

# Yahoo! rachète Zimbra et lance son site web 2.0

Yahoo ! a annoncé le rachat de Zimbra, pour la somme de 350 millions de dollars. La transaction devrait être finalisée au quatrième trimestre. Zimbra, spécialiste des emails et des logiciels collaboratifs (agenda, carnet d'adresse) en marque blanche devrait renforcer l'offre du moteur de recherche. Cette opération a été menée au nez et à la barbe de la Fondation Mozilla qui lorgnait également le célèbre client de messagerie. Les outils disponibles sur Zimbra sont utilisables en et hors ligne, comme ceux de Google. Yahoo! compte sur sa nouvelle acquisition pour gagner du terrain dans les secteurs des universités et des PME et des FAI, terrains de chasse de Zimbra qui revendique 6 millions de comptes payants. L'objectif est également de déstabiliser Google et sa suite d'outils bureautiques collaboratifs en ligne (Google Apps). Elle permet à Yahoo de renforcer son offre de Saas (Software as a service) au moment où tous les géants des TIC (Sun, IBM, Google, Microsoft) s'y lancent tête baissée. Le Californien a, dans la foulée, fait une seconde annonce. Aux abonnés absents concernant les sites communautaires, le géant a décidé de lancer l'offensive. Selon *Reuters*, le Californien s'apprête à mettre en ligne un nouveau site résolument orienté web 2.0. Son nom : 'Mash'. Le site, toujours en phase de test, n'est pas très différent de ses concurrents. Les utilisateurs de Yahoo ! devraient pouvoir mettre en ligne photos, vidéos et commentaires. La force et l'originalité du site reposeraient sur la possibilité offerte aux utilisateurs de modifier la page d'un tiers, avec son accord toutefois. La nouvelle plate-forme ne resterait pas cantonnée à son rôle de réseau social. A l'avenir, elle pourrait être connectée aux autres services déjà existants tels que Yahoo Mail ou encore Messenger. Pour mémoire, le challenger de Google dispose déjà d'un site communautaire lancé avec Eurosport, destiné à un public de passionnés du sport. Avec Mash, le Californien mise sur une plate-forme plus 'généraliste', donc a priori, destinée à toucher plus de monde. Le nouveau site de Yahoo devrait lui fournir les arguments suffisants pour lutter avec les autres géants du web communautaires tels que Myspace et Facebook. A l'heure, où ces deux mastodontes du web 2.0 connaissent un succès sans cesse renouvelé, Yahoo ! devra mettre du cœur à l'ouvrage pour parvenir à installer durablement son produit dans le web communautaire.