

ADVERTISEMENT



Mauvaise passe pour Yahoo qui confirme un plan de

suppression de postes

24-01-2008

Cécile Grégoriadès (correspondante US)

En peine face à la concurrence de Google, Yahoo évoque le licenciement d'au moins 5% de son effectif, soit 700 personnes.

Sale temps chez Yahoo. Le 22 janvier, le groupe Internet pionnier a confirmé qu'il prévoyait un plan de suppressions de postes à la suite de fuites diffusées au préalable dans la presse. L'entreprise californienne évoque le licenciement d'au moins 5% de son personnel. En partant d'un effectif global de 14 000 collaborateurs, ces mesures toucheraient donc 700 personnes.

Comment expliquer cette mauvaise passe pour Yahoo ? On évoque souvent en premier lieu la concurrence de Google qui lui fait beaucoup d'ombre sur le front du marché publicitaire en ligne. Alors qu'ils étaient au coude à coude il y a deux ans à peine, Google est désormais largement en tête avec 32% des recettes publicitaires mondiales sur Internet, contre moins de 20% pour Yahoo. Et ce, malgré le retour du co-fondateur de Yahoo Jerry Yang lors d'une réorganisation au niveau du top management survenue l'été dernier.

Dans le domaine de la recherche sur Internet, l'écart se creuse. Selon une étude du cabinet Nielsen Online, la part de Yahoo a baissé de 0,2% entre novembre et décembre pour s'établir à 17,7%. Microsoft/MSN et Google ont tous les deux bénéficié de cette baisse de performance, et se partagent le reste du marché avec respectivement 13,8% et 56,3%. Et la situation économique globale aux Etats-Unis avec le risque de récession va encore compliquer la donne.

De nombreux observateurs indiquent qu'il est injuste de comparer Yahoo à Google. *"Le premier est un portail Internet tandis que le second est une firme publicitaire avec comme activité centrale la recherche sur Internet"*, selon Rob Enderle, un analyste de l'industrie des nouvelles technologies qui a monté son propre cabinet d'études.

Des atouts certains

Yahoo est en effet loin de vaciller. L'entreprise occupe toujours une position dominante sur Internet avec 500 millions de visiteurs par mois, et des services de messageries et d'actualité - sportive et financière notamment - très prisés. Des activités sur lesquelles Yahoo compte se concentrer dans le cadre de sa réorganisation.

Les équipes de certains départements seraient renforcées tandis que d'autres, jugées moins stratégiques, seraient réduites. *"Yahoo prévoit d'investir dans certains domaines, réduire dans d'autres et supprimer des secteurs qui ne sont pas prioritaires pour l'entreprise"*, a déclaré une porte-parole du groupe. Yahoo souhaite en particulier se concentrer sur sa messagerie en ligne Yahoo Mail ainsi que sur son service de page d'accueil personnalisée My Yahoo.

Des experts observent avec scepticisme la montée en puissance de Google comme leader dans le domaine de la recherche sur Internet. *"Je déteste l'idée de voir Google acquérir une position monopolistique"*, explique Kevin Lee, co-fondateur de l'agence de marketing en ligne Didit. Yahoo devrait dévoiler plus d'informations sur sa stratégie le 29 janvier prochain, lors de la publication de son rapport

d'activité pour le quatrième trimestre 2007.

VNUnet.fr, membre du réseau NetMediaEurope
© **Copyright 2007** Tous droits réservés