

Yahoo fait mieux que prévu. Mauvaise nouvelle pour Microsoft ?

Cerné par Microsoft ([et peut-être bien](#) News Corp.), Yahoo s'offre un ballon d'oxygène. Très attendus dans ce contexte d'OPA, les résultats du portail sont finalement meilleurs que prévu. Les difficultés du portail, soulignées par Microsoft, font-elle déjà partie du passé ?

Yahoo ne fait [pas aussi bien](#) que son concurrent Google mais affiche néanmoins des performances plus qu'honorables. Pour le premier trimestre, le chiffre d'affaires progresse de 9% sur un an à 1,818 milliard de dollars. La croissance des bénéfices est plus significative : 542 millions de dollars, contre 142 millions un an plus tôt et 206 millions lors du quatrième trimestre 2007.

On doit ce bond des bénéfices à la participation de Yahoo dans le capital du chinois Alibaba.

Le bénéfice par action hors exceptionnels est ressorti à 11 cents, stable par rapport à celui d'il y a un an, mais supérieur aux attentes des analystes, qui tablaient sur 9 cents.

Géographiquement, l'activité de Yahoo trouve sa source à 72% aux Etats-Unis. Ce qui n'est pas forcément une bonne nouvelle dans un contexte d'essoufflement économique outre-Atlantique. Tout le contraire de Google dont l'activité est désormais d'abord internationale.

« Ces résultats sont d'autant plus remarquables compte tenu de l'environnement économique et l'incertitude entourant l'offre de Microsoft », a estimé son p-dg Jerry Yang lors d'une conférence devant des analystes.

Alors que l'ultimatum de Microsoft se termine ce 26 avril, ces bons résultats vont-ils permettre à Yahoo d'exiger plus ? Jerry Yang a ainsi déclaré que la direction du groupe restait fermement convaincue que l'offre de Microsoft « sous-évalue » le groupe, mais le p-dg a également laissé entendre qu'il pourrait accepter une offre relevée. *« Notre conseil d'administration reste ouvert à toutes les alternatives, y compris une vente à Microsoft mais il n'acceptera pas un accord qui ne reconnait pas la pleine valeur du groupe ».*

Yahoo se sent donc en position de force. Mais Microsoft ne l'entend pas de cette oreille. Ces résultats meilleurs que prévu n'ont pas fait évoluer la position de l'éditeur.

Lors d'une visite au Maroc mardi (22 avril), le p-dg de Microsoft Steve Ballmer a lui redit sa détermination à acquérir le groupe internet, déclarant que Microsoft « pense pouvoir accélérer sa stratégie en rachetant Yahoo! et paiera ce qui est raisonnable. Je souhaite à Yahoo le plus grand succès avec ses résultats, mais ils ne modifieront pas la valeur à laquelle nous les estimons ». Traduction, Redmond ne semble pas disposer à rehausser son offre à 42 milliards de dollars.

Il faut dire que dans le marché de la publicité en ligne, Yahoo croît moins vite que le marché, contrairement à Google. Selon le cabinet eMarketer, Google encaissera cette année 30,8% des dépenses publicitaires en ligne réalisées aux Etats-Unis, contre 14% pour Yahoo! (qui perd encore 2 points), 6,7% pour MSN (Microsoft) et 5,8% pour AOL. Un argument supplémentaire pour Microsoft qui entend tout faire pour mettre fin à cette hégémonie.

La semaine s'annonce décisive pour Yahoo. Ce samedi Microsoft pourrait bien solliciter directement les actionnaires de sa cible.

« Nous savons que Yahoo présente un intérêt pour nous. Nous avons proposé beaucoup d'argent : 44 milliards de dollars (27,58 milliards d'euros environ). Si son conseil d'administration pense que c'est équitable, parfait. Dans le cas contraire nous irons de l'avant », a déclaré Ballmer lors d'une manifestation organisée par Microsoft.