



Accueil

Emploi

Jobs in finance  
Déposez votre CV  
Consultez les offres  
Optimisez votre CV  
Coin des recruteurs

Librairies

Forum

Agenda

Nos lettres

Mon Qualis

Qualisteam

Téléphone : +33  
(0)1.53.36.89.89  
Fax : +33  
(0)1.43.14.26.16  
58 Av. de Wagram  
F-75017 Paris  
France

Actualités

Mardi 14 mai 2002

## **Positionnée sur le marché de la production de bornes interactives d'accès à Internet, l'agence ED ULTIMedia veut afficher une croissance d'au moins 100% en 2002**



Elles permettent d'écouter un CD, d'accéder à l'intranet de son entreprise ou encore de surfer sur le Réseau des réseaux depuis un lieu public : pas de doute, les

bornes interactives prennent une place grandissante dans la vie quotidienne. Et c'est sur ce marché que l'agence ED ULTIMedia a choisi de se positionner en 1996, à l'occasion du lancement de la marque ULTIMedia par Éric Dumouchel, architecte d'intérieur et designer de formation.

L'agence ED ULTIMedia conçoit, fabrique et commercialise une large gamme de bornes interactives et d'écrans d'information. Parallèlement, elle propose également des services complémentaires allant du navigateur Internet sécurisé aux accessoires dédiés aux technologies interactives. Aujourd'hui, l'entité dispose d'un catalogue de plus de 70 modèles uniques de bornes. "Nous en vendons entre 500 et 600 par an sur le marché européen, dont 60% en France", souligne Éric Dumouchel. Une activité qui a permis à la société de dégager en 2000 un résultat net de 15 000 E pour un CA de 711 000 E, chiffre qui est passé à 1,2 ME pour le seul marché français en 2001. Une fois ses activités internationales intégrées, ED ULTIMedia affiche au final 3 ME de revenus sur l'exercice passé. "Nous comptons au moins doubler notre CA cette année", indique Éric Dumouchel. ED ULTIMedia, qui repose sur une équipe de direction de 10 collaborateurs, affiche une capacité de production de 1 000 bornes par mois. Pour atteindre ce chiffre, elle s'appuie notamment sur son unité de fabrication basée à Herblay (Val d'Oise).

ULTIMedia dispose également d'une filiale en Australie, Human Touch, et aux USA, Ceroview

Envoyer cette lettre

S'abonner à la lettre

... Toute l'actualité

Rechercher  
dans les actualités

Autres nouvelles du jour

- ▶ Pour sceller le pacte "SMS Plus", les trois opérateurs français de téléphonie lancent une association commune éponyme et précisent les conditions de tarification de ces services
- ▶ Positionnée sur le marché de la production de bornes inter-actives d'accès à Internet, l'agence ED ULTIMedia veut afficher une croissance d'au moins 100% en 2002
- ▶ Avec 205 000 épargnants et 3,9 MdE d'encours, ING Direct souhaite renforcer sa présence sur le marché français
- ▶ La Cantoche, spécialisée dans la mise au point d'agents intelligents, met au point un moteur de fabrication de dessins animés broadcast
- ▶ Fideclie développe une offre de services Web en marque blanche, et les diffuse également sur son site Maison-facile.com

Dans les autres pays (Canada, Israël, Portugal, Tunisie, Belgique, Suisse, Angleterre, Irlande, Luxembourg, Emirats Arabes Unis, Espagne, Arabie Saoudite, Grèce, Indonésie, etc.), la société est représentée par ses revendeurs. Lors de la semaine de Davos en 1998, ED ULTIMedia avait disposé une centaine de bornes dans la station à l'occasion du brainstorming organisé par le World Economic Forum. Parmi ses clients, la société compte les Universités de Strasbourg ou de Valenciennes, pour laquelle elle a livré près de 30 bornes. ED ULTIMedia a également fourni des bornes à Coca-Cola, à la Ville de Paris ou encore la SNCF, qui les utilisent pour l'accès à leur intranet. La société procure par ailleurs des bornes d'accès à Internet payant à On City, qui compte déployer sa flotte dans l'aéroport de Paris. Enfin, ULTIMedia a également été retenue par la direction générale des impôts dans le cadre du projet Copernic, dont l'objectif est de développer de nouveaux services destinés à faciliter l'information des usagers. Aujourd'hui, ULTIMedia se positionne donc sur un marché concurrent de Cyberdeck, qui a récemment abandonné la vente d'espace publicitaire pour ce concentrer sur la vente des bornes elles-mêmes.

Pour cela, Cyberdeck a fait l'acquisition de deux spécialistes du secteur, R2S et de Allmedia. IBM (qui s'adresse essentiellement à la distribution et à l'industrie), NCR (distribution et banque) ou encore Marconi (opérateur télécom) se sont également positionnés sur ce marché. "ULTIMedia se démarque par son catalogue de design de bornes", conclut Éric Dumouchel. Prenant la forme d'une SARL au capital de 24 391 E, ED ULTIMedia s'est développée sur fonds propres. Elle est aujourd'hui détenue majoritairement par son fondateur et sa femme, Sylvie Ouvrard.

[\[article précédent\]](#)



[\[article suivant\]](#)



Source : Digital Business

- ▶ Etats-Unis : E\*Trade rachète Tradescape
- ▶ Belgique : Un distributeur belge fait évoluer sa carte de fidélité

#### A lire aussi ...

- ▶ La mise en place des 35 heures chez Cadextan
- ▶ Qui êtes vous ?... Et quelle est votre valeur ajoutée ?
- ▶ Des souris et des hommes...
- ▶ En informatique , pas de religion...
- ▶ Fidéliser n'est pas raccoler
- ▶ Le rôle de l'ingénieur commercial dans une SSII
- ▶ Vers une reconnaissance du rôle stratégique de la maîtrise d'ouvrage dans le succès des projets
- ▶ Les grands débuts de la nouvelle stratégie de Microsoft

#### Nouvelles de cette semaine

- ▶ Prudente, La Poste veut avancer à pas raisonnés sur le marché des NTIC sans pour autant exclure des prises de participation : un montant de 70 ME pourrait être débloqué dans cette intention
- ▶ La société Intact lance "Inventaire Intact", une offre de sauvegarde et de stockage de document à destination des particuliers intervenant dans un contexte d'assurance multi-risque habitation

- ▶ Rentable depuis sa création, la société Ipercast développe un système de micropaiement par téléphone particulièrement adapté aux services payants de streaming vidéo
- ▶ Huit ans après son lancement, le fournisseur d'accès World-Net ferme ses portes à la fin du mois
- ▶ Christophe Sapet succède à Marc Semhoun à la tête d'Himalaya, qui publie de mauvais résultats pour l'exercice 2001
- ▶ Etats-Unis : E\*Trade rachète Tradescape
- ▶ Belgique : Un distributeur belge fait évoluer sa carte de fidélité