

Revue de presse

IPM France

Le Dauphiné Libéré
 Presse Régionale – 12/04/2024
 Economie & Entreprise



Romans-sur-Isère

Des bornes digitales qui s'adaptent à la santé comme aux transports

L'entreprise drômoise IPM France a notamment conçu 1 600 bornes numériques pour les Vélib' parisiens, ainsi que des dispositifs de téléconsultation à destination des pharmacies.

La société IPM France installée à Romans-sur-Isère (Drôme) depuis 1989 faisait, à l'origine, des cabines téléphoniques. Après l'essor du téléphone portable, l'entreprise s'est spécialisée dans la production de bornes automatiques permettant de créer un lien entre les usagers et les services publics.

« Les compétences étaient un peu similaires », explique Alexandra Didier, directrice marketing et communication. « On propose des solutions globales de bornes interactives clés en main », selon Virginie Boissimon, qui a récemment pris les rênes de la PME. Les bornes d'IPM visent trois secteurs en particulier : les

mobilités, la santé et les loisirs.

Vélib', pharmacies et Sécu

L'entreprise a notamment conçu 1 600 bornes pour les Vélib' parisiens, ainsi que des dispositifs de téléconsultation à destination des pharmacies. Équipées d'une caméra et de capteurs capables de relever les constantes des patients, ces bornes ont pour objectif d'imiter au mieux une consultation médicale physique.

De plus, IPM fournit des bornes aux caisses de l'Assurance maladie pour permettre aux usagers d'imprimer des attestations d'assurance. La PME conçoit aussi des solutions pour permettre aux skieurs d'imprimer leurs cartes pour emprunter les remontées mécaniques. « Cela permet de fluidifier et d'aider les agents de caisse », estime la directrice. Et d'ajouter que la société « travaille avec beaucoup



IPM France conçoit des bornes interactives utilisées dans les secteurs des mobilités, de la santé et des loisirs.

Photo Thomas Duboz

d'entreprises locales partenaires » pour la provenance de ses pièces.

Comme l'ensemble du secteur technologique, l'entre-

prise romanaise - qui emploie une quarantaine de personnes et réalise 5,2 millions d'euros de chiffre d'affaires - doit faire face à la concurrence chinoise,

dont les bornes sont « trois à six fois moins chères » que celles d'IPM. Pour se démarquer, l'entreprise mise sur la qualité et la durabilité de ses produits. « [Nos clients] viennent nous voir après avoir acheté du bas de gamme pas cher pour nous dire qu'ils veulent désormais quelque chose de pérenne », confie Alexandra Didier.

La PME est essentiellement présente sur les marchés européens et nord-africains, où elle a dit avoir déjà déployé 15 000 bornes tactiles. À l'avenir, elle entend se « concentrer sur les marchés actuels et continuer à innover », selon les mots de Virginie Boissimon. Et d'ajouter que l'entreprise ambitionne de devenir un acteur clé du reconditionnement des bornes déjà présentes : « On aimerait pouvoir réutiliser et recycler nous-mêmes les bornes une fois qu'elles sont en fin de vie », conclut la présidente.

● Thomas Duboz