

Télégrammes : Google rachète Bitium, HK Hynix investit dans Toshiba Memory, Twitter double la mise.

Google se renforce dans l'identification. Google vient d'annoncer l'acquisition de Bitium. Fondée en 2012, cette start-up fournit des solutions de gestion des identités et d'accès (IAM, identity and access management), y compris le SSO (single sign-on ou signature unique) et applications Cloud (SaaS). Une offre destinée à répondre aux nouveaux besoins émergents de l'adoption du Cloud en regard des niveaux de sécurité requis et du respect des politiques de fonctionnement des entreprises. Bitium est particulièrement spécialisé dans la sécurisation des accès aux applications en ligne comme Google Apps, Office 365, des outils collaboratifs ou des CRM. Et compte Box, AWS, Microsoft, LinkedIn, Salesforce, Twitter et, évidemment, Google parmi ses clients. « *En ajoutant les capacités de Bitium, nous continuerons à travailler en étroite collaboration avec notre écosystème dynamique de partenaires identitaires afin que nos clients puissent choisir les meilleures solutions pour répondre à leurs besoins* », indique Google par voie de [blog](#). Les équipes de Bitium rejoindront celles de Google Cloud.

SK Hynix rejoint Bain dans le rachat de Toshiba Memory. SK Hynix vient de confirmer son intention de rejoindre le consortium formé par Bain Capital pour [l'acquisition de TMC](#), la filiale mémoires flash NAND de Toshiba pour près de 18 milliards de dollars. Selon Reuters, l'entreprise sud-coréenne de semi-conducteur, et particulièrement de mémoire vive, investirait jusqu'à 3,5 milliards de dollars dans l'aventure (395 milliards de yens). Et prendrait 15% du capital de Pangea, la structure spécialement créée pour exploiter les activités de TMC. Apple, Dell, Seagate et Kingston Technology, également membres du consortium, doivent aussi investir dans le consortium sous forme d'actions privilégiées non convertibles.

Twitter double la mise. Twitter a décidé de doubler le nombre de caractères autorisés par tweet. Soit 280 au lieu de 140 jusqu'à présent. Twitter explique avoir enclenché un test sur la base d'une enquête interne qui a démontré que l'espace actuel était trop restreint pour permettre une expression efficace dans certaines langues. Si les idiomes asiatiques permettent de véhiculer beaucoup d'informations en un caractère, il n'en va pas de même pour l'anglais, l'espagnol ou encore le français, rapporte [l'Espresso.fr](#). Il est vrai que la limite des 140 caractères, contrainte technique appliquée à l'origine pour coller au SMS, peine à se justifier aujourd'hui. Néanmoins, cette limite obligeait à un style concis qui faisait le charme du réseau social. En se contentant de doubler le nombre de caractères, Twitter tente un compromis pour conserver son âme.