

Intégration de données : Salesforce croque MuleSoft

Salesforce a confirmé l'acquisition de l'éditeur de logiciels américain MuleSoft pour mettre 6,5 milliards \$. C'est [la plus grosse acquisition](#) de la société dirigée par Marc Benioff.

Fondée en 2006, MuleSoft est cotée en bourse depuis 2017 et revendique plus de 1200 clients.

La société est spécialisée dans l'intégration de données de provenance disparate. [MuleSoft](#) offre un service de cloud computing baptisé Anypoint qui permet aux développeurs de connecter différentes applications ensemble, afin que ces applications puissent partager des données. Dans une logique dite « API First », l'informatique a largement évolué vers les API (interface de programmation). Dans un tel contexte, la société d'intégration de données offrirait à Salesforce les connexions API et les points de terminaison IoT qui assurent la continuité des données.

Cela va permettre à Salesforce d'attirer des clients non encore décidés à migrer vers le cloud.

Pour alimenter ses services IA

MuleSoft jouera également un rôle complémentaire à la poussée de Salesforce dans le domaine de l'intelligence artificielle (IA). En effet, Salesforce fait de plus en plus appel à l'IA avec des produits tels qu'Einstein lancé en 2016. Il s'agit de proposer aux entreprises des services et des recommandations prédictifs, découlant de l'accumulation de données basées sur l'activité client.

Avant même que les entreprises puissent commencer à investir dans les produits d'IA, elles doivent mettre en place de meilleures stratégies de gestion des données. Les logiciels de MuleSoft s'inscrivent dans cette logique.

Il faut dire que les entreprises ont besoin de gérer de plus en plus de données à mesure qu'elles cherchent à lancer des outils d'apprentissage automatique.

On notera que MuleSoft compte parmi ses clients Netflix et Spotify, deux groupes qui doivent collecter des données très disparates pour alimenter notamment leur service de recommandations.

Salesforce Ventures, la branche spécialisée dans le capital-risque de la société, avait mené en 2015 un tour de financement de 128 millions de dollars dans MuleSoft.

De son côté, Alphabet, la maison mère de Google, avait jeté son dévolu sur un concurrent de MuleSoft baptisé Apigee dans une transaction de 625 millions de dollars en 2016.

Article mis à jour le 21 mars à 11h30

(salesforce © Gil C – shutterstock)