

Silicon Valley Tour : tirer la quintessence des données et des applications

Pour les puristes, l'innovation ne se conçoit que comme une offre inédite et en rupture complète avec l'existant. Cependant, améliorer des concepts déjà installés avec une autre approche apporte de nombreux avantages, comme le prouvent ces trois entreprises rencontrées lors de l'IT Press Tour.

NuoDB pour que les données sortent de la nébuleuse.

Les lecteurs de Silicon.fr ont [déjà entendu parler de NuoDB](#), cette base de données SQL géodistribuée fonctionnant aussi sur le Cloud, a évolutivité dynamique, répercutant une information dans le monde en quelques millisecondes et respectant les principes de transactions Acid (Atomic, consistent, isolated, durable) et intégrant tout type de données (graphes, documents, non structurées...).

Cependant, la société est passée à la vitesse supérieure depuis notre dernière rencontre fin 2012. En 2010, Jim Starkey et Barry Morris lèvent 2 millions de dollars et créent NimbusDB, rebaptisée NuoDB en 2011. Depuis, la start-up a levé plus de 37 millions de dollars, dont près de 25,7 millions auprès de Dassault Systèmes, son premier client en production en 2014. Des bureaux ont été ouverts à Londres, Dublin et Belfast, et le siège de Cambridge a été agrandi.

« NuoDB est la seule base de données évolutive en mode scale-out spécialement conçue pour les opérations globales d'entreprise, à travers de multiples clouds et datacenters, » souligne Barry Morris, cofondateur et président de NuoDB. « Un grand nombre d'entreprises attendent justement une solution pour leur procurer des transactions en temps réel consistantes et sur plusieurs pays avec une latence réduite au minimum. »

La géodistribution et le scale-out sont certes des atouts pour les performances et la sécurité de l'infrastructure, mais aussi des solutions pour les multinationales contraintes légalement à ne pas faire sortir des différents pays des données produites localement.

Dans les mois à venir, la start-up ambitieuse va développer plus de "géo-fonctions", et de poursuivre son expansion internationale, tout en développant ses réseaux d partenaires. Proposant des technologies nécessitant des compétences déjà répandues (SQL, API Rest...) et une administration automatisée (base de règles, sauvegarde automatisée...), NuoDB devrait de plus en plus faire parler d'elle.

Graph et Machine Learning au cœur du Search as a Service by Synata.

Google Drive, Gmail, Google Calendar, OneDrive, Box, Dropbox, SharePoint, Exchange, Documentum, Salesforce, Office, Office365, Documentum.... *« L'information en entreprise est éclatée sur un ensemble réellement best-of-breed, » explique Patrick White, CEO de Synata, « Synata propose une fenêtre unique permettant de retrouver toute cette information. La solution ne se contente pas de rechercher l'information structurée (ERP, CRM, applications...) et non structurée, sa dimension Discovery recommande aussi les résultats apparemment les plus proches des gens avec qui vous travaillez, les sujets pour lesquels vous semblez le plus concerné, ou le contenu avec lequel vous interagissez le plus. »*

Pour parvenir à ce résultat, Synata qui se qualifie de Search as a Service, recourt à des technologies maison de type Graph et Machine Learning.

Afin de se positionner fortement sur ce marché, l'intégration simple à de multiples solutions cloud et traditionnelles est capitale. *«Plus de 80% du code que nous avons écrit est dédié à ces intégrations, et cela va s'amplifier,»* affirme logiquement le CEO. La solution est disponible sur le Cloud, mais une instance de ce Cloud peut être installée sur un cloud privé, avec un lien sécurisé servant uniquement à maintenir la solution à niveau avec la plateforme SaaS.

Depuis plusieurs années, Google propose sa Google Search Appliance avec un succès plus que relatif. Toutefois, les efforts commerciaux sur ce produit sont-ils suffisants ? Une start-up pourrait bien tirer son épingle du jeu, à condition de pouvoir se financer afin de développer un écosystème de partenaires et d'intégrateurs.

Créée en septembre 2012, cette start-up de San Francisco compte déjà plus de 50 entreprises clientes de toutes tailles, et recherche actuellement un capital d'amorçage. Synata emploie actuellement 5 personnes et mentionne un chiffre d'affaires « à 6 chiffres ».

Anaplan devient moteur d'applications

On ne présente plus Anaplan, spécialiste de la planification d'entreprise en mode SaaS, [déjà évoqué sur Silicon.fr](#).

Anaplan vient combler de nombreuses lacunes survenant suite à l'utilisation de tableurs (synchronisation, fiabilité, sécurité, consolidation, seulement deux dimensions d'analyse...). *«Toutefois, notre concurrent n'est pas Excel (qui peut même continuer à servir d'interface de saisie). Nous affrontons clairement Oracle, IBM ou SAP,»* souligne Frédéric Laluyaux, CEO d'Anaplan.

Au cours de cette tournée dans la Silicon Valley, l'éditeur souhaitait nous présenter un aspect différent de ses activités : sa plateforme pouvant servir de socle à des applications et donc à un écosystème étendu.

« Nous avons conçu notre propre moteur de bases de données,» explique le dirigeant, *« on pourrait se demander: pourquoi une base de données de plus? Nos client ont généralement raté une ou plusieurs implémentations de logiciels traditionnels et ont cependant réussi avec Anaplan ! »* Partant du constat qu'une application n'est que le regroupement d'une structure, de rôle, de règles logiques, d'expérience utilisateur, de connecteurs et de documentation, Anaplan positionne ses modèles comme des applications opérationnelles.

Finance, ventes, logistique, ressources humaines, marketing... le site propose plus d'une centaine de modèles exécutés par le moteur Anaplan qui les transforme de facto en application SaaS, avec toutes les mesures de sécurité nécessaires. *« Nous vendons le moteur Anaplan, pas les modèles (applications). D'ailleurs, les modèles et leur structure sont ouverts, modifiables et documentés. Si l'entreprise souhaite une application (modèle) développée par un partenaire, elle devra alors lui payer son utilisation,»* détaille Frédéric Laluyaux. Rappel: Anaplan est tarifé par mois en fonction du nombre d'utilisateurs et de l'espace disque nécessaire.

L'éditeur propose [sa place de marché App Hub](#) pour découvrir, déployer et partager des applications. Une fois installé sur une instance Anaplan, le modèle peut être testé avec un jeu de données. Puis, une fois toutes les données déployées, l'application est immédiatement opérationnelle.

Anaplan vient d'ailleurs d'annoncer deux nouvelles applications marketing afin de faciliter l'alignement avec les ventes : Gestion des ressources Marketing (disponible, et couvrant la planification des programmes et des campagnes, la budgétisation et la gestion en continu des dépenses, avec analyses et scénarios prédictifs) et Gestion de la Performance Marketing (disponible avant fin 2015, pour mesurer et simuler l'impact de décisions sur le pipeline et les recettes à l'aide de données de campagne).

A lire aussi :

[Silicon Valley Tour : Des accélérateurs de stockage à tout va](#)

[Silicon Valley Tour – Containers et Big Data restent des technologies incontournables](#)

Crédit Photo : Gustavo Frazao-Shutterstock