

# Yahoo : Microsoft n'insistera pas

Manoeuvre de diversion ou véritable décision stratégique ? Microsoft affirme en effet qu'il ne repartira pas à l'assaut de Yahoo, suite au retrait de son offre à 47 milliards de dollars, le 3 mai dernier.

Lors d'un voyage au Japon, le fondateur de l'éditeur, en pré-retraite, a souligné que son groupe avait décidé de suivre « *son propre chemin* ». « *Nous avons consacré beaucoup d'efforts à parler à Yahoo! et nous avons pris la décision de poursuivre notre propre stratégie* », a-t-il déclaré.« *A ce stade, Microsoft se concentre sur sa stratégie indépendante* »,a-t-il ajouté.

En février dernier, Bilou précisait déjà : « *Nous pouvons nous permettre de réaliser les gros investissements nécessaires dans le développement et la commercialisation. Et nous le ferons, avec ou sans Yahoo* ».

Ce mardi, Jean-Philippe Courtois, président de Microsoft International livrait à peu près le même message. « *C'est la fin de l'histoire. Nous allons de l'avant parce que notre stratégie est très claire.Nous avons décidé d'avancer et de retirer notre offre et de poursuivre notre stratégie afin de devenir progressivement un leader de la fourniture de services internet dans le monde de la publicité en ligne, des médias, des réseaux sociaux etc...* »

Reste que pour beaucoup d'observateurs, Yahoo est désormais un cible idéale et facile. Son action s'est encore repliée et les actionnaires importants du portail critiquent ouvertement les choix de Jerry Yang, p-dg du groupe. D'ailleurs, ce dernier se dit aujourd'hui prêt à rouvrir les négociations.« *S'ils ont quoi que ce soit de nouveau à dire, nous serions ouverts (...)* Je suis tout à fait disposé à écouter. », ajoute-t-il à Reuters.

Microsoft veut-il noyer le poisson ? Car une question se pose : comment la firme va-t-elle rattraper son retard sur le Net sans passer par une grosse acquisition ? Dans le Web et la publicité en ligne, où l'éditeur est un nain, l'ajout de l'offre Yahoo à son arsenal aurait pu lui permettre de peser face à Google qui s'est emparé de DoubleClick. Il faut savoir que Google encaisse environ un tiers des recettes mondiales de publicité en ligne, loin devant Yahoo qui en empoche moins de 15% et Microsoft (7%).

Redmond pourrait s'allier avec AOL (Time Warner) mais ce dernier est également en discussions avec Yahoo... Une alliance avec News Corp. (MySpace) est également possible.

Pour autant, Microsoft devra rapidement en dire plus sur sa « *propre* » stratégie afin d'éviter que se creuse un peu plus le fossé qui le sépare de Google...