

**Séminaire Entrepreneurs
Villes et Territoires**

*organisé grâce aux parrains
de l'École de Paris :*

Accenture
Air Liquide¹
Algoé²
ANRT
Arcelor
Caisse des Dépôts et Consignations
Caisse Nationale des Caisses
d'Épargne et de Prévoyance
CEA
Centre de recherche en gestion
de l'École polytechnique
Chambre de Commerce
et d'Industrie de Paris
CNRS
Conseil Supérieur de l'Ordre
des Experts Comptables
Danone
DARPMI³
Deloitte & Touche
DiGITIP
EADS
École des mines de Paris
EDF
Entreprise & Personnel
Fondation Charles Léopold Mayer
pour le Progrès de l'Homme
France Télécom
IBM
IDRH
IdVector¹
Lafarge
PSA Peugeot Citroën
Reims Management School
Renault
Royal Canin
Saint-Gobain
SAP France¹
Schneider Electric Industrie
THALES
Total
Unilog
Véolia Environnement

¹ pour le séminaire
Ressources Technologiques et Innovation
² pour le séminaire Vie des Affaires
³ pour le séminaire
Entrepreneurs, Villes et Territoires

(liste au 1^{er} février 2004)

**NETIA
UN LEADER DE L'INDUSTRIE NUMÉRIQUE
AU MILIEU DES VIGNES**

par

Christophe CARNIEL
PDG de NETIA

Séance du 5 novembre 2003
Compte rendu rédigé par Élisabeth Révah

En bref

À Claret, dans l'Hérault, la vigne n'a pas donné que du vin ; elle a produit NETIA, éditeur de logiciels et fournisseur de solutions numériques pour l'audiovisuel, un des leaders mondiaux sur son marché. Tout démarre en 1993 sur la vague idée que la numérisation de sons et d'images pourrait en intéresser certains. Christophe Carniel et les deux autres ingénieurs de l'École des mines d'Alès lancés dans l'aventure ne savent pas encore que, bientôt, quelques-unes des plus grandes radios et télévisions du monde utiliseront leurs logiciels, distribués dans plus de quarante pays. Malgré ce succès mondial, les trois hommes décident de maintenir le centre névralgique de la société dans leur région d'origine, à trente kilomètres de Montpellier, en pleine zone rurale. Ils n'ont pas eu à le regretter : la culture locale semble propice à l'épanouissement du talent comme du bon vin...

*L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse
des comptes rendus ; les idées restant de la seule responsabilité de leurs auteurs.
Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.*

EXPOSÉ de Christophe CARNIEL

Lorsque nous avons créé NETIA, il y a dix ans, avec deux amis, nous n'avions aucune idée de ce que pourrait devenir sa principale activité. Nous n'avions pas trente ans, venions de perdre notre emploi et disposions d'un savoir-faire technologique encore rare : la numérisation d'images et de sons. Restait à trouver une application...

Depuis lors, bien du chemin a été parcouru. NETIA se définit aujourd'hui comme un éditeur de logiciels et un fournisseur de solutions numériques pour l'audiovisuel ; nous travaillons à 80 % pour les radios et commençons tout juste à numériser certaines chaînes de télévision. Comment en sommes-nous arrivés là ? C'est toute cette aventure que je voudrais vous raconter.

Savoir-faire recherche application

Je suis né à Montpellier il y a 37 ans. Après avoir obtenu mon diplôme d'ingénieur de l'École des mines d'Alès en 1988, j'ai choisi de m'orienter dans le secteur informatique et ai travaillé dans une SSII, en dirigeant notamment pendant trois ans sa filiale belge. Les difficultés financières de la société ont mis fin en 1993 à cette expérience. C'est alors que nous avons décidé, avec deux autres ingénieurs de l'École des mines, de créer notre société.

Qui veut numériser ?

J'avais pu observer, au cours des années passées à Bruxelles, le fonctionnement d'une maison de disques qui nous hébergeait. Elle échangeait avec ses partenaires, les radios notamment, un nombre de copies sonores vertigineux. Par ailleurs, pour améliorer les ventes, ses responsables envisageaient d'offrir à leurs clients la possibilité d'écouter, avant achat, de courts extraits musicaux de morceaux inédits. La numérisation avait alors été évoquée et j'avais réalisé quelques tests techniques pour savoir comment il était possible de transcrire un disque sur un ordinateur.

Lorsque nous avons fondé NETIA, nous n'envisagions pas ce seul débouché pour notre savoir-faire. Le tourisme pouvait également être intéressé par la numérisation de sons et d'images aux fins de représenter un territoire ; et évidemment l'audiovisuel. Nous avons décidé de contacter les dix plus grands médias français : neuf fois on nous a fermé la porte, mais pas la dixième. Au bout d'un an et demi, nous allions enfin trouver ce que nous cherchions.

Merci la chance !

À l'époque, TF1 travaillait sur un projet confidentiel de chaîne d'information continue, LCI. Les trois chefs de projet chargés de le faire avancer, fort occupés par ailleurs, ont probablement été bien arrangés de la coïncidence qui nous a réunis. Ils auraient sans doute pu s'adresser à un prestataire plus connu, comme Sony, mais le prix et les conditions auraient-ils été aussi avantageux ?

La demande qui nous était faite était ambitieuse. Nous devons être capables d'enregistrer sur un ordinateur la correspondance téléphonique d'un journaliste de terrain, de la distribuer sur le réseau informatique interne de la rédaction, de la travailler grâce à un outil ergonomique et enfin de la diffuser sur une image fixe à l'écran. Toutes ces opérations paraissent aujourd'hui d'une banalité confondante mais c'était la première fois, à l'époque, qu'on envisageait de traiter numériquement un signal du terrain jusqu'à la rédaction de la chaîne de télévision et l'antenne.

Nous venions de trouver une première application pour notre savoir-faire. Née au cœur d'une télévision et pourtant purement audio, elle allait nous ouvrir la porte des radios.

À la conquête de la radio...

Forts de ce premier succès, nous avons donc poursuivi notre tournée des médias en France, mais aussi à l'étranger, et lancé, parallèlement, entre 1996 et 1997, un programme de R&D visant à proposer une gamme complète de produits adaptés aux besoins radiophoniques. Nous avons eu la chance, pendant toute cette période, d'être accompagnés par des investisseurs bien disposés.

Hier et aujourd'hui

Jusqu'en 1997, les magnétophones analogiques à bandes constituaient le seul moyen d'enregistrer les sons : le journaliste utilisait des ciseaux pour monter son sujet, qu'il apportait physiquement au studio pour le faire diffuser. Rappelons qu'une radio fonctionne comme une véritable industrie : la matière brute qui arrive en permanence – des interviews téléphoniques, des reportages, des publicités, des disques... – est enregistrée, puis travaillée par un processus de montage et d'édition, puis diffusée, par voie hertzienne, satellite, internet ou même bientôt par téléphone mobile. C'est cette chaîne complète d'acquisition, de production et de diffusion que nous avons cherché à simplifier, au moyen de logiciels qui permettent d'effectuer sur une même station de travail, simplement à l'aide d'une souris, l'ensemble des tâches demandées. Cette station est bien sûr connectée au studio, ce qui évite au journaliste de courir dans les couloirs quelques minutes avant le journal. Un technicien est désormais automatiquement alerté qu'il doit diffuser son sujet.

Les raisons qui ont conduit les radios à se lancer dans la numérisation sont évidentes. L'amélioration de la productivité, dans un contexte fortement concurrentiel, en est une. Désormais, une conférence de presse du président de la République est accessible en temps réel par plusieurs journalistes d'une même rédaction ; auparavant, celui qui couvrait l'événement devait réaliser son enregistrement, puis effectuer autant de copies que de collègues intéressés, qu'il devait distribuer physiquement à chacun d'eux. Il en résultait un coût supplémentaire, celui des bandes – de l'ordre de 500 000 euros chaque année pour France Inter –, et une perte de temps considérable.

Autre raison déterminante, la numérisation offre la possibilité de préserver en toute sécurité le document originel, à travers une édition virtuelle. Plus de risque de couper la bande au mauvais endroit sans possibilité aucune de réparer son erreur : un seul clic de souris permet de revenir en arrière. Enfin, la facilité d'utilisation des logiciels a achevé de convaincre les radios de la nécessité de cette révolution. Résultat, on a assisté en 2002 à l'arrêt de la fabrication des magnétophones analogiques ! Notre produit phare, Radio Assist, compte aujourd'hui 4 500 utilisateurs dans le monde. Il en est aujourd'hui à sa septième version de développement.

Un fabuleux marché

La radio est un média populaire. Il existe 44 000 stations dans le monde, dont 25 000 potentiellement clientes de nos produits ! Les États-Unis représentent 50 % de ce marché – mais la tendance à la concentration des médias américains devrait faire baisser ce chiffre à l'avenir –, l'Europe 35 %, l'Asie et le Pacifique 15 % et l'Afrique et le Moyen-Orient 10 % – cette zone, en revanche, prendra de plus en plus d'importance dans le futur compte tenu du nombre de créations de radios et de télévisions auxquelles on assiste en ce moment. Sur ce marché, nos concurrents sont peu nombreux : un en France, trois en Europe et trois aux États-Unis. Il s'agit en effet d'un marché de niche, spécialisé dans des produits et non des services.

NETIA est actuellement le fournisseur officiel des principales radios de France et de nombreux autres pays européens. Tous les journalistes et techniciens du groupe Radio France utilisent aujourd'hui nos outils pour fabriquer leur programme. Nous avons également numérisé les radios de la RAI, la Radio Télévision Belge, la partie acquisition de la BBC,

mais aussi la Radio Nationale Australienne, la première radio de sport américaine (Sporting News Radio), Radio Vatican et Radio France Internationale.

Le marché de la numérisation des radios est en constante évolution. De grands projets technologiques sont en cours de développement, qui visent à moderniser le système de diffusion, pour permettre notamment d'écouter une station de Berlin à Madrid sans changer de fréquence.

Success story

Avec la radio, notre aventure n'a fait que commencer. D'autres marchés et d'autres pays nous attendaient.

En avant la télé !

À la fin de l'année 1998, nous avons entrepris d'adapter notre technologie au domaine de l'image en créant une gamme de logiciels pour la télévision. Le pendant de Radio Assist – U Share – a ainsi vu le jour. Sa deuxième version est sortie en 2002. Les signaux à traiter sont beaucoup plus volumineux en télévision qu'en radio ; la technologie n'en est donc pas au même stade. NETIA propose une gamme de logiciels qui permettent l'automatisation des échanges de documents vidéonumériques. Nos clients sont, entre autres, France Télévision, Canal Plus et M6.

L'expansion internationale

En 1999, nos produits commençaient à connaître un certain succès dans l'Europe entière et nous avons décidé de tenter l'aventure américaine. Elle s'est révélée, après les déboires des deux premières années, une belle réussite. Aujourd'hui, nous effectuons plus de la moitié de notre chiffre d'affaires (8 millions d'euros) à l'international. Nous possédons deux bureaux – le premier est situé à Claret, à trente kilomètres au nord de Montpellier, et le second à Paris –, trois succursales – à Liège, Hong Kong et Sydney – et une filiale aux États-Unis, NETIA Inc. Nous disposons par ailleurs d'un réseau de distributeurs dans plus de quarante pays.

Demain, la diversification

Le succès de Radio Assist nous a permis de conclure des partenariats stratégiques internationaux, et la baisse du coût du matériel d'augmenter nos marges, si bien que nous avons enregistré une forte croissance en 2000. Pour demain, nous envisageons plusieurs types de diversification. Nous avons déjà entrepris des incursions dans le secteur des nouveaux médias, comme internet et les téléphones mobiles, qui permettent d'écouter la radio et de regarder la télévision autrement.

Les radios internes (plus connues sous le nom de *public address*) pourraient également nous offrir des pistes intéressantes : les grands distributeurs sont de plus en plus nombreux à vouloir maîtriser leur marketing sonore en diffusant, dans leurs magasins, non plus une radio généraliste qui passe des publicités pour la concurrence, mais leur propre radio, entièrement contrôlée. Radio Renault devrait ainsi bientôt voir le jour : elle diffusera des programmes musicaux et des messages publicitaires ciblés sur les produits de l'entreprise.

Enfin, les opérateurs de télécommunications, comme France Télécom, Deutsche Telecom ou Triumph aux États-Unis, sont de plus en plus intéressés par nos prestations, qu'ils louent aux grands médias.

La vigne et ses vertus

Nos clients sont situés dans les capitales du monde entier et pourtant, les activités stratégiques de la société – le siège administratif, le centre de R&D et la direction commerciale – sont à Claret, au milieu des vignes, dans une région plus réputée pour son vin que pour ses talents informatiques !

Une attractivité indéniable...

Pourquoi Claret ? Bien sûr parce que nous sommes originaires de la région, mais aussi et surtout pour des raisons financières. Alors que nous cherchions des locaux pour accueillir notre toute jeune société, le maire de ce village nous a proposé, à un coût très avantageux, un bâtiment neuf d'une surface de 150 m² ! Plus tard, quand l'activité a réellement démarré, nous avons fait le choix d'y maintenir le centre névralgique de l'entreprise tout en développant un réseau d'agences dans les capitales étrangères, au plus près de nos clients.

Tout d'abord, nous ne sommes pas très loin de Paris : à une demi-heure de la gare de Nîmes, elle-même située à deux heures et demi de la gare de Lyon. Ensuite, cette implantation nous a valu une publicité positive dans le milieu des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Nous sommes d'ailleurs loin d'être les seuls à avoir choisi le Sud pour terre d'élection, comme l'atteste l'intensité croissante des flux démographiques avec la capitale.

Nous avons également fait le pari que cette localisation contribuerait à stabiliser le personnel et en effet, ceux qui se sont lancés avec nous dans l'aventure il y a dix ans sont toujours là. Aujourd'hui, cinquante-cinq personnes travaillent à Claret, dont 30 % d'étrangers, pour un effectif total de soixante-dix salariés. Ce sont des ingénieurs informatiques, des responsables export et des ingénieurs nouveaux médias, de haut niveau et de toutes provenances. Ils sont solidement implantés dans la région, ont fait construire des maisons, pratiquent des sports de plein air et apprécient l'art de vivre local. Nous avons pu vérifier leur satisfaction lorsqu'en 1999 et 2000 les salaires du secteur informatique ont connu une très forte inflation : aucun n'a écouté le chant des sirènes. Il n'y a pas de turn-over à Claret ; cette stabilité fait notre force.

Enfin, nous disposons dans ce village de tout l'espace dont nous avons besoin, sans parler du soutien financier dont nous avons bénéficié de la part de la collectivité territoriale lorsque nous avons souhaité agrandir notre bâtiment.

... mais un criant retard d'équipement

Il n'y a évidemment pas que des avantages à travailler à Claret, et il y a même un gros inconvénient, caractéristique des zones rurales : l'absence d'infrastructures de télécommunications adaptées à des activités telles que la nôtre. Parce que nous échangeons tous les jours des documents volumineux avec nos bureaux, nos distributeurs et nos clients, le haut débit est pour nous indispensable. La mobilisation de nombreux acteurs de la région nous a permis d'obtenir son installation d'ici la fin de l'année, alors qu'elle était prévue, à l'origine, pour 2006 ! En réduisant nos coûts de communication et de maintenance, l'ADSL nous permettra d'améliorer notre compétitivité et de nous battre à armes égales avec nos concurrents.

Nos territoires souffrent d'un important retard d'équipement par rapport aux zones urbaines et les entrepreneurs du Languedoc-Roussillon ont tout intérêt à être solidaires. Je mène pour ma part depuis trois ans différentes actions visant à favoriser le développement économique de notre région. Je suis notamment président du pôle informatique régional et j'ai contribué, il y a six mois, avec cinq autres chefs d'entreprise, à la création du FCPR Next Venture, pour soutenir les entreprises désireuses de s'implanter sur notre territoire. Je suis également vice-président de la Cité des entrepreneurs, créée sous l'égide de la Chambre de commerce et d'industrie de Montpellier. Elle a pour but de fédérer les initiatives et de mutualiser les

expériences, à travers des groupes de réflexion. À terme, sa vocation est de proposer un soutien concret aux entrepreneurs, sous forme d'aides financières mais aussi de formations.

DÉBAT

Retour au début

Un intervenant : *De quel accompagnement avez-vous bénéficié pour démarrer votre activité en France, puis aux États-Unis ?*

Christophe Carniel : Des conseillers juridiques parisiens nous ont initiés aux enjeux du capital-risque. Nous avons financé la R&D et le développement international grâce à trois tours de table successifs. Cette phase s'est déroulée sans problème.

En revanche, notre première incursion aux États-Unis s'est soldée par un échec et une grosse perte d'argent. Nous pensions que nous pouvions nous débrouiller seuls. Nous avons rapidement compris qu'il n'en était rien et pris contact avec des acteurs locaux et des entrepreneurs français installés sur le sol américain. Ces consultations nous ont conduits à créer une structure totalement américaine, qui facture en dollars et dont le comptable est lui-même américain ! Nous réalisons aujourd'hui 20 % de notre chiffre d'affaires aux États-Unis ; nous pourrions faire bien plus, jusqu'à 50 %, étant donné la taille de ce marché.

Int. : *Avez-vous traversé des moments de doute et de découragement au cours des premières années d'activité de NETIA ?*

C. C. : Bien sûr, nous avons plusieurs fois eu la tentation de baisser les bras, mais on oublie vite les difficultés lorsqu'on est lancé dans une si belle aventure. Nous avons passé la première année à établir des contacts. Quelques petits contrats d'installation de réseaux nous ont permis de survivre. En outre, nous avons touché, en qualité de chômeurs, la prime à la création d'entreprise. Ce petit capital nous a aidés à résister aux temps difficiles.

Int. : *Avez-vous l'intention de vous introduire en Bourse ?*

C. C. : Nos investisseurs financiers sont sortis du capital en 1999, dans de bonnes conditions, par une opération d'échange de titres avec une société cotée. Une introduction en Bourse n'était pas une solution de sortie satisfaisante à l'époque. Elle reste risquée aujourd'hui.

Les pieds dans les vignes

Int. : *Vous ne vendez pas des services mais des produits, et probablement les bugs qui vont avec... Comment faites-vous pour répondre, de Claret, à l'Australien ou à l'Américain impatient dont les systèmes refusent de fonctionner ?*

C. C. : Nous avons beaucoup réfléchi à cette question au cours des dernières années, depuis que nous avons compris que nos clients ne demandent pas tant des produits innovants que des produits adaptés à l'utilisation qu'ils en font. Notre département Qualité a désormais droit de veto sur toute sortie d'une nouvelle version d'un logiciel. Par ailleurs, deux radios partenaires ont accepté de tester nos produits grandeur nature avant leur mise en vente sur le marché. Enfin, nous avons prévu des dispositifs de sécurité permettant de maintenir l'antenne en cas de dysfonctionnement technique grave. Mais tout cela n'empêche pas les bugs et notre fonction support est joignable sept jours sur sept, vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Son organisation répond à des impératifs de décalage horaire : le bureau de Claret travaille de 9 heures à 18 heures, puis New York reprend la ligne jusqu'à 24 heures et Sydney enchaîne pour la plage suivante, tout ceci de manière totalement transparente pour l'utilisateur. L'anglais est bien sûr la langue la plus fréquemment utilisée pour répondre à nos clients, mais ce n'est pas la seule. Ces derniers ont également la possibilité de nous interroger par e-mail. Leur demande est traitée immédiatement, quel que soit leur pays d'origine, grâce à un

système d'information performant, accessible par tous nos bureaux. Sur le terrain, nos distributeurs, assistés d'experts produits, peuvent aussi intervenir auprès des utilisateurs pour une maintenance de premier niveau.

Depuis les premières mises en service, nous avons pris conscience de l'intérêt de proposer une assistance et des formations à nos clients. On constate néanmoins aujourd'hui que la plupart d'entre eux, dans les radios, maîtrisent désormais l'outil. J'en profite d'ailleurs pour indiquer que NETIA a l'ambition d'être demain davantage qu'un vendeur de logiciels : nous souhaitons également vendre des services (licences, assistance à la mise en route, maintenance, support, accès à l'extranet), en échange d'une redevance annuelle.

Int. : *Combien de jours passez-vous à Claret par semaine ? Vos fréquents déplacements n'engendrent-ils pas des problèmes de management ? La qualité de vie et l'isolement du lieu ne risquent-ils pas d'endormir l'esprit d'innovation de vos ingénieurs ?*

C. C. : Paradoxalement, plus la société grandit et plus je suis présent à Claret. J'ai consacré beaucoup de temps, les quatre premières années, à mettre en place nos bureaux et notre réseau de distribution en France et dans le monde. Ils sont désormais opérationnels et animés par des collaborateurs qualifiés. Je passe donc une quinzaine de jours par mois au minimum dans ma région, le reste de mon temps étant réparti entre Paris et l'étranger. La distance n'empêche toutefois pas la communication : nous utilisons souvent le système de la visioconférence, pour notre plus grande satisfaction.

Quant à l'émulation, nous avons trouvé un bon moyen de l'entretenir, en proposant à nos salariés de se rendre chez les clients. Ils sont toujours ravis d'assister à une émission de radio populaire ou de rencontrer un animateur connu. Ces visites leur permettent en outre d'observer dans quelles conditions et avec quelles contraintes les logiciels de NETIA sont utilisés. Reste qu'entretenir la motivation des équipes de Claret est un véritable enjeu, prioritaire pour nos managers. Les salaires sont un des leviers utilisés ; ils sont en moyenne plus élevés chez NETIA que dans les autres entreprises de la région. Nous tâchons également d'encourager l'esprit d'innovation de nos ingénieurs en multipliant les rapprochements avec des laboratoires de recherche français et étrangers.

Int. : *À Claret, les ingénieurs de NETIA ont probablement trouvé, en plus d'un métier passionnant, la qualité de vie qu'ils recherchaient. Le cadre de vie est un élément auquel on attache de nos jours un énorme intérêt. C'est tout aussi vrai de la pratique d'un sport.*

C. C. : En effet, le ski, l'escalade et le bateau ont de nombreux adeptes parmi nos salariés. Notons toutefois que ceux qui se réjouissaient à l'idée d'aller courir pendant l'heure du déjeuner n'ont jamais mis leur projet à exécution une fois arrivés à Claret ! Certaines entreprises de la région ont souhaité accentuer cet aspect et fait construire dans leurs locaux une piscine et une salle de sport. Nous n'avons pas voulu suivre cet exemple, considérant que le sport est une affaire strictement privée.

Raisins et logiciels

Int. : *Vous réalisez le rêve que bien des start-ups ont poursuivi : trois amis et une idée géniale à la conquête du monde. Elles ont échoué, mais pas vous ! Comment l'expliquer ? Bien entendu, vous êtes ingénieur, ancien élève d'une école des Mines et vous n'avez aucun complexe devant le savoir. Mais surtout vous évoluez parmi les vignes, au cœur d'un monde fait de soins et de vigilance. Ce cocktail unique de patience et de sagesse n'est sans doute pas étranger à votre succès...*

Int. : *J'ai eu l'occasion de visiter votre entreprise et j'ai été frappé par la concentration, le calme et la solidarité qui y régnaient. Pensez-vous que le paysage environnant, absolument magnifique, y soit pour quelque chose ?*

C. C. : Notre environnement nous influence certainement. Les producteurs de vins sont des gens extrêmement méticuleux dans leur travail. Nous sommes au contact des vignes dès que nous franchissons la porte de l'entreprise ; cette culture nous imprègne sans doute...

Int. : *Le lien qui unit la mine, la vigne et l'informatique de pointe peut paraître évident, mais pas pour tout le monde, et probablement pas pour les Américains ! Comment présentez-vous cette singularité à vos clients ? Parvenez-vous à attirer les étrangers à Claret ?*

C. C. : De nos études, nous avons surtout retiré un état d'esprit : la curiosité et l'ouverture. Quant aux Américains, ils nous voient encore, il est vrai, avec une baguette à la main... Mais pourquoi donc ne pas la leur offrir ? Chez eux, certes, nous avons tout intérêt à nous américaniser, mais lorsqu'ils viennent en France, montrons-leur ce que nous savons faire : du pain, du vin... mais aussi des logiciels innovants ! Oui nous portons le béret, mais nous sommes aussi professionnels et inventifs ! C'est en les surprenant que nous les convainçons.

Int. : *Les vignes qui entourent les entreprises de la Silicon Valley sont souvent la propriété de chefs d'entreprise milliardaires qui ont brillamment réussi dans l'informatique...*

C. C. : Je ne pense pas que l'on puisse rapprocher NETIA de ces entreprises. Notre société a peu à voir avec les start-ups apparues dans les années 1998-1999. Elle a été créée bien avant et a largement survécu au feu de paille dont elles ont été victimes. Mais il n'y a pas que des start-ups dans la Silicon Valley...

Quant au lien entre la viticulture et l'informatique, il m'est difficile de l'analyser en profondeur. Une chose est sûre, rares sont les gens de Claret qui soient passionnés par le vin. L'intérêt de nos clients n'est pas moins vif ; nous les croisons bien souvent le week-end en train de visiter les caves de la région. Il y a même au sein de l'entreprise quelques petits propriétaires !

Int. : *Un logiciel, comme une vigne, exige d'être continuellement entretenu. La culture des vins de terroirs est dominée par l'obsession de la qualité. C'est un état d'esprit qui n'est sans doute pas mauvais pour le développement d'une entreprise comme NETIA !*

Int. : *Parions même que la dimension culturelle du vin constitue un véritable capital pour l'entreprise. Dans les représentations collectives, il est le symbole de la continuité. En ce sens, la localisation de NETIA au milieu des vignes constitue un réel facteur d'attractivité et influence positivement l'image globale de la société.*

Présentation de l'orateur :

Christophe Carniel : diplômé de l'École des mines d'Alès ; après une première expérience professionnelle en SSII en France et à l'étranger, il a créé en 1993 avec Pierre Keiflin, NETIA, un éditeur de logiciels spécialisé dans l'audiovisuel ; depuis il dirige NETIA et participe étroitement au développement des NTIC dans la région Languedoc-Roussillon. Devise : un bon chef d'entreprise doit faire preuve en permanence d'ambition et de modestie.

Diffusion février 2004