

OPA de Microsoft sur Yahoo : Google entre dans la danse

Google ne pouvait pas rester muet bien longtemps après l'annonce de la [méga-OPA](#) à 44,6 milliards de dollars de Microsoft sur Yahoo. N'est-il pas la cible de ce rapprochement du siècle ? Un tel rachat permettrait à Microsoft de se refaire une santé dans la recherche mais surtout de devenir un challenger de poids face à Google dans la publicité en ligne.

Evitant le commentaire direct, Google se contente de poser des questions à travers le blog de David Drummond, l'un des vice-présidents de Google et son principal responsable pour les questions juridiques. Des questions toutefois acerbes. « *Microsoft va-t-il exercer la même influence à la fois inappropriée et illégale sur l'Internet comme il l'a fait avec le PC ?* »

Google s'inquiète également du risque de monopole dans le domaine de la messagerie instantanée, du webmail (Yahoo Mail et LiveMail rassembleraient une bonne partie des abonnés à ce service) et des portails web.

Chez Microsoft, on a pas tardé à répondre à cette attaque : « *aujourd'hui, Google domine le marché de la recherche et de la publicité sur le Web. Google a amassé environ 75% des revenus liés à la recherche en ligne dans le monde et sa part de marché continue de croître* ».

Parce qu'il faut protéger « *l'ouverture de l'Internet* » qui favorise « *la liberté d'innovation* », Google explique : « *Nous pensons que l'intérêt des internautes passe en premier – et doit passer en premier – alors que les mérites de cette offre d'acquisition sont examinés et les alternatives explorées.* »

« *Les alternatives explorées* »... Une contre-offensive de Google n'est donc pas à exclure. En effet, selon Reuters, Google pourrait faire office de chevalier blanc afin de contrer l'OPA de Microsoft.

Selon une source proche du dossier, Yahoo envisage de reprendre contact avec Google avec qui il avait discuté pendant plusieurs mois d'une alliance alternative.

Le *Wall Street Journal* de son côté indique que le directeur général de Google, Eric Schmidt, avait appelé celui de Yahoo, Jerry Yang, pour lui offrir l'aide de son groupe, dans le but de contrer l'offre de Microsoft. Il s'agirait par exemple de monter un partenariat dans la pub en ligne entre les deux géants.

Pour autant, un rapprochement avec Google pourrait poser des problèmes concurrentiels. L'OPA de Microsoft est [déjà observée](#) de près par les autorités américaines alors que les deux groupes possèdent pas mal de différences (ce qui n'est pas le cas de Yahoo et Google).

Une autre source proche de Yahoo a déclaré que le groupe américain avait fait l'objet d'une longue série de contacts préliminaires avec des groupes de médias, de technologies et financiers, ajoutant ne pas savoir si une offre alternative était imminente.

Dans un mémo envoyé vendredi à ses employés et que Reuters s'est procuré dimanche, Yahoo écrit : « *Nous voulons souligner qu'absolument aucune décision n'a été prise et qu'en dépit de ce que certains*

ont essayé de suggérer, il n'y a certainement aucun processus d'intégration en cours ».

Déjà, dans un communiqué officiel, le groupe de Jerry Yang déclarait avoir besoin « *d'un certain temps* » pour examiner ses options stratégiques. Cet examen « *incluera l'évaluation de **toutes les alternatives** stratégiques de la compagnie, parmi lesquelles le maintien de Yahoo sous la forme d'une entreprise indépendante* », ajoute Yahoo. « *Un processus d'étude comme celui-ci est fluide, mais il peut prendre un certain temps.* »