

Vexé sur LinkedIn, Salesforce se console en rachetant Quip

Dépassé par Microsoft dans la course à l'acquisition de LinkedIn, Salesforce explore d'autres pistes de croissance externe dans l'écosystème high-tech californien.

L'éditeur basé à San Francisco [met la main](#) sur une start-up installée à quelques rues de son siège social. Son nom : **Quip**. Son produit : une plate-forme collaborative dans le cloud, à la croisée des chemins entre un Office 365, un Slack et un Google Docs.

L'aventure avait démarré en septembre 2012, sous l'impulsion de [Kevin Gibbs](#) (ancien de Google, où il a notamment contribué au développement d'App Engine)... et de [Bret Taylor](#).

Ce dernier avait, quelques mois auparavant, quitté le poste de directeur technique qu'il occupait chez Facebook. Artificier de l'Open Graph, il avait été le premier haut responsable à démissionner après l'entrée en Bourse jugée houleuse du réseau social.

En un peu moins de quatre ans d'activité, Quip a officiellement levé 45 millions de dollars, répartis en deux tours de table bouclés respectivement en 2013 et en 2015, auprès de références du capital-investissement telles que Greylock Partners et Benchmark Capital.

Un deal à plus de 582 millions de dollars

Salesforce – ainsi que son CEO Marc Benioff, à titre individuel – a également mis ses billes dans Quip ; ce qui complique le calcul du montant de l'acquisition.

Dans le [document](#) communiqué ce lundi 1^{er} août 2016 à la SEC (Securities and Exchange Commission, organisme de contrôle et de régulation des marchés financiers aux États-Unis), il est fait état d'un montant incompressible de 582 millions de dollars en actions.

Le nombre de titres Salesforce émis pour les actionnaires de Quip dépendra de la valeur moyenne en clôture sur les 20 prochains jours de cotation à compter de ce mardi 2 août.

Pour ce qui est de l'investissement de Salesforce Ventures dans la start-up, cela « demande des ajustements ». À en croire [TechCrunch](#), qui s'appuie sur les témoignages de deux sources dites « très proches du dossier », l'opération, dont la finalisation est prévue avant le 31 octobre 2016 (fin du 3^e trimestre de l'exercice fiscal de Salesforce), devrait se monter à 750 millions de dollars.

D'abord lancé sous la forme d'une application mobile, Quip est ensuite arrivé sur le Web, puis sur *desktop* (Mac et Windows en juillet 2015). Il s'est successivement enrichi par l'introduction de modules sociaux et d'une API, d'une fonction tableur ou encore des « Chat Rooms » pour discuter sans avoir à fermer les documents en cours d'édition.

Al Jazeera, CNN, Fender, Instagram, Stripe et Pinterest font partie des entreprises qui ont adopté cette offre proposée à partir de 30 dollars par mois pour une équipe jusqu'à 5 personnes, puis 12

dollars mensuels par utilisateur supplémentaire (10 dollars en cas d'abonnement annuel). Il existe une version « Quip Enterprise » plus complète avec notamment du stockage illimité, commercialisée à un tarif unique de 25 dollars par mois et par personne, précise [ITespresso](#).

Salesforce compte intégrer cette brique dans son offre « Customer Success Platform », pour diversifier un peu plus son portefeuille au-delà du CRM. L'éditeur assure que « rien ne changera » pour les utilisateurs actuels de Quip, si ce n'est que la solution leur sera proposée sous la marque Salesforce.

A lire aussi :

[Salesforce était prêt à payer beaucoup plus pour LinkedIn](#)
[Salesforce acquiert Coolan pour analyser les datacenters](#)

Crédit Photo : Everything possible-Shutterstock