

Consolidation dans la recherche : Automy rachète Verity

Le discours de Mike Lynch, le CEO d'Autonomy, évoquant le rachat de Verity, se veut très consensuel : étoffer son portefeuille clients et renforcer sa présence aux Etats-Unis.

Certes, la démarche de croissance externe se justifie pleinement avec une base de clients qui, en réunissant le portefeuille de chacun des deux groupes, va atteindre les 16.000 clients. Mais il faut sans doute chercher plus loin la motivation d'une opération qui prend des allures de bulle spéculative. En effet, le prix à payer semble exorbitant ! D'accord, depuis sa création Verity est profitable ! Mais en 2004, pour un chiffre d'affaires de 142,7 millions de dollars, le bénéfice net n'a été que de 7,5 millions. Et le chiffre d'affaires cumulé des deux groupes sur les 12 derniers mois est de 227 millions de dollars. Pour une acquisition en '*cash*' de 500 millions de dollars ! Pourquoi alors consolider à tout prix. Il faut pour comprendre ce mouvement regarder de plus près le marché des technologies de recherche. En entreprise, Verity et Autonomy disposent d'une réputation confortable, mais un danger les guette ! Il se nomme Google, Microsoft ou Yahoo!, et il prend la forme de déclinaisons des technologies algorithmiques des moteurs de recherche adaptées aux besoins des entreprises et de la recherche locale sur les disques dur et sur les réseaux. La concurrence sera rude, et cette perspective pousse à la consolidation des acteurs présents sur le marché des entreprises, et peu importe que le prix en soit exorbitant !