

Microsoft se paie WebFives, service de partage de fichiers (ex Vizrea)

Retour au bercail, en passant par la case 'Jackpot'... Michael Toutonghui, ancien « *distinguished engineer* » de Microsoft, vient de céder sa start-up à son ex-employeur qui l'a 'rattrapé'.

Sa petite société, WebFives, a développé un service de '*file sharing*' permettant de partager, sur Internet ou via les mobiles, des fichiers photos, vidéos, audio ou blogs.

La start-up a été créée en 2003 sous le nom de Vizrea Corp. Son activité la place à proximité de services comme YouTube qu'elle vient compléter dans une optique de consolidation des réseaux sociaux.

Pourquoi se vendre aujourd'hui ? « *Pour de nombreuses raisons, nous avons décidé cette année que la meilleure décision pour notre entreprise serait de vendre notre technologie à une entreprise plus grande, avec la vision et la capacité de prendre le meilleur de nos efforts et éventuellement de la rendre disponible à des millions, plutôt qu'à des milliers d'utilisateurs* », a déclaré Michael Toutonghui.

Les activités de WebFives vont se prolonger jusqu'à la fin de l'année, avant de fermer définitivement lorsque sa technologie sera intégrée à la suite de services de Microsoft. Les données qui ont été chargées sur les comptes d'utilisateurs de WebFives seront alors détruites de ses serveurs et ne seront plus disponibles en ligne.

La stratégie d'acquisitions de Microsoft A la différence de ses grands concurrents, Microsoft ne se livre pas à des acquisitions lourdes, ni même en grandes quantités. Sur son exercice 2007, clos le 30 juin dernier, l'éditeur n'a acquis que cinq entreprises, et quatre depuis le 1^{er} juillet. Ces acquisitions présentent des traits communs qui différencient la stratégie de Microsoft face à ses concurrents : les rachetées ont le profil de petites entreprises, déjà partenaires de l'éditeur ou qui renvoient et renforcent l'image de Microsoft, détenues par des capitaux privés, dont les technologies sont déjà plus ou moins intégrées dans ses produits, et cédés à des prix non révélés mais que l'on imagine modestes. Seule exception, l'acquisition d'aQuantive pour 6 milliards de dollars. Stratégie atypique pour l'éditeur, elle a marqué l'empressement de Microsoft à prendre position sur marché de la publicité en ligne et à se doter d'un outil reconnu. Les stratégies de consolidation de leurs offres par les Google, Yahoo et même News Corp. ont-elles alors poussé Microsoft à la faute ? Rappelons également que Microsoft avait fait état de solides ambitions au mois d'octobre dernier. L'éditeur envisageait de s'emparer de 20 entreprises par an pendant 5 ans. Les dernières acquisitions de l'éditeur renvoient en tout cas une image forte de la stratégie de Microsoft: elles sont toutes centrées sur des services en ligne, recherche, publicité ou réseaux sociaux.