



TÉLÉCOMS CENTILE TELECOM APPLICATIONS

Comment le spécialiste des communications unifiées pilote sa croissance

Gaëlle Cloarec

« Centile gagne entre dix et douze nouveaux clients par an », précise Bertrand Pourcelot, directeur général de la PME sophilopolitaine.

Qu'il est loin le temps où Centile jouait sa survie. Depuis quatre ans, l'éditeur sophilopolitain spécialisé dans le développement de plates-formes de communications unifiées pour opérateurs et intégrateurs affiche un rythme de croissance annuel de son chiffre d'affaires de 15 à 20 %. Avec une centaine de clients fournisseurs, regroupant plus de 700 000 utilisateurs dans le monde, Centile revendique même le leadership en Europe. Bref, la PME s'inscrit sur une dynamique de croissance qu'elle entend bien mettre à profit pour consolider son « avantage concurrentiel » en étoffant son offre et son effectif (45 personnes à ce jour). Et cela passe par de nouveaux locaux, histoire de renforcer son « attractivité en offrant un espace de travail propice à une meilleure collaboration entre les équipes, partenaires et clients d'une part, et de l'autre anticiper nos futurs recrutements et séduire de nouveaux talents », explique son directeur général, Bertrand Pourcelot. Lequel s'est fixé comme objectif de doubler son chiffre d'affaires 5,3 M en 2017 d'ici à trois ans.

Fondée en 1999, Centile revient

pourtant de loin. Victime de l'éclatement de la bulle Internet, elle est placée en redressement judiciaire en 2007 avant d'être rachetée par le groupe américain ViaOne qui, en 2010, passe le relais au fonds MVC Capital. Là, la donne change.

Un nouveau modèle économique Centile fait évoluer sa plateforme de communications unifiées Istra vers les offres mobiles et s'appuie sur un modèle économique récurrent, basé sur l'usage. « Nous sommes sortis du modèle traditionnel en vigueur en proposant une solution de partage des risques avec les opérateurs qui n'ont donc plus d'investissement initial important à réaliser. La nature du contrat nous incite à travailler main dans la main, nos revenus dépendant du nombre d'entreprises abonnées de nos clients. » Un positionnement stratégique qui lui a permis « de pénétrer de nouveaux marchés à l'export où nous réalisons 65 % de notre chiffre d'affaires ». Parmi les derniers exemples en date, l'équipementier télécom Italtel qui a déployé en 2016 les solutions Centile auprès des 25 000 employés de la poste italienne.

Nouvelles fonctionnalités
Présente dans 20 pays, Centile table sa croissance sur une stratégie commerciale à l'international mieux structurée, en Angleterre, en Allemagne et au Brésil, et le lancement d'offres de téléphonie

d'entreprise innovantes répondant aux exigences, notamment mobiles, des utilisateurs finaux. Trois nouvelles fonctionnalités viennent d'enrichir sa plate-forme, désormais « intégrable dans les CRM », dont celle permettant de faire des vidéoconférences ou des partages d'écran sur mobile. Autant « d'arguments pour signer de nouveaux clients » sur un marché « proche de la maturité », porté par une tendance à l'externalisation qui ne se dément pas depuis la démocratisation du Cloud. Tous les signaux sont donc au vert. Et Bertrand Pourcelot de conclure : « Aujourd'hui, notre challenge est de bien gérer cette croissance. »

CENTILE EN BREF

Directeur général Bertrand Pourcelot
Bertrand Pourcelot Les Acqueducs
535, route des Lucioles 06560
Valbonne
45 SALARIÉS
5,3 M€ DE CA (2017)
700 000 UTILISATEURS ■