tête de **Jerry Yang**, alors P-dg de Yahoo, suite à [l'échec du rachat](#) du portail par Microsoft pour 44 milliards de dollars, a récemment justifié son départ par [l'accord signé avec Redmond](#) autour d'un partenariat sur la recherche en ligne et les revenus publicitaires. Signé l'été dernier, **l'accord devait entrer en vigueur le 27 octobre**. Il vient d'être repoussé à début 2010.

Apparemment, ce délai est dû à la complexité du montage de l'opération. « *Vu la nature complexe de la transaction, il reste **des détails à finaliser*** », justifie Yahoo dans un document transmis à la SEC (le gendarme américain de la Bourse) la semaine dernière. De son côté, la dirigeante de Yahoo, **Carol Bartz**, a assuré aux analystes que l'accord serait bien mis en oeuvre.

Il est vrai que le **partenariat de 10 ans** que veulent monter les deux acteurs est complexe à installer. Dans les grandes lignes, il [prévoit](#) que Yahoo adopte Bing, le moteur de recherche de Microsoft, et administre les plates-formes publicitaires basées sur la vente des mots clé mais pas les bandeaux. Il implique également un partage des revenus alambiqué. A savoir que Yahoo conserve **88 % des revenus sur les 5 premières années** et révisable au delà selon que Microsoft conservera ou non Yahoo comme partenaire publicitaire et réciproquement.

Le retard de l'accord n'arrange sûrement pas les affaires de Yahoo qui en attend 500 millions de dollars de revenus et doit économiser 200 millions en frais structurels. D'autre part, **les revenus de l'activité recherche ont baissé de 19 %** au troisième trimestre. Et la valorisation à 22 milliards de dollars de l'entreprise californienne fait d'elle une cible potentielle.

Cependant, les difficultés que rencontrent aujourd'hui les deux partenaires avaient visiblement été anticipées. Dans leur accord de principe, Microsoft et Yahoo se donnent un an, soit **jusqu'à juillet 2010**, pour appliquer les termes de leur contrat. En attendant, Google continue d'imposer son insolente domination sur le marché de la recherche. En septembre 2009, selon l'analyste Comscore, les sites Google captaient près de 65 % de l'audience Internet contre moins de 19 % pour Yahoo et 9,4 % pour Microsoft.