

**En rachetant LinkedIn, Microsoft signe sa plus grosse acquisition, en même temps qu'il confirme ses nouvelles orientations stratégiques autour des services aux professionnels, du *cloud* et du mobile.**

En annonçant, le 13 juin 2016, le rachat de LinkedIn pour 26 milliards de dollars, Microsoft a confirmé la stratégie de recentrage de ses activités dans le *cloud* et le mobile, avec son marché historique en ligne de mire, à savoir les entreprises et leurs salariés. En effet, depuis ses débuts dans les années 1980, Microsoft a privilégié le monde de l'entreprise, qu'il s'agisse de ses partenariats avec les constructeurs de terminaux comme des logiciels pour entreprise, la suite Office étant la suite logicielle bureautique jusqu'ici jamais détrônée dans le monde. Sans surprise, les revenus de Microsoft ont donc reposé durant des décennies sur la commercialisation de licences auprès des constructeurs (Windows), ou directement auprès des directions informatiques des entreprises (Windows et Office), ce qui a permis au groupe de ne jamais avoir à gérer sa relation avec le grand public.

Avec le succès de l'iPhone d'Apple dès 2008, la donne a progressivement changé pour Microsoft puisqu'Apple est parvenu, pour la première fois, à devenir dominant dans un écosystème informatique, celui du mobile connecté, suivi deux ans plus tard par Google qui a imposé Android. Apple et Google ont construit le succès de leur système d'exploitation et de leur marché d'applications grâce au grand public, qui a petit à petit transféré dans l'entreprise son smartphone, une évolution connue en anglais sous l'expression *bring your own device*. Les smartphones enfermant des applications professionnelles (courriels, calendrier, prises de notes, voire également tableur et traitement de texte), ils ont également servi de cheval de Troie à Apple comme à Google pour percer dans le monde des logiciels bureautiques professionnels (*bring your own software*).

Face à cette menace, le groupe informatique a opté, sous la direction générale de Steve Balmer, pour une stratégie d'écosystème intégré alliant terminal et services, soit l'équivalent de l'offre concurrente d'Apple. Microsoft a ainsi racheté Nokia en septembre 2013 pour 5,4 milliards de dollars afin de réserver à Windows Mobile un terminal, le smartphone Lumia, dans lequel il pourrait s'incarner ([voir La rem n°28, p.45](#)). Cette stratégie fut un échec, les ventes de Windows Mobile n'ayant pas augmenté grâce à la gamme de smartphones dédiés, développée par Nokia.

L'arrivée de Satya Nadella à la tête de Microsoft en février 2014 a ainsi correspondu à une révision complète de stratégie ([voir La rem n°34-35, p.49](#)). Les écosystèmes intégrés alliant terminaux et services ont été abandonnés. Le retard de Microsoft dans les smartphones conduisait en effet à laisser le champ totalement libre aux applications concurrentes intégrées par défaut dans les systèmes d'exploitation d'Apple ou de Google. Faisant du « *cloud* et du mobile » une priorité, Satya Nadella a renoncé à l'intégration entre services, systèmes d'exploitation et terminaux afin que ses applications phares, Office en premier lieu, soient disponibles également dans les écosystèmes de ses concurrents. Dès 2013, Office avait déjà basculé dans le *cloud*, étant accessible sur abonnement.

En 2014, Office a été mis gratuitement à disposition dans les univers Apple et Google pour les terminaux dont l'écran était inférieur à 9 pouces, Microsoft s'imposant d'emblée comme l'un des fournisseurs d'applications les plus populaires auprès des utilisateurs d'iPhone et de smartphones sous Android. Les revenus dépendent donc désormais, et de plus en plus, des abonnements des entreprises à la suite Office 365, complétés par l'offre de serveurs et de *cloud computing* de Microsoft. Le *cloud* a représenté quelque 25 milliards de revenus pour l'exercice fiscal 2016, clos en juin, soit 27 % des revenus du groupe ; Office et les logiciels de bureau ont représenté 26,5 milliards de dollars, soit 29 % des revenus du groupe (+ 1 point par rapport à 2015). À l'inverse, les ventes de systèmes d'exploitation (Windows) et de terminaux grand public (Xbox et Surface) reculent de 2 points, même si elles représentent encore 44 % des revenus en 2016 pour 40,5 milliards de dollars de chiffre d'affaires.

De ce point de vue, le rachat de LinkedIn s'inscrit dans le droit fil de cette stratégie qui consiste à renforcer l'offre de services à l'intention des professionnels, au détriment des activités grand public. Pour ces dernières, les services Microsoft sont de plus en plus mis gratuitement à disposition afin de prémunir le groupe contre l'émergence d'applications concurrentes qui pourraient servir d'entrée sur le marché professionnel à Google comme à Apple. Sur le marché professionnel, Microsoft entend donc conserver son avantage en se positionnant sur l'ensemble des segments du marché.

Ainsi, outre les offres de stockage et les services bureautiques, Microsoft va désormais disposer d'un véritable réseau social professionnel, qui se superposera à la communauté des utilisateurs d'Office, avec laquelle des synergies pourront être imaginées. LinkedIn est en effet l'un des réseaux sociaux spécialisés les plus performants au monde avec 433 millions de membres en 2016, plus donc que Twitter. Cette communauté a permis à LinkedIn de devenir un acteur incontournable des entreprises, qui ont de plus en plus recours à ses services pour approcher des candidats, une prestation que LinkedIn facture et qui représente 65 % de ses revenus, qui se sont élevés à 3 milliards de dollars en 2015.

Pour Microsoft, le contrôle de LinkedIn va également lui garantir une meilleure présence de ses services dans l'univers mobile, plus de 60 % des utilisateurs du réseau social professionnel se connectant depuis un mobile ou une tablette. S'ajoute au réseau social un ensemble de services que LinkedIn a développés ou rachetés au fil de sa courte existence afin de devenir un acteur essentiel de la prestation de services aux entreprises. LinkedIn a ainsi racheté SlideShare en 2012, un service de partage de présentations de type Powerpoint, ou encore Lynda en 2015, une plate-forme de formation en ligne, qui vient ici répondre aux besoins de certains des membres du réseau en quête de nouvelles compétences. Enfin, LinkedIn dispose d'une information précise sur les évolutions des marchés du travail. Il peut exploiter la cartographie des relations professionnelles (*economic graph*) que son réseau lui permet d'établir, et identifier ainsi des tendances et des sujets majeurs, qu'il peut traiter par ses services à vocation éditoriale, LinkedIn ayant un espace baptisé Influenceurs où les dirigeants peuvent partager leurs points de vue.

Pour Microsoft, le rachat de LinkedIn correspond à la plus importante transaction jamais réalisée par le

groupe, loin devant le rachat de Skype, un autre réseau social, dont Microsoft s'était emparé en 2011, moyennant 8,5 milliards de dollars. Cette acquisition permet à Microsoft de prendre pied dans l'univers du social avec un actif parmi les plus importants, LinkedIn étant d'ailleurs probablement le seul véritable réseau social spécialisé de dimension planétaire, les autres réseaux sociaux étant destinés à des usages grand public (Facebook, Instagram, Google+, Snapchat), à l'exception peut-être de Twitter qui devient de plus en plus utilisé par les seuls « influenceurs » et journalistes.

Enfin, le prix payé par Microsoft n'est pas trop élevé, le groupe disposant par ailleurs de plus de 100 milliards de dollars de trésorerie. En effet, Microsoft achète LinkedIn avec une prime de presque 50 % sur le cours en Bourse, mais LinkedIn avait au préalable perdu plus de 40 % de sa valeur en Bourse depuis le début 2016. Autant dire que la prime payée par Microsoft revient à redonner à LinkedIn la valeur en Bourse que le réseau social affichait en 2015, avant que les investisseurs ne s'inquiètent de la trop forte dépendance du groupe aux revenus tirés du seul marché américain (62 % du chiffre d'affaires en 2015). Avec Microsoft comme actionnaire, LinkedIn aura désormais le temps de diversifier ses revenus sur les différents marchés et dans le monde entier.

Sources :

- « Avec le rachat de LinkedIn, Microsoft signe sa plus grosse acquisition », Lucie Robequain, *Les Echos*, 14 juin 2016.
- « Microsoft rachète LinkedIn pour 26,2 milliards de dollars », Lucie Ronfaut, *Le Figaro*, 14 juin 2016.
- « La transition de Microsoft vers le cloud porte ses fruits sur le dernier exercice », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 21 juillet 2016.