

Salesforce s'est fait souffler LinkedIn par Microsoft

On ne peut pas réussir à tous les coups. C'est, en substance, le propos tenu par Marc Benioff. Le CEO de **Salesforce** reconnaît avoir envisagé d'acquérir LinkedIn... finalement tombé dans le [giron de Microsoft](#), qui a mis 26,2 milliards de dollars sur la table.

« *C'est la saison des fusions-acquisitions* », affirme le dirigeant, interrogé par [Re/code](#). Il avait tenu le même discours début juin à l'heure d'annoncer le rachat de Demandware, fournisseur américain de solutions e-commerce dans le cloud (montant de la transaction : 2,8 milliards de dollars en numéraire).

Dans le dossier LinkedIn, Salesforce avait sollicité Goldman Sachs. La banque d'affaires n'avait, en conséquence, pas pu accompagner Microsoft, alors qu'elle travaille régulièrement avec la firme de Redmond sur de grosses opérations à l'image de la prise de contrôle opérée sur Skype en 2011, pour 8,5 milliards d'euros.

Salesforce confirme

Le fait que Morgan Stanley soit la seule banque d'affaires partenaire de Microsoft avait mis la puce à l'oreille de [Bloomberg](#), qui avait suggéré que « l'autre candidat » à l'acquisition de LinkedIn était Salesforce.

Marc Benioff confirme, sans fournir davantage de détails. Il semble que l'éditeur californien se soit rapproché tardivement du réseau social professionnel, qui avait déjà nettement avancé dans ses négociations avec Microsoft. Lequel avait notamment fait la promesse de préserver LinkedIn en tant qu'entité autonome, souligne [l'Espresso](#).

Pour Salesforce, la base de données BtoB de LinkedIn – 433 millions d'utilisateurs revendiqués dans le monde – aurait constitué une mine d'or à exploiter sous l'angle du Big Data, entre ciblage publicitaire et marketing prédictif.

Autre valeur ajoutée : les solutions de recrutement (« Talent Solutions », qui incluent aussi la formation avec lynda.com), principal poste de revenus de LinkedIn sur son dernier trimestre d'activité, à hauteur de 64 % du chiffre d'affaires (557 millions de dollars, le reste étant réparti de manière égale entre les solutions marketing et les abonnements payants).

* Une opération que Tech Republic présente comme le troisième plus gros deal dans l'IT depuis l'an 2000, derrière le rapprochement Dell-EMC (67 milliards) et l'absorption de Broadcom par Avago Technologies (37 milliards) dans les semi-conducteurs. Microsoft y a engagé près d'un quart de ses liquidités.

A lire aussi :

[Rejoignez la page Silicon.fr sur LinkedIn](#)

[Sécurité : 167 millions de comptes LinkedIn volés à vendre](#)