

ENTREPRISES

Business & Stratégies, Valeurs, PME



VALEURS.

VALEO CONFORTE SA STRATÉGIE FACE À PARDUS

P. 10

PME.

BRUNET MAÎTRISE LES COURANTS FAIBLES ET FORTS

P. 14

BUSINESS MANAGERS.

LES AGENCES DE RELATIONS PUBLIQUES INVESTISSENT LES BLOGS

P. 16



Offre sur Yahoo : Microsoft contraint d'abattre ses cartes

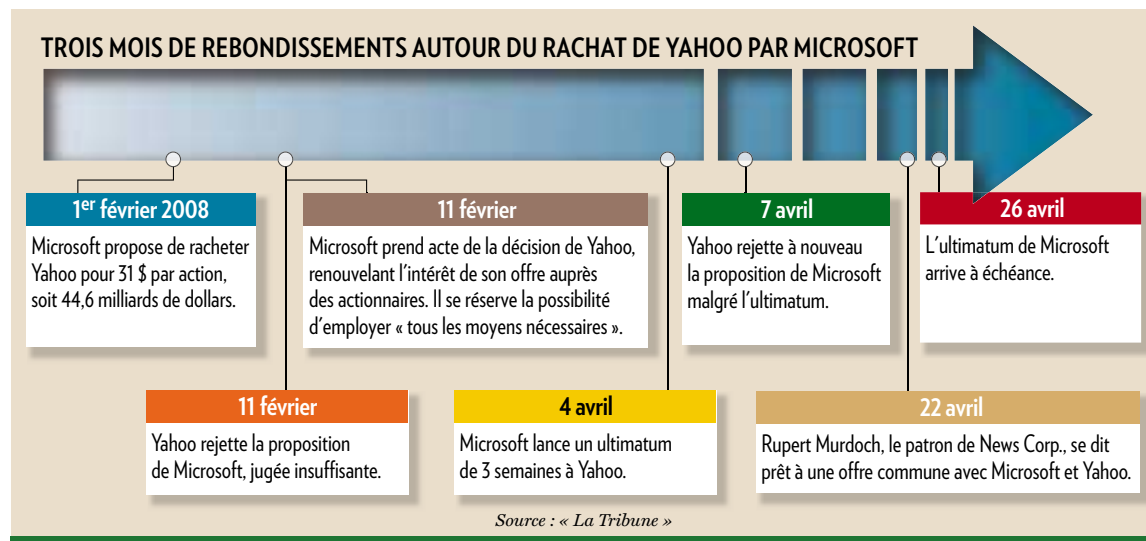
INTERNET

L'éditeur de logiciels lancera formellement son OPA hostile cette semaine ou annoncera, faute d'accord, qu'il abandonne son acquisition. Yahoo continue à étudier un partenariat avec Google.

À NEW YORK, DE NOTRE CORRESPONDANT

Pour Microsoft, le temps des palabres est révolu : cette semaine sera décisive pour l'avenir de Yahoo que convoite le leader mondial des logiciels. Microsoft avait donné jusqu'à samedi au groupe Internet pour qu'il accepte son offre non sollicitée annoncée le 1^{er} février, le valorisant alors à 44,6 milliards de dollars. L'ultimatum a expiré sans qu'aucun des deux groupes ne clarifie ses intentions ce week-end. Faute d'accord, Microsoft lancera formellement son offre hostile sur Yahoo ou abandonnera cette acquisition, a prévenu sa direction.

Les analystes de Wall Street ne croient pas que l'éditeur de logiciels lâchera prise et certains estiment qu'il finira par relever son offre. Microsoft se veut toutefois inflexible. Son direc-



teur financier, Chris Liddell, juge « extrêmement généreuse » l'offre de Microsoft qui, en février, représentait une prime de 62 % sur le cours de Yahoo. Le responsable estime qu'il est mal venu pour le portail, dont la rentabilité a stagné au premier trimestre, d'exiger un prix supérieur car il « continue à perdre du terrain sur le marché des recherches sur Internet ».

« ATTENTES IRRÉALISTES »

Compte tenu des « attentes irréalistes » du conseil d'administration de Yahoo dont les dix membres doivent être réélus d'ici à juillet, Microsoft promet de le renverser en s'adressant aux actionnaires du groupe et menace

de leur proposer un prix inférieur. D'un montant initial de 31 dollars par action, son offre en titres et en numéraire ne valorise pourtant plus Yahoo qu'à 29,68 dollars. Vendredi, l'action Microsoft a lâché 6,2 % à 29,83 dollars après l'annonce d'une chute de 24 % des ventes de la division Windows au dernier trimestre et la présentation de perspectives jugées décevantes. Sa division Internet, dont les pertes ont atteint 228 millions de dollars, a réalisé un chiffre d'affaires de 843 millions de dollars contre 3,7 milliards pour Google.

Selon le cabinet eMarketer, Google percevra en 2008 plus de 30 % des dépenses publicitaires en ligne aux

États-Unis contre 14 % pour Yahoo, qui perdrait ainsi 2 points, et 6,7 % pour Microsoft. Le directeur général de Microsoft, Steve Ballmer, souhaite pourtant qu'à terme, l'éditeur réalise 25 % de son chiffre d'affaires dans la publicité en ligne. D'une part, parce qu'il prévoit le doublement à 80 milliards de dollars de ce marché mondial à l'horizon 2010. D'autre part, parce que ses logiciels payants, dont son système d'exploitation Windows, subissent la concurrence des logiciels en ligne gratuits, comme ceux de Google, financés par la publicité.

Voilà pourquoi Microsoft a besoin, coûte que coûte, de Yahoo avancent les analystes qui ne prennent pas au

MICROSOFT AVAIT DONNÉ JUSQU'À SAMEDI À YAHOO POUR QU'IL ACCEPTE SON OFFRE NON SOLLICITÉE, LE VALORISANT À 44,6 MILLIARDS DE DOLLARS.

sérieux ses scénarios « alternatifs » : stratégie Internet recentrée sur la croissance organique ou investissements censés remplacer le rachat de Yahoo qui lui apporterait 21 % du marché publicitaire en ligne américain. « Même si Microsoft tente d'abaisser son prix ou de se retirer, nous prévoyons qu'il relève in fine son offre pour conclure la transaction à l'amiable », avertit Heather Bellini, chez UBS.

En attendant, Yahoo, qui a envisagé de se rapprocher d'AOL, continue à plancher sur un partenariat avec Google. Pendant deux semaines, Yahoo a testé AdSense, le système de vente de liens publicitaires de son concurrent. Si un accord durable était scellé, les deux groupes seraient responsables de 80 % du marché mondial de la recherche sur Internet, selon le cabinet Hitwise. De fait, le département de la Justice étudie les conséquences d'un tel rapprochement que le géant Microsoft juge anticoncurrentiel. ■

ÉRIC CHALMET

La pile à combustible attendue pour 2009

Ce procédé est la piste la plus prometteuse pour les produits d'électronique grand public. Sa miniaturisation permettra de faire fonctionner les téléphones mobiles, les ordinateurs portables ou les appareils photo numériques...

ÉLECTRONIQUE

On parle beaucoup d'appareils sans fil, mais cela ne veut pas dire sans chargeur... », ironise Peng Lim, chief executive officer de MTI MicroFuel Cells. Le problème posé par la durée de vie des batteries et la multiplicité des chargeurs nécessaires au fonctionnement des MP3,

appareils photo numériques, téléphones mobiles ou ordinateurs portables devient critique pour l'industrie. Le marché mondial de l'électronique grand public portable devrait progresser de 14 milliards de dollars cette année à 21 milliards de dollars en 2012. Mais il va lui falloir trouver un moyen d'alimenter en énergie tous ces appareils. En effet, si les proces-

seurs voient leurs performances doubler tous les deux ans, les batteries quant à elles n'ont réussi à doubler les leurs qu'en une décennie...

Les piles à combustible constituent la piste la plus prometteuse actuellement. Le principe est celui du mélange d'un composé (méthanol, formaldéhyde...) avec de l'oxygène qui produit de l'électricité. MTI MicroFuel Cells, installée dans la Silicon Valley, a breveté sa technologie Mobion, qui utilise le méthanol. Et a réussi à miniaturiser suffisamment le dispositif pour pouvoir tester aujourd'hui des prototypes, notamment avec Samsung. Les premiers télépho-

nes portables de la marque qui intégreront une pile à combustible rechargeable devraient arriver sur le marché fin 2009, début 2010.

« Une cartouche de méthanol permettra de recharger un téléphone mobile 8 fois, ce qui correspond à un mois de fonctionnement, ou de faire 1.400 photos avec un appareil numérique », précise Peng Lim. MTI MicroFuel Cells prévoit de démarrer la production en série mi-2009, et d'engranger ses premiers revenus liés à la pile à combustible dès l'exercice 2009. La prochaine étape à franchir est celle du conditionnement du carburant. Les cartouches de méthanol,

qui ne contiennent aucun composant actif, devront être facilement remplaçables.

C'est pourquoi MTI MicroFuel Cells travaille avec Gillette et Duracell afin de définir un format et un mode de distribution des recharges. Celles-ci pourraient alors être achetées en pack dans les grandes surfaces comme des briquets jetables ou des lames de rasoir. Bic travaille aussi actuellement sur le sujet. De plus, cette source d'énergie est considérée comme tout à fait « écolo » et les cartouches seront entièrement recyclables. ■

SOPHY CAULIER