



n'tic

MAGAZINE
GRATUIT
DES NOUVELLES
TECHNOLOGIES



La relation client à l'ère du digital

EDITORIAL

L'internet s'est imposé comme un nouveau canal de relation avec le client. Les réseaux sociaux ont tout autant apporté une nouvelle dimension à cette relation, en donnant davantage la parole aux clients. A l'ère du digital, les attentes des clients ont fondamentalement changé. Les outils pour les appréhender ont, de leur côté, profondément évolué, tout en gardant en ligne de mire la qualité de service.

Ainsi, si chaque individu a désormais entre les mains un smartphone avec lequel il est connecté en permanence. En face, les personnes en charge de la relation client ont aussi un dispositif informatique consacré à la gestion de cette relation ; le CRM mobile (Mobile Customer Relationship Management) qui leur permet d'accéder en temps réels à des informations sur leurs clients. Ceci n'est qu'un exemple de l'évolution de la relation client qui illustre bien que les entreprises ont maintenant la possibilité d'être au plus proche des besoins de leurs clients et, par conséquent, assurer une satisfaction sur mesure.

Plus encore, les professionnels de la gestion de la relation client font appel aux nouvelles technologies, telles que le Cloud Computing, le Big Data, l'Intelligence Artificielle pour mieux la cerner. Les conversations en ligne et/ou les émojis sont passés au peigne fin pour révéler les émotions et les sentiments que suscitent les marques chez leurs clients ou prospects.

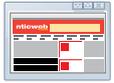
Le digital, d'une manière globale, a simplifié les canaux d'interaction avec le client. Mais, il a aussi bouleversé la manière pour les entreprises d'entretenir une relation avec leurs clients.

La relation client à l'ère du digital est notre dossier du mois.

Bonne lecture !

Yazid FERHAT

Rédacteur en chef



L'info des tic en 1 clic !
www.nticweb.com

[facebook.com/nticmag](https://www.facebook.com/nticmag)

[@NticMagazine](https://twitter.com/NticMagazine)

lecteurs@nticweb.com

[youtube.com/nticwebtv](https://www.youtube.com/nticwebtv)

© n'tic magazine 2009, Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite. Cette copie peut être utilisée dans le cadre de la formation permanente. Retirage et citations Toute utilisation à des fins commerciales de notre contenu éditorial doit faire l'objet d'une demande préalable.

n'tic MAGAZINE

N'TIC Magazine, une édition Sense Conseil
20, rue G - Les crêtes - Hydra - Alger
Tél. : +213 21 48 03 21
E-mail : hello@senseconseil.com

Directeur de publication

Nassim LOUNES

Coordinateur de rédaction

Yazid FERHAT :

yazid.ferhat@senseconseil.com

Rédaction

Yazid FERHAT

Massyle AIT-ALI

Rabah MEZIANE

Samir ROUABHI

Khaled RACIM

Ahmed NEIL

Aksil AAMRANE

Amel SALHI

Tel : 0770.56.30.38 / 0770.95.99.09

whatsapp / Viber : +213 (0) 5 58 82 01 14

amel.salhi@senseconseil.com

Directeur artistique

Redouane SAYAH

Graphisme

Rabah SAOUDI

Photogravure et Impression

ETS IMPRIMERIE KHELLAF NADJIB

0661.77.02.70

Distribution

E-mail : info@nticweb.com

PACK ÉTUDIANT PRIMEBOOK P2

AU PRIX DE 36100^{DA}

كوندور
تشارك
فرحتكم

Offre valable du 12 Juin jusqu'à
épuisement du stock disponible.



Condor
Prenez votre envol !



Sponsor Officiel de la FAF
et de l'Équipe Nationale

N°Vert 3075

www.condor.dz

Communication made possible

Internet - Telephony - National and international private networks



SLC
Enabling communications

www.slc.dz

+213 (0) 982 20 20 20

DIVONA
ENABLING COMMUNICATIONS

www.divona.dz

+213 (0) 982 222 222

SOMMAIRE



EVENT

14 ETIC : Le salon de l'emploi de l'ESI fête ses 10 ans

ENTREPRISE DU MOIS

15 Go-Platform, la première startup algérienne d'offre d'opportunités

ENTRETIEN DU MOIS

18 Entretien Arnault Chatel, expert en Intelligence Artificielle

DOSSIER

20 CRM, COMMUNITY MANAGER, CALL – CENTER
Le digital au service de la relation client

22 Le digital est inévitable

22 Comment travaille un CM ?

22 Les CRM arrivent en force !

23 Les call-centers sont toujours vivants...

23 L'OBP : comment être efficace et rapide

GAMING

26 Toute l'actu des Gamers !

28 L'écosystème du jeu vidéo en Algérie

BILLET D'HUMEUR

30 Open Source (Partie 1)

HASHTAG

32 Instagram : se dote de nouvelles fonctionnalités

CONSO

33 Les bons plans du mois : ce qu'il ne faut surtout pas rater

DZ WEB

37 SihhaTech à la page, du renouveau dans le secteur médical



ACTUS

06 La banque mobile Banxy lance la carte Visa

08 Brandt Algérie met sur le marché un nouveau smartphone

09 Facebook lance sa cryptomonnaie Libra

10 Rapport Ericsson sur la mobilité : Adoption de la 5G plus rapide que prévue

11 Vivatech 2019 : Ces startups vitrine-tech de l'Algérie à l'international



موبيليس
mobilis

www.mobilis.dz

CONDOR REMPORTE LE « TROPHÉE EXPORT 2018 »

Condor, le groupe spécialisé dans l'assemblage d'appareils électroniques et électroménagers a remporté le trophée de la meilleure entreprise algérienne exportatrice hors hydrocarbures pour l'exercice 2018 « Trophée Export 2018 ».

Lors d'une cérémonie organisée le 13 juin dernier à Alger, le World Trade Center Algeria (WTCA) a décerné ce trophée à Condor pour sa contribution à la « promotion des produits « Made In Dzair » à l'international depuis l'année 2016 », indique un communiqué du Groupe qui rappelle que Condor est actuellement présent dans plus de 16 pays à travers 3 continents (Afrique, Asie et Europe) avec un plan d'expansion qui touchera plus de 35 pays d'ici la fin de l'année 2020. Organisé annuellement depuis 2003 par le WTCA, le Trophée Export récompense et met en avant les



meilleures entreprises algériennes, particulièrement les PME, dans le domaine des exportations hors hydrocarbures.

Il est décerné par un jury présidé par le WTCA et composé de représentants de la Direction Générale des Douanes,

de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce extérieur (Algex), de la Chambre Algérienne De Commerce et d'Industrie (CACI), du Forum des Chefs d'Entreprises (FCE) et de l'Association Nationale Des Exportateurs Algériens (ANEXAL).

LA BANQUE MOBILE BANXY LANCE LA CARTE VISA

Une année après son lancement, la banque mobile Banxy, filiale de Natixis Algérie, annonce la disponibilité des cartes Visa.

Cette offre se décline en deux cartes Gold ou Platinum au choix ; libre ou épargne. Pour la carte Visa Gold elle est gratuite, si le client choisit la formule épargne qui permet d'ouvrir un compte épargne avec un dépôt de 200 000 DA, alors que pour la formule libre, aucun dépôt n'est exigé, mais les frais annuels s'élèvent à 14 000 DA, annonce la banque sur son site internet.

S'agissant de l'offre Platinum, la carte est gratuite dans la formule épargne avec un dépôt de 500 000 DA, tandis que dans la formule libre, aucun dépôt n'est exigé, mais les frais annuels s'élèvent à 35 000 DA. La carte Visa de Banxy permet d'effectuer des opérations de retrait et de paiement à l'international,



après de n'importe quels distributeurs, commerçants ou sites marchands. Elle est à débit immédiat, fonctionnant en temps réel et à hauteur du solde en compte, dans la limite des plafonds accordés par la banque selon le type de carte Gold ou Platinum. Pour bénéficier des services des cartes Visa Banxy, les clients

doivent disposer d'un compte chèque Banxy et procéder à l'ouverture d'un compte en devises ; le tout est accessible en quelques clics à travers l'application. Comme pour la carte interbancaire CIB, la carte Visa est acheminée aux clients à l'endroit de leur choix.

الجزاير في قلبنا والخضرا في دمنا



Condor
Prenez votre envol !



الراعي الرسمي للفريق الوطني و الإتحاد الجزائري لكرة القدم

01 3075 Vert

www.condor.dz

BRANDT ALGÉRIE MET SUR LE MARCHÉ UN NOUVEAU SMARTPHONE

Le constructeur algérien spécialisé dans l'électroménager et récemment dans la téléphonie mobile Brandt Algérie, vient de mettre sur le marché son tout nouveau smartphone BPRIME.

Selon un communiqué de Brandt Algérie, le BPRIME dispose d'un écran de 5.7" à ratio de 19:9 Full-ViewHD. Il est équipé d'un processeur MEDIATEK Quad-core, qui « permet d'obtenir un maximum de performance tout en optimisant la consommation de la batterie. Avec ces 2Go de RAM et 16 Go (extensible à 64 Go) de stockage interne le processus data est plus efficace et la manipulation est plus rapide », souligne le communiqué. Brandt Algérie a équipé son nouveau smartphone d'une double camera arrière de 8 + 2 Mpx, et d'une caméra



frontale à capteur de 5Mpx. Le nouveau-né de Brandt Algérie est proposé en deux couleurs simples et élégantes : le noir/gris et le noir/

argenté, au prix conseillé de 17 200 DA. Il est disponible dans tous les Brandt stores et les points de vente agréés.

LE MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR LANCE UNE APPLICATION POUR LA DÉMOCRATIE PARTICIPATIVE

Le ministre de l'Intérieur, des Collectivités locales et de l'Aménagement du territoire, Salah Eddine Dahmoun a annoncé le lancement d'une application baptisée Istisharatouk « s'inscrivant dans le cadre de la série de mesures visant fondamentalement la consolidation des principes de la démocratie participative et la concrétisation de ses mécanismes ».

Selon un communiqué du ministère, repris par l'APS, cette application permet de « consulter le citoyen sur les questions en rapport avec le développement local et l'amélioration du cadre de vie ». A travers cette application, il s'agit également de définir ses aspirations dans le cadre du développement, notamment des projets de proximité, qui méritent la priorité du financement, et de conférer plus de transparence à la gestion des affaires internes, selon la même source. Appelant à « l'enrichissement et au développement des fonctionnalités



de cette application », le ministre a mis en avant l'importance « de multiplier ce genre d'initiatives de modernisation des mesures s'inscrivant dans le cadre de la relation administration-citoyen, ainsi que celles liées aux services publics de proximité, à travers l'adoption de

nouveaux mécanismes de gestion locale à même de renforcer l'écoute et la prise en charge des besoins des citoyens ». Selon lui, cette approche est à même de « donner plus de crédibilité à l'action publique et raffermir le lien entre le citoyen et sa collectivité locale ».

FACEBOOK LANCE SA CRYPTOMONNAIE LIBRA

Facebook a lancé officiellement, le 18 juin dernier, sa cryptomonnaie baptisée Libra qui servira, dès 2020 à envoyer de l'argent ou faire des achats dans l'écosystème du réseau social américain.

Développée en partenariat avec des institutions financières de renom, telles que Visa, Mastercard PayPal et des géants du web comme Uber ou Spotify, cette cryptomonnaie permet d'envoyer de l'argent sans passer par un intermédiaire pour payer des prestations sur Facebook et ses plateformes partenaires.

Avec Libra, Facebook promet de réduire les frais de transaction prélevés par les institutions financières. Facebook rassure aussi sur la stabilité du cours de Libra qui ne devrait pas fluctuer comme le bitcoin. Bien au contraire, le cours de la cryptomonnaie de Facebook



est indexé sur un panier de devises (dollar, euro, livre sterling) pour se prémunir contre d'éventuelles fluctuations.

Cette nouvelle a été accueillie avec prudence par de nombreux pays. Ceux du G7 réfléchissent d'ores et déjà à de nouvelles règles surtout

en ce qui concerne la protection des informations des membres du réseau social. D'autres pays mettent en avant le risque de déstabilisation des économies les plus fragiles et évoquent une menace sur le monopole des banques centrales.

GOOGLE A GÉNÉRÉ 4,7 MILLIARDS DE DOLLARS DES SITES D'INFORMATION EN 2018

Une étude de News Media Alliance, l'association professionnelle de la presse américaine, estime à 4,7 milliards de dollars le chiffre d'affaires généré par Google en 2018 par contenus mis en ligne par les sites d'information, contre 5,1 milliards de dollars générés par l'industrie de la presse aux États-Unis dans son ensemble grâce à la publicité numérique.

Selon cette étude, entre 16% et 40% des résultats de recherche Google sont des contenus d'actualités. Pour les auteurs de l'étude, « Google s'appuie de plus en plus sur l'actualité pour augmenter l'utilisation de ses produits par les consommateurs ». La publication de cette étude intervient la veille d'une audition consacrée par la commission des Affaires judiciaires de la Chambre des représentants à la question des rapports entre la presse et les grandes plateformes internet, notamment Google.



Mardi 11 juin, plusieurs représentants des médias américains ont été entendus par la commission des lois antitrust de la Chambre des représentants. Ils espéraient obtenir une dérogation au droit de la concurrence pour être autorisés à négocier collectivement face à Google et Facebook, sur le partage de leurs recettes, la visibilité des contenus sur ces sites, et le contrôle

des données d'audience. Google a critiqué l'étude des médias américains qu'elle juge inexacts. « L'essentiel des recherches liées à l'actualité ne produit pas de publicité [...] Chaque mois, Google News et Google Search génèrent dix milliards de clics vers des sites d'information, ce qui entraîne des abonnements et des revenus publicitaires », a indiqué une porte-parole de Google.

RAPPORT ERICSSON SUR LA MOBILITÉ : ADOPTION DE LA 5G PLUS RAPIDE QUE PRÉVUE



L'élan et l'enthousiasme suscités par la 5G ont conduit Ericsson à revoir ses prévisions à la hausse en ajoutant 400 millions d'abonnements mobiles haut débit supplémentaires d'ici fin 2024.

L'édition de juin 2019 du rapport Ericsson sur la mobilité prévoit 1,9 milliard d'abonnements 5G (contre 1,5 milliard dans l'édition de novembre 2018), soit une augmentation de l'ordre de 27 %.

D'autres prévisions ont également augmenté, en raison de l'adoption rapide de la 5G. Celle-ci devrait couvrir 45 % de la population mondiale d'ici fin 2024. Les prévisions les plus optimistes visent 65 %, grâce à la technologie de partage de spectre qui permet des déploiements 5G sur les fréquences LTE.

Des fournisseurs de services de communication ont déjà lancé la 5G dans plusieurs marchés après

l'arrivée des premiers smartphones compatibles 5G. En fonction des pays, les fournisseurs de services se fixent également des objectifs plus ambitieux en matière de couverture : jusqu'à 90 % au cours de la première année. L'engagement des fournisseurs de puces et d'appareils est également essentiel pour accélérer l'adoption de la 5G. Les smartphones couvrant les principales bandes de fréquences devraient arriver sur le marché d'ici la fin de l'année. Alors qu'il y a de plus en plus d'appareils 5G disponibles et de réseaux 5G mis en place, plus de 10 millions d'abonnements 5G sont prévus dans le monde d'ici fin 2019. La souscription aux abonnements 5G devrait être la plus rapide en Amérique du Nord, avec 63 % d'abonnements mobiles 5G prévus en 2024, suivie de l'Asie du Nord-Est (47 %) et de l'Europe (40 %).

EXPLOSION DES DONNÉES MOBILES

Au premier trimestre 2019, le trafic total de données mobiles a continué d'exploser à l'échelle mondiale, en hausse de 82 % par rapport à l'année précédente. On prévoit qu'il atteindra 131 exaoctets par mois d'ici fin 2024, date à laquelle on prévoit que 35 % de la population aura accès aux réseaux 5G. Il y a 1 milliard de connexions mobiles IoT dans le monde, chiffre qui devrait atteindre 4,1 milliards fin 2024, dont 45 % sont représentés par le « Massive IoT ». Les secteurs qui utilisent le « Massive IoT » sont les services publics avec les appareils de mesure intelligents, la santé avec les dispositifs médicaux et le transport avec les capteurs de suivi. Le rapport de juin 2019 présente également trois articles rédigés conjointement avec des fournisseurs de services, qui donnent un aperçu des progrès réalisés sur les marchés qui sont sur le point de déployer la 5G, ou qui l'ont déjà fait. Avec Telstra (Australie), Ericsson explore la manière de gérer la demande croissante en données et en vidéo, tout en assurant l'expérience utilisateur, en particulier pour la diffusion de contenu en direct. MTS (Russie) décrit la façon dont les réseaux mobiles devraient évoluer pour assurer le niveau de performance du réseau qui répondra aux attentes des clients pendant les préparatifs de la 5G. Enfin, l'article co-écrit avec Turkcell (Turquie) explique comment la performance du réseau et les offres de services sont gérées dans le cadre de la mise en place du Fixed Wireless Access.

VIVATECH 2019 : CES STARTUPS VITRINE-TECH DE L'ALGÉRIE À L'INTERNATIONAL



Des startups algériennes ont brillé lors de la quatrième édition de VivaTech, le grand salon consacré à l'innovation technologique qui se tient chaque année au Paris Expo Portes de Versailles, en France. L'édition 2019 (du 16 au 18 mai 2019) a vu l'Algérie participer pour la première fois d'une manière officielle.

Aksil Amrane

Elles étaient une vingtaine de startups technologiques à prendre part à cet événement. Six d'entre-elles ont exposé au pavillon Algérie, un lieu qui a été pendant trois jours, la vitrine du génie algérien à l'international. Les projets exposés au pavillon national ont drainé un grand flux de visiteurs, et cela dès le premier jour. En effet, de nombreux investisseurs et acteurs de la Tech venaient découvrir les produits et services proposés par les Algériens. Ils ont suscité un intérêt remarquable. Mieux encore, ils venaient

spécialement chercher des startups algériennes précises, y compris celles qui ont raté le VivaTech. C'était le cas de l'entreprise Goutra qui offre une solution innovante dans le domaine de la gestion de l'eau, et dont les responsables n'ont malheureusement pas pu rejoindre le salon, faute de documents administratifs. L'annonce de leur présence avait fait écho et leur absence a fait beaucoup de déçus. Le Salon offrait à tous les Algériens présents, y compris ceux qui n'avaient pas été admis dans la prise en charge officielle, l'opportunité

de présenter leurs projets au stand de l'Algérie. Un espace a été mis à la disposition de tous les Algériens ayant besoin d'un endroit pour travailler. Rencontrée sur place, la Directrice Générale de l'entreprise Formini, Meroua Yaiche Achour, nous a parlé de la startup qu'elle dirige qui exporte des formations vers l'étranger dont l'Europe et l'Amérique latine. Ce centre de formation spécialisé en technologies, notamment dans les domaines de la construction de datacenters virtuels, la mise en



place d'un serveur web sécurisé et la business intelligence, travaille avec 27 formateurs qui se déplacent dans différents pays à travers le monde pour assurer des formations aux cadres d'entreprises. Cette équipe de formateurs professionnels certifiés donne une moyenne de 12 formations par mois. Partenaire de la société américaine Vmware, cette startup propose également des examens de certification pour Microsoft, Cisco et Oracle. Dans le même espace, nous avons rencontré Hamid Bakli, CEO de Capcowork, un espace de partage et de rencontres destiné à la promotion de l'entrepreneuriat dans le domaine des TIC. Cet espace existe depuis près d'un an. Il est destiné à plusieurs activités, notamment l'incubation. « L'incubation des startups est le cœur de notre métier, nous faisons le repérage et le ciblage des startups algériennes dans trois domaines. Il s'agit des énergies renouvelables,

la biotech, la fintech et le tourisme et les loisirs » a expliqué M. Bakli. L'équipe de Capcowork fait le recensement des projets qui peuvent être incubés. Une équipe d'experts et de consultants procèdent à la sélection des projets aptes à l'incubation. La priorité est donnée aux entreprises qui ont un impact direct sur l'amélioration du quotidien des Algériens ou celles qui ont une capacité de sortie rapide à l'international. D'après le responsable de l'incubateur la durée de l'incubation chez Capcowork varie entre 4 et 6 mois, puis l'incubateur apporte les financements nécessaires aux projets tout en ouvrant son réseau aux jeunes entrepreneurs afin de permettre l'émergence de ces startups.

DES FINANCEMENTS

En plus de la visibilité dont ont bénéficié ces startups, certaines d'entre elles ont eu la chance

d'arracher des financements au Vivatech. C'est le cas par exemple de la plateforme de découverte d'opportunités académiques Global Opportunities. Son CEO Abdellah Aouf, présent à Vivatech, nous a confirmé qu'un fonds d'investissement suisse privé lui a proposé un financement. « L'investisseur en question a un budget pour la promotion de tout ce qui est technologie et éducation en Afrique du Nord, ce qui cadre parfaitement avec notre domaine d'activité », a expliqué Aouf. Global Opportunities collecte toute information liée aux opportunités de formation dans le monde entier (bourses, programmes, ateliers et autres). Ceux-ci sont généralement gratuits. D'après Abdellah Aouf, l'information sur ce genre d'opportunités circule uniquement dans les grandes villes, chose qui crée une sorte d'inégalité des chances et des déséquilibres, alors qu'une plateforme comme la



sienne, créée depuis mars 2017, peut aider et servir les jeunes loin des métropoles.

En outre, le joueur international de football Yacine Brahimi, qui a intervenu en live facebook depuis Porto, pour exprimer son soutien à la participation algérienne, a financé, par le biais de son agence familiale YBL, une startup dénommée Cooffa. Cette dernière propose une suite d'applications qui organisent le flux d'informations entre producteurs de produits de grande consommation, distributeurs et clients finaux. Yacine Brahimi a indiqué à l'assistance, parmi laquelle se trouvaient ses parents, que son ambition est de participer activement dans le développement de l'Algérie et de l'Afrique, d'où son intention de financer des projets innovants de startups algériennes.

Le financement n'a pas été le seul avantage pour les startups qui ont participé à cette grande foire des produits technologiques et produits innovants. Yardin Co est une startup de développement technologique et d'innovation dans le domaine du bâtiment (architecture et construction). Elle est fondée sur une plateforme numérique de matching entre les acteurs du bâtiment (fournisseurs de matériaux, entreprises de réalisation, bureaux d'études et d'ingénierie, freelance et sous-traitants, artisans et métiers, étudiants, chercheurs...etc.). Ce matching est sur deux volets ; la le répertoire des coordonnées et des contacts (annuaire), puis de leur base de données (data, informations, outils...etc.).

DES PARTENARIATS

Meriem Lagati, chargée de la direction principale de l'entreprise et de la prise de décision, a souligné que son entreprise a réussi à avoir une diversité de solutions : Bulldozair (plateforme

européenne de suivi de chantier), Nima Code (solution africaine de repérage d'adresses), Lyra (solution française d'e-paiement) avec qui elle envisage prochainement des suites de partenariat. « Nous avons réussi à avoir des discussions et des propositions de la part des compétences mondiales dans le domaine technologique pour un développement prochain de notre solution. Nous avons également eu des clients internationaux (fournisseurs matériaux) dans le domaine de la construction pour booster notre répertoire de solutions technologiques dans le domaine du bâtiment » a noté Meriem Lagati. Vivatech, était « une très bonne expérience pour Yardin Co », a-t-elle confessé.

Si la première participation de l'Algérie a été une réussite, c'est parce qu'un grand travail a été fait par les organisateurs. Rencontrée sur place, Leila Akli, membre du groupe organisateur et Directrice Générale de l'agence Pi Relations, nous a expliqué que la présence de l'Algérie à ce rendez-vous mondial est le fruit d'un grand travail de bénévolat fait par une dizaine de chefs d'entreprises algériens. « Ce groupe de patrons a essayé d'obtenir un stand lors des éditions précédentes, mais la réglementation algérienne ne le permettait pas. La procédure du ministère du Commerce impose une inscription au programme de promotion d'exportation pour participer à un salon à l'étranger » a-t-elle indiqué.

L'objectif du groupe organisateur est que l'Algérie soit visible sur un salon d'envergure internationale comme Viva Technology afin de promouvoir l'innovation algérienne et de se positionner sur le marché international de l'innovation. L'Algeria Digital Cluster (ADC) avait lancé un appel à projets pour 20 startups ou porteurs de projets qui ont été choisis pour représenter

l'Algérie au VivaTechnology. Des startups algériennes, parmi les plus innovantes, ont été alors sélectionnées pour participer à ce grand salon, avec comme partenaire officiel Condor ainsi que d'autres partenaires, à l'image d'Aigle Azur, Ericsson Algérie et la Chambre de Commerce et d'Industrie algéro-française (CCIAF), la Safex et Algex en tant que supports.

Les startups participantes ont été sélectionnées selon des critères prédéfinis par l'organisation, à savoir : la date de création (moins de deux ans), la faisabilité et la viabilité du projet (commercialisable dans la pérennité), l'exigence que le projet ou produit doit aussi être exportable et adaptable au marché international. La participation exige aussi l'existence légale de l'entreprise avec un registre de commerce et enfin, l'originalité et l'innovation du projet dans son ensemble.

ETIC : LE SALON DE L'EMPLOI DE L'ESI FÊTE SES 10 ANS



L'ETIC organisait le 15 Juin dernier en partenariat avec Emploitic la 10^{ème} édition du Salon de l'emploi de l'ESI. Le club étudiant à but non lucratif organise cet évènement annuellement et ce depuis sa création en 2009 par Ismail Chaib, à l'époque étudiant à l'Ecole Nationale Supérieure d'Informatique d'Alger et aujourd'hui Directeur des opérations chez TESOBTE Technical Solutions Berlin, Cofondateur du German Chapter de Makesens et SMS Bridge.

Ranime Mekersi

L'organisation étudiante présidée par MAHI Islam avec et BENBEKHTA Amine comme vice-président, vise à travers ses différents évènements à enrichir la formation des étudiants et faire profiter les futurs ingénieurs de l'expérience et du savoir-faire des membres du

club et des professionnels, invités et collaborateurs et ainsi viser l'excellence. L'ETIC organise en plus du Salon de l'Emploi, des « Training Camp » ou formations intensives dans différents domaines liés à l'IT, des journées en entreprise pour une immersion totale dans le monde

du travail ou encore les journées tripartites qui réunissent autour de débats et conférences les étudiants, les enseignants et professeurs ainsi que les représentants des entreprises toujours dans l'optique de rapprocher les étudiants du monde professionnel.



LES GRANDS DU SALON DE L'EMPLOI

Le salon de l'emploi de l'ESI est tout de même l'évènement phare et incontournable chaque année pour les étudiants comme pour les entreprises dans le domaine IT. Cet évènement reste le plus grand salon au niveau national organisé exclusivement par des étudiants. Lors de sa 9ème édition il a accueilli plus de 60 entreprises et 400 participants et pour cette 10ème édition, et grâce à la présence de deux des « Big Four of Consulting » qui ne sont ni plus ni moins que les plus grandes entreprises de consulting au monde à savoir KPMG et PWC, le nombre de participants a augmenté de façon significative pour atteindre un peu plus de 500 visiteurs. « A chaque édition plus d'entreprises sont présentes. De ce fait, l'offre d'emploi augmente ainsi que les propositions de stages pour les PFE et autres projets de

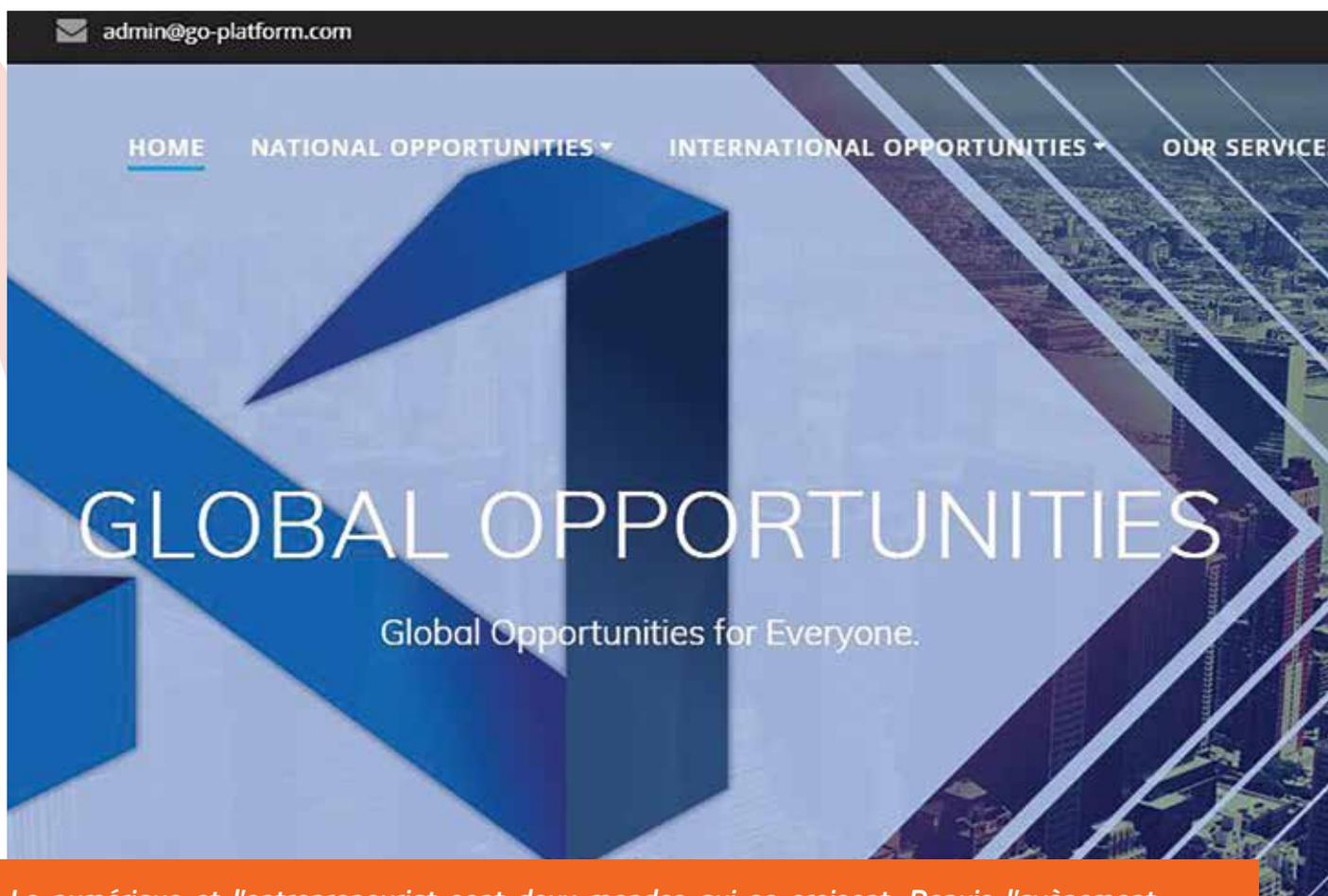
fin d'études », affirme ARRAR Mehdi étudiant à l'ESI, membre du club ETIC et responsable des relations externes et de la logistique lors d'une entrevue accordée à l'équipe de N'TIC pendant le Salon de l'emploi.

DES OPPORTUNITÉS À PROFUSION

L'évènement, grâce à son organisation sans faille et au soutien apporté par ses partenaires Emploitic, Société Générale Algérie, le CPA et Cash Assurance, a reçu cette année de nombreuses grandes entreprises et diverses startups locales notamment Cevital, SDG, ADEX, Big Mamma, Elit, Kheyar et Yassir. « Le groupe Yatechnologies (créateur de Yassir VTC) est sur plusieurs projets et embauche donc chaque année un bon nombre de développeurs, l'un des membres d'ETIC s'est vu embaucher l'an dernier et est maintenant salarié

», affirme notre interlocuteur et guide durant cette journée exceptionnelle. Mais c'est aussi grâce au professionnalisme dont ont fait preuve les « ETICiens » dont ceux rencontrés lors du Salon de l'Emploi, notamment BENALKMA Meriem Imene designer et membre de ETIC et FAHAS Sidali Coordinateur contact de cette édition du S2EE (Salon de l'Emploi de l'ESI) que l'évènement suscite autant d'engouement chaque année. « Au lieu de faire se déplacer les étudiants à la recherche de stages pratiques et stages PFE vers les entreprises on a eu l'idée d'organiser ce salon et de ramener les entreprises aux étudiants et c'est en grande partie grâce à Emploitic, notre partenaire depuis la création et le début de ETIC, qui invite les sociétés à l'évènement que ça s'est fait », poursuit ARRAR Mehdi. Rapprocher les étudiants du monde professionnel, un défi relevé et une initiative des plus admirables qui rencontre le succès qu'elle mérite.

GO-PLATFORM, LA PREMIÈRE STARTUP ALGÉRIENNE D'OFFRE D'OPPORTUNITÉS



Le numérique et l'entrepreneuriat sont deux mondes qui se croisent. Depuis l'avènement des startups, les services dans le domaine du numérique se multiplient avec les chances d'entreprendre. Global Opportunities, une startup algérienne a su joindre les deux domaines pour offrir aux jeunes un espace de découverte d'opportunités en Algérie et à l'international.

Khaled Racim

Global Opportunities, qui a lancé Go-Platform est fondée par Abdellah Aouf, un jeune chef d'entreprise de 27 ans, originaire de la ville des Roses. Il s'identifie comme un « passionné de l'entrepreneuriat ».

Ses centres d'intérêt : les entreprises, l'image de marque, l'innovation, l'autonomisation des autres et l'impact positif sur la société.

Abdelkader Aouf est aussi directeur des partenariats stratégiques à la « Maison du Développement International », coordonnateur national du projet Team 54 Algérie, expert national du World Summit Award, ambassadeur de Parvati.org, volontaire de l'ONU, représentant national de World Merit, directeur de campus de la Fondation Hult Prize

et professeur à l'université de Blida. Son entreprise Global Opportunities est classée parmi les 100 meilleures startups en Afrique par la Banque Mondiale. Des opportunités à bout de clics Go-Platform met en avant des opportunités de formation, de travail, de stages, programmes d'échange, d'entrepreneuriat, bourses d'études en Algérie et à l'international. Le



fondateur de la plateforme considère Go-Platform comme une « une mine d'or pour les talents grâce aux astuces de l'information et aux opportunités mondiales offertes par les meilleures

universités et aux meilleures conditions ». Surtout que la plupart des jeunes passent beaucoup de temps dans la recherche des offres ou d'occasions de voyager pour des

stages ou du travail à l'étranger. La plateforme offre aussi une large possibilités d'accès aux conférences et compétitions au niveau local et international.

Abdellah Aouf

« Go-Platform s'efforce de promouvoir le développement des jeunes »



Abdellah Aouf
CEO de Global Opportunities

N'TIC : Parlez-nous de Go-Platform, de sa création et quel modèle de business prône votre startup ?

Abdellah Aouf : Go-Platform est la première plateforme de découverte d'opportunités pour tous les jeunes en Algérie. Nombre d'entre eux nous ont fait confiance en tant que plateforme efficace et facile à utiliser pour trouver les opportunités les plus pertinentes pour un coût réduit et la recherche de contenus académiques et professionnels importants pour un développement personnel continu. En plus d'offrir des possibilités d'acquérir une expérience internationale utile, Go-Platform aide les jeunes à réaliser leurs rêves en promouvant un état d'esprit «capable de faire» et en développant la confiance en soi et les compétences

en matière d'entrepreneuriat au moment où ils en ont le plus besoin, dans la vingtaine. GO Platform a été créée à partir d'un problème social qui est les inégalités de chances entre les jeunes algériens des différentes régions. Nous cherchons à réduire ce problème en offrant une égalité des chances à tous à partir d'une solution web et sur les réseaux sociaux.

N'TIC : Votre plateforme propose des services qu'on ne trouve pas ici en Algérie. Pouvez-vous énumérer les différentes opportunités proposées aux jeunes ?

AA : Go-Platform fournit un accès facile et instantané à des possibilités illimitées pour toutes catégories de jeunes en Algérie. Notre plateforme s'efforce de promouvoir le développement des jeunes et, par conséquent, produit et fournit du matériel d'éducation et de renforcement des capacités de haute qualité et à valeur ajoutée. En recherchant et en offrant les meilleures opportunités mondiales de bourses d'études, de stages et d'emplois internationaux, nous facilitons la tâche en un clic de souris. Go-Platform est plus qu'une simple agence de conseil, c'est une mine d'or pour les talents grâce aux astuces de l'information et aux opportunités mondiales offertes par les meilleures universités et aux

meilleures conditions. Nous avons toujours pensé que l'enseignement universitaire était très important pour le développement de la jeunesse, mais il est loin d'être suffisant pour répondre aux normes de travail d'aujourd'hui dans notre monde très concurrentiel et mondialisé. Notre programme d'opportunités Go-Platform offre un avantage qui permet aux diplômés d'être plus qualifiés et plus expérimentés, ce qui les prépare davantage aux défis du monde professionnel.

N'TIC : Plusieurs commentateurs de la scène entrepreneuriale algérienne disent que « l'environnement des affaires actuel est défavorable aux startups et n'aide pas leur évolution ». Quel est votre commentaire ?

AA : En effet, l'environnement algérien n'est pas motivant pour les startups, sinon je pense qu'un entrepreneur est une personne qui trouve des solutions à des problèmes existants. Je pense que les problèmes sont partout dans le monde et pas seulement en Algérie. En tant que startup, nous avons été confrontés à de nombreux défis, mais cela ne nous a pas empêchés d'avoir un impact mondial.

ARNAULT CHATEL, EXPERT EN INTELLIGENCE ARTIFICIELLE :



“ L'Algérie a la capacité de devenir un acteur important dans le domaine de l'IA ”



Arnault CHATEL,
Expert en Intelligence Artificielle

Arnault Chatel est un expert mondialement connu dans le domaine de l'Intelligence Artificielle. Il était le mois dernier en Algérie dans le cadre du MBA-DMB spécialisé en digital marketing et business que l'EFAP Paris -HUB Institute a lancé en partenariat avec l'INSAG pour en faire le premier MBA du genre en Algérie. Nous l'avons rencontré lors de cette virée algérienne où il nous a offert un voyage à la fois palpitant et stressant dans le monde merveilleux de l'IA. Entretien.

Par Ahmed Neil

N'TIC : D'abord Qu'est-ce que l'Intelligence Artificielle ?

Arnault Chatel : L'Intelligence Artificielle est un programme informatique un peu différent de ce qui se faisait avant. Aujourd'hui ces programmes informatiques ou encore appelés algorithmes on les « éduque » à partir de grosses bases de données. C'est ce qu'on appelle communément le « Big Data ». C'est d'ailleurs pour cela que les géants du numérique les GAFM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) côté américain BATX et (Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi) côté chinois, dominent le secteur puisque c'est eux qui possèdent ce trésor qu'est la data. Cette intelligence artificielle finalement n'est pas très intelligente, mais elle sait faire les

choses beaucoup mieux que nous. Par exemple, elle est capable de diagnostiquer un cancer, faire la comptabilité et même conduire une voiture beaucoup mieux que nous. Les champs d'application sont de plus en plus importants et la seule limite et bien on la cherche encore. C'est ce qui est effrayant !

N'TIC : Justement, l'IA est hors limites, cela ne fait-il pas craindre qu'elle devienne hors contrôle ? Faut-il avoir peur qu'elle prenne le pouvoir ?

AC : L'IA a du bon, mais tout dépend de ce qu'on va en faire. C'est comme un couteau qui nous sert à couper des aliments, mais qui peut devenir une arme entre de mauvaises mains. Si tu prends l'utilisation de l'Intelligence Artificielle pour des bonnes causes comme soigner les gens où optimiser le business, cela est bien évidemment une bonne

chose. Néanmoins, si l'on se sert d'elle pour d'autres optiques cela peut être très dangereux. Je donne un exemple tout bête avec le score social qu'a mis en place la Chine. Ce sont des algorithmes capables en temps réel de dire ce que font les citoyens ; selon que leurs actions soient bonnes ou mauvaises. En fonction de ces actions, ils obtiennent des bonus ou des malus dont la moyenne donne la note sociale. C'est aussi en fonction de celle-ci qu'ils vont pouvoir bénéficier de services publics performants. Il y a également l'exemple des robots qui recrutent des humains en Corée du Sud. Ici, nous sommes concrètement face à une dérive de l'utilisation de l'IA. Tout cela pour dire que tout dépend finalement de l'être humain et de son utilisation.

N'TIC : Comment éviter alors de tomber dans le côté obscur de l'IA ?

AC : Il faut être dans une optique de ce qu'on appelle dans le jargon « IA for Good ». Mais pour ce faire, il faut



vraiment prendre la problématique du développement de ces nouvelles technologies en y intégrant tout ce qui fait la richesse de l'homme. Les sentiments, les émotions, les biais cognitifs... Et ne surtout pas laisser la machine s'inspirer de nos côtés les plus sombres. À ce sujet, je tiens à mettre en avant les trois lois de l'IA. La première dit qu'un robot ne peut porter atteinte à un être humain ni, en restant passif, permettre qu'un être humain soit exposé au danger. La seconde dit qu'un robot doit obéir aux ordres qui lui sont donnés par un être humain, sauf si de tels ordres entrent en conflit avec la première loi alors que la troisième stipule qu'un robot doit protéger son existence tant que cette protection n'entre pas en conflit avec la première ou la deuxième loi. Si on respecte ces lois et qu'on y intègre les qualités de l'Homme, l'IA sera maîtrisée pour les bonnes causes.

N'TIC Magazine : Revenons à l'Algérie et les opportunités qui s'offrent à elle dans le domaine de la transformation digitale en général et de l'IA en particulier ?

AC : Je suis à ma deuxième visite en Algérie. Lors des petites visites que j'ai faites à Alger et les discussions que j'ai eues avec les personnes rencontrées, je peux dire sans avoir peur de me tromper que l'Algérie a la capacité de devenir un acteur important dans le domaine. Je dois signaler que les opportunités ne manquent pas ici. Le mobile est une aubaine que vous devez saisir. L'avenir de l'Algérie passe par le mobile. Autant votre système de paiement électronique est en retard, autant le mobile est développé. L'usage du smartphone s'est démocratisé en

Algérie. Il suffit d'instaurer la notion de paiement dans ces outils là pour que le mobile soit un accélérateur pour l'économie algérienne dans des proportions très intéressantes. Si on part du principe que le digital est partout, bien évidemment sur tout ce qui est relatif à la consommation: achat, de vêtement, nourriture, voyages etc., il y a vraiment une opportunité de développer le M-commerce.

N'TIC : Comment alors prendre le train en marche ?

AC : On ne se réveille pas un matin en disant je sais faire du digital. Il faut se former et former les spécialistes en la matière. C'est la seule recette qui marche pour cette nouvelle économie que je qualifie de nouvelle révolution industrielle. Surtout qu'aujourd'hui, tout va très vite. Chaque jour, de nouveaux produits sont lancés sur le marché, et parmi ceux-ci, de nombreuses technologies dont nous ignorons tout de leur potentiel. Il me paraît donc essentiel de ne pas se faire dépasser, de savoir ce qui se passe et surtout d'arriver à suivre. Il faut donc se former. La formation telle que je l'entends, c'est du face à face, afin qu'il y ait un transfert de compétences. Cela sous-entend que cette formation doit toucher tout le monde y compris les plus grands dirigeants. Car ce sont eux qui vont être les décideurs qui vont permettre aux collaborateurs de monter dans le train de la transformation digitale qui est vitale pour l'entreprise et l'économie nationale. Donc pour le pays, cela passe aussi par une acculturation des managers et des dirigeants. Car, quand on n'est pas confronté à tous ces changements on n'est pas censé tout savoir. C'est donc bien d'expliquer les impacts que cela pourrait avoir.

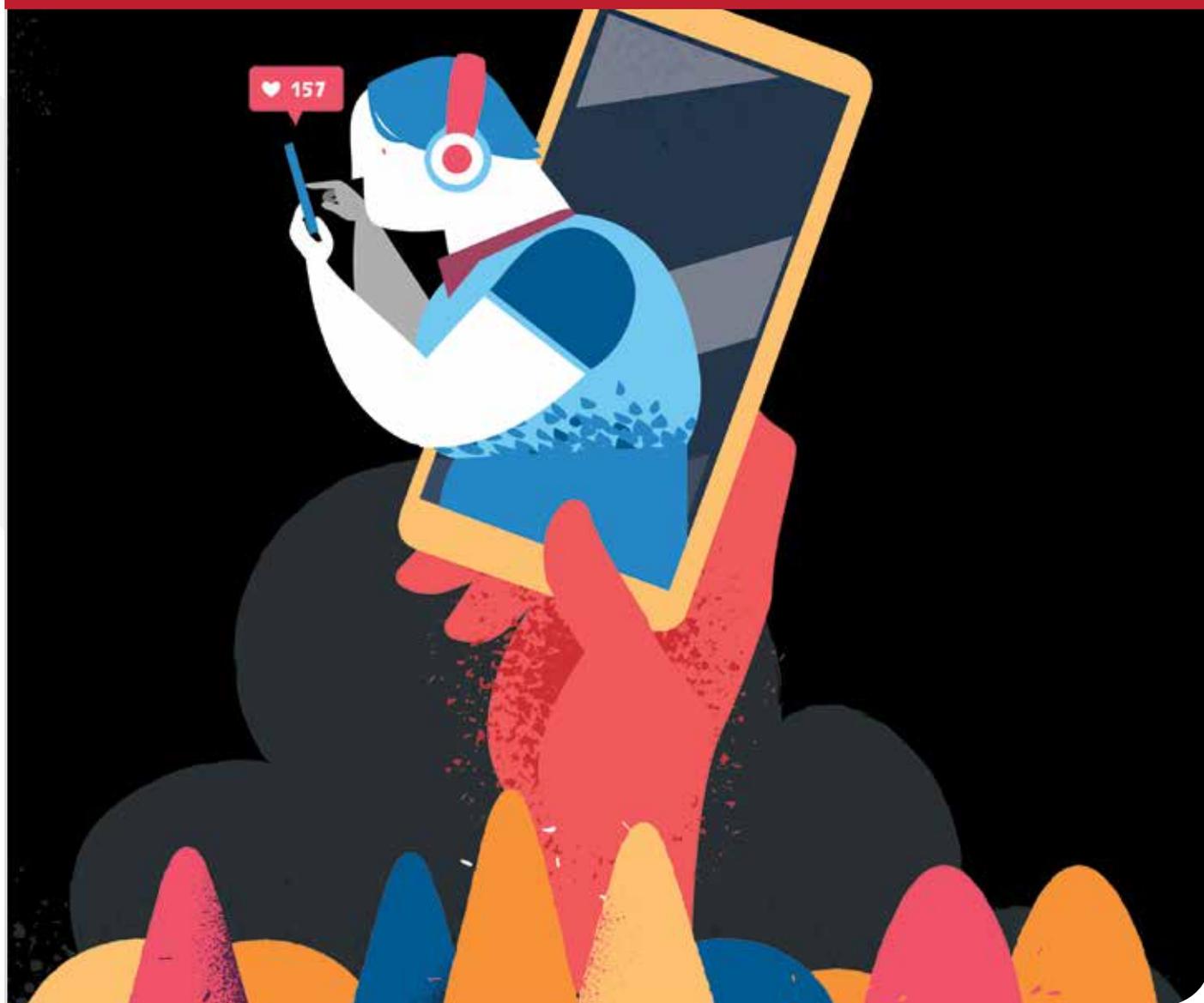
N'TIC Magazine : En Algérie, avons-nous de bonnes formations dans le domaine ?

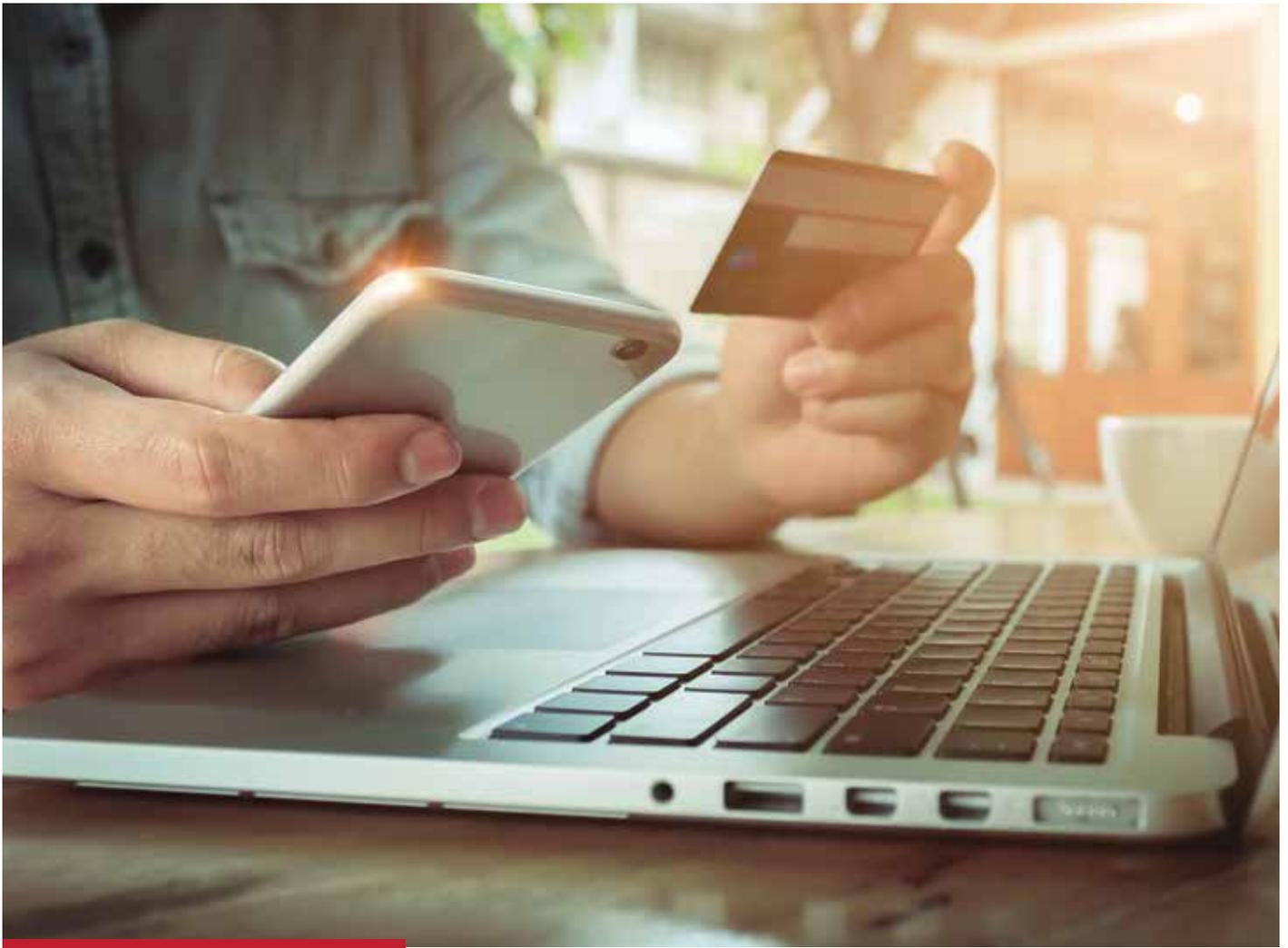
AC : Ce n'est pas pour me faire de la publicité, mais le MBA-DMB qu'a lancé l'EFAP Paris - HUB Institute en partenariat avec l'INSAG Algérie est du haut niveau. Surtout que notre partenaire local qu'est l'INSAG a prouvé son professionnalisme durant les deux premières années de ce MBA unique en son genre. On est très fiers d'avoir amené le diplôme en Afrique et qui plus est en Algérie avec qui nous avons des relations historiques. Ce MBA-DMB est une opportunité pour nous, mais aussi pour les gens qui viennent se former. C'est le signe d'une prise de conscience des gens qui nous ont rejoints et de leurs dirigeants. Cela est annonciateur que de bonnes choses pour les entreprises algériennes.

CRM, COMMUNITY MANAGER, CALL - CENTER LE DIGITAL AU SERVICE DE LA RELATION CLIENT

Dossier réalisé par : Massyle Ait -Ali

Le digital a redonné ses lettres de noblesse à l'expression qui dit que le client est roi. Il est au cœur de la chaîne de valeur des entreprises en répondant avec rapidité et efficacité à leurs doléances. En parallèle, il permet d'optimiser le « business ». Explication





On a tendance à dire que l'Algérie est à l'âge de pierre en matière de digitalisation. Toutefois, il y a un domaine qui semble avoir pris une longueur d'avance. Il s'agit de la relation client. En effet, les entreprises, quelle que soit leur taille, ont pris d'assaut ces dernières années l'Internet pour augmenter leur chiffre d'affaires et se rapprocher de leurs clients. Même les petits commerçants du coin se sont dotés de pages Facebook. « Cela nous permet de mieux vendre tout en répondant directement aux doléances des clients », répondent-ils dans leur grande majorité. En fait, l'Internet est un nouveau canal de relation avec le client, plus rapide, plus riche que les canaux traditionnels et de nature

à rendre le client plus autonome. Les réseaux sociaux sont venus confirmer l'adage du client est roi. La parole leur est donnée pour créer la notoriété d'une marque où bien au contraire la détruire, et ce, en une fraction de seconde. Ce qui fait que le poste de Community Manager (CM) est devenu à la mode ces derniers temps. Toute entreprise digne de ce nom se dote d'un CM. Certaines créent ce poste au sein même de l'entreprise alors que d'autres choisissent de l'externaliser. « Il n'y a pas de choix meilleur que l'autre. Tout dépend de la stratégie de l'entreprise », explique Idir Iharkouken, General Manager à Alcomnet, une entreprise spécialisée dans la conception des sites web et la gestion des réseaux

sociaux. Pour M Iharkouken, bien évidemment, dans un monde idéal c'est d'avoir son propre CM au sein même de l'entreprise. Néanmoins, « il doit avoir toutes les connaissances ; que ce soit de l'entreprise, de l'outil informatique et de l'infographie », soutient notre interlocuteur en insistant sur son implication à 100%. Pour les entreprises qui n'ont pas les ressources nécessaires, qu'elles soient humaines ou matérielles Idir Iharkouken recommande d'aller vers l'externalisation. « L'avantage en externe est que toutes les tâches pour la gestion de la marque ou l'entreprise se font par des professionnels qui ont l'expérience et la maîtrise nécessaires. Il faut

ajouter aussi que ces agences digitales ont sur place un service web design, infographie », assure notre interlocuteur. Le général manager de Alcomnet rappelle néanmoins le contexte actuel de l'Algérie où les bons Community Managers sont une denrée rare. « Il n'est pas du tout évident de trouver les compétences nécessaires », précise-t-il. De plus, le directeur qui est en charge du CM doit aussi avoir de grandes notions du digital afin de pouvoir « contrôler » le travail effectué.

LE DIGITAL EST INÉVITABLE

Pour revenir à l'impact du digital sur la relation client, notre interlocuteur n'y va pas par quatre chemins. « C'est une véritable révolution », soutient-il. Pour lui, cela a changé la façon de communiquer mais aussi la façon de vendre et d'attirer les clients. « C'est le principal canal de conversation entre clients et entreprises. On ne peut pas le négliger. Il est là pour nous donner une visibilité, pour attirer de nouveaux clients et les fidéliser », souligne-t-il. « C'est un changement radical qui apporte avec lui un changement des comportements. Les entreprises n'ont pas le choix, c'est soit se digitaliser soit...mourir », prévient-il. Chose que confirme Lycia, Community Manager, dans une grande entreprise de l'agroalimentaire.

« Le digital a modifié les façons de travailler au service du client. Les personnes en contact disposent d'outils plus riches leur donnant accès à des informations sur les clients en temps réel, qu'elles soient à distance ou en face à face », atteste-t-elle. Lycia met en avant le fait que

le « digital a permis l'émergence de nouveaux acteurs qui font vivre au client de nouvelles expériences qui combinent le digital et le monde réel naturellement ». Au fait, nos deux experts résument la chose en la qualifiant de nouvelle ère. Celle de l'instantanéité et la mobilité, notamment avec le téléphone mobile qui permet clients d'avoir ce qu'il veut où il veut grâce à cette télécommande qu'est son Smartphone.

COMMENT TRAVAILLE UN CM ?

Les entreprises revoient donc complètement la façon de gérer leur relation client. Le Community Manager est la première interface. Mais comment s'adapte-t-il à ces changements instantanés. Nous avons rencontré quelques-uns qui nous racontent leur quotidien. Ferial qui travaille pour une agence digitale nous explique : D'abord, un bon CM doit avoir des qualités indéniables ; être à l'aise avec l'internet, une bonne connaissance de tous les outils afférant au digital et bien évidemment une bonne maîtrise de la langue avec laquelle il va travailler. Pour ce qui est de la méthodologie, « il faut une organisation parfaite avec un planning clair étalé sur une période bien déterminée ». Le CM doit dans ce sens créer les sujets sur lesquels l'entreprise veut communiquer suivant les objectifs qu'elle a tracés. « Il faut que ces objectifs soient définis par un but bien précis. Le CM doit ainsi savoir à qui il s'adresse pour cibler son audience », insiste-t-elle. Le contenu sera créé en fonction de cette audience, et ce, en faisant attention à ne pas

tomber dans l'auto-promotion. Le contenu doit apporter une valeur ajoutée, tout en étant ludique et divertissant. « Mais il doit garder un lien profond avec l'entreprise », assure-t-elle. Cependant, le rôle du CM ne doit pas se limiter seulement à créer du contenu. Il doit faire de la veille constante pour connaître les tendances actuelles, voir ce qui se fait chez la concurrence et surtout être à l'écoute du client. Cette veille doit être accompagnée par des analyses afin de mesurer le taux d'atteinte en surveillant les KPI pour voir si les objectifs ont été réalisés et si les clients sont satisfaits. Le but étant de comprendre le comportement des clients et mieux répondre à leurs attentes. « La parole est aux socionauts. Il faut donc veiller, surveiller et échanger », conclut-elle avec beaucoup de détermination.

LES CRM ARRIVENT EN FORCE !

Le digital dans sa révolution de la relation client a donc apporté avec lui ce nouveau métier qu'est le Community Manager, permettant d'être un contact direct entre l'entreprise et le client. Mais pas que ! Il y a des outils qui permettent d'optimiser cette relation. Il porte le nom très pompeux de CRM (Customer Relationship Management). C'est une stratégie de gestion des relations et interactions d'une entreprise avec ses clients ou clients potentiels. Un système CRM aide les entreprises à interagir en permanence avec les clients, à rationaliser leurs processus et à améliorer leur rentabilité. En langage plus simple, se sont des outils informatiques utilisés

pour la gestion des contacts, des ventes, la productivité. Basés sur le Cloud computing, ils suivent et analysent les interactions entre l'entreprise et les utilisateurs. Ce logiciel informatique enregistre les coordonnées des clients, telles que les adresses e-mail, numéros de téléphone, profils de réseaux sociaux, etc. Il peut également extraire automatiquement d'autres informations, telles que les dernières actualités sur les activités de l'entreprise, mais aussi stocker des données telles que les préférences des clients en matière de communications. Le CRM fait ensuite un tri automatique qui permet de vous retrouver dans ce « souk » pour répondre au mieux aux attentes des clients. En Algérie, leur utilisation est pour le moment concentrée sur les grandes entreprises et leurs gros portefeuilles et prospects. Les spécialistes expliquent que pour les petits clients cela reste marginal du fait de la fiabilité des données récoltées. Les faux profils Facebook par exemple, qui sont légion, faussent complètement la donne. Mais en tout état de cause les CRM sont en train de se frayer leur petit bonhomme de chemin.

LES CALL-CENTERS SONT TOUJOURS VIVANTS...

Dans tout ce « tralala » de nouvelles technologies, il reste les « bons vieux » call-centers. Révolution de la relation client il n'y a pas si longtemps que cela, ils restent toutefois un moyen très efficace pour entretenir cette relation. Les centres d'appels comme on les nomme chez nous sont des installations

spécialisées et centralisées qui gèrent les appels téléphoniques entre une entreprise et les clients. Autrement dit, un centre de contact est l'élément central du service client d'une entreprise. Les clients contactent les numéros mis en place par l'entreprise afin d'exposer leurs problèmes et trouver une solution qui souvent ne nécessite pas qu'ils se déplacent. Comme avec les Community Managers, les call-centers peuvent être en interne ou en externe, selon la stratégie de l'entreprise. Quelles soient internalisées ou externalisées, les activités d'un call-center sont les mêmes. On cite à titre d'exemple IVOO Alger, Interphone Call-Center, Webhelp Algeria...etc. Originaires d'Amérique du Nord, ces centres d'appels ont fait leur apparition en Algérie dans les années 2000 avec l'avènement de la téléphonie mobile. D'ailleurs, les plus connus sont ceux des opérateurs de téléphonie mobile Djezzy, Ooredoo et Mobilis. Leur efficacité ayant fait ses preuves, la majorité des grandes entreprises ont ouvert leurs call-centers, notamment dans les secteurs des banques et assurances. À titre d'exemple, quand un automobiliste tombe en panne et sollicite le dépannage que lui offre son assureur. Il contacte ce call-center qui comme par magie lui envoie un dépanneur dans les minutes qui suivent. Une véritable révolution qui simplifie la vie des clients. Les clients sont d'ailleurs plus aptes à rejoindre les entreprises qui disposent de call-center du fait qu'ils interprètent cela comme une garantie d'un service après-vente fiable et d'un engagement réel de l'entreprise pour le suivi de leurs clients. Les réseaux sociaux peuvent avoir le même rôle, cependant le call-center garantit une

réponse instantanée et directe avec une voix au bout du fil. C'est plus rassurant ! Une chose est sûre en tout cas, le digital a fait que le client est au cœur de la chaîne de valeur des entreprises.

L'OBP : COMMENT ÊTRE EFFICACE ET RAPIDE

Que ce soient les réseaux sociaux, les calls-center ou les CRM on peut les avoir au sein de l'entreprise même ou les externaliser. Cela dépend de la stratégie de l'entreprise. Néanmoins, la tendance mondiale est dans l'externalisation. Elle porte le nom de Outsourcing Business Process (OBP). Cela consiste à confier aux professionnels la gestion de sa relation client. Ces derniers avec leurs solutions métiers font appel aux nouvelles technologies notamment l'Intelligence Artificielle, le Cloud Computing, le textmining, les chatbots, pour gérer la relation client. Un gain de temps, d'argent et surtout une garantie de sécuriser l'expérience client. L'Outsourcing est une nécessité pour toute entreprise qui veut accroître sa productivité tout en restant au plus proche de ses clients et prospects. L'Outsourcing permettra ainsi aux employés de se concentrer sur le cœur de métier de l'entreprise. En même temps, l'entreprise ne va pas engager des sommes faramineuses pour mettre en place ces services spécifiques. En tout état de cause, l'Outsourcing pénétré par les nouvelles technologies est la tendance du moment à l'ère du tout digital.

Benkritly Nassim, spécialiste en Digital Marketing & Communication

« En Algérie, le digital demeure pour certaines entreprises un phénomène de mode »

Passionné par le web, le Marketing et les nouvelles technologies, Nassim Benkritly a fait de sa passion son métier. Il occupe actuellement le poste de responsable digital chez Alliance Assurances. Cela ne l'empêche pas de s'échapper de temps en temps pour partager sa passion avec des jeunes apprenants en leur dispensant des cours. Il revient dans cette interview sur l'impact des réseaux sociaux sur la relation client ainsi que sur le rôle des Community Managers dans cette nouvelle révolution.

R. K



Benkritly Nassim,
spécialiste en Digital Marketing
& Communication

N'TIC : Le Community Manager est devenu un métier à la mode ces dernières années. Mais concrètement quel est le vrai rôle d'un CM ?

Benkritly Nassim : Aujourd'hui le web a tellement évolué qu'il est

passé en un laps de temps très court d'un web statique 1.0 vers un web dynamique 2.0 et même sémantique 3.0, il y a même ceux qui parlent d'un web 4.0 basé sur une Intelligence Artificielle avancée et une réalité virtuelle. Cette évolution du digital a vu naître de nouveaux métiers tels que le CDO, le UX/UI designer, mais aussi le Community Manager. A tort, nous pensons que le CM est le meilleur ami de Facebook ou d'Instagram, alors que ce métier est loin d'être ce que certains pensent être. Le CM, d'une manière générale, est le porte-parole de l'entreprise dans le monde digital. Il a pour objectif de créer une communauté, de la manager, l'animer, mais surtout de l'engager. C'est cet engagement qui est son cœur de métier. Tout son travail découle de cet engagement. Ainsi le métier de CM ne se limite pas à créer une page Facebook, mais plutôt à engager une communauté sur les plateformes (blogs, forums) et réseaux sociaux, bâtir une stratégie médias sociaux, la rédaction de contenu, effectuer une veille concurrentielle, veiller

à la e-réputation et aussi le reporting selon des métriques et KPI bien déterminés.

N'TIC : Quel regard portez-vous sur son évolution en Algérie ?

B.N : En Algérie malheureusement, le seul critère que certaines entreprises ont lors du recrutement d'un CM est la maîtrise des langues (Arabe, Français, Anglais ou Amazigh) et quelques outils de créations graphiques (Photoshop, Illustrator...). Or, si ce CM n'est pas imprégné d'une profonde culture d'entreprise, il ne pourra jamais créer l'engagement dont nous avons parlé. Le CM est là pour défendre les « couleurs » d'une marque. Aussi, s'il ne maîtrise pas les outils de curation, de veille et de listening, il ne saura évaluer et faire évoluer sa communauté, nous pouvons observer certaines pages et le faible engagement qu'elles génèrent ou pire absence totale de réponses aux questions et autres commentaires. Ainsi, si la vision du top management et des recruteurs vis-à-vis du CM ne changent pas,

il ne faut pas s'attendre à une évolution de son métier en Algérie. De plus, c'est au CM qu'incombe la responsabilité de faire au mieux connaître son métier et de ne pas rester figé sur les réseaux sociaux.

N'TIC : Justement quel est l'impact des réseaux sociaux sur la relation client ?

B.N : La relation existe quand il y a une interaction entre une marque et ses clients. Cette notion englobe toutes les étapes du tunnel d'acquisition ou bien les étapes du modèle AIDA (Attirer, Intérêt, Décision, Action), ceci étant la base du marketing. Il est vrai qu'aujourd'hui les réseaux sociaux sont intégrés à la relation client, mais seulement en amont. En d'autres termes, la promotion des produits par la communication, les événements, l'actualité de la marque, les doléances lors d'un SAV, mais pas vraiment la partie CRM. Les réseaux sociaux ne contiennent pas une base de données de nos clients et prospects. Ainsi, ils font partie du workflow relation clients, mais pas en entier.

N'TIC : Les entreprises algériennes ont-elles pris conscience de l'importance de cet impact ?

B.N : En Algérie, le digital demeure pour certaines entreprises un phénomène de mode. Certaines marques se lancent sur les réseaux sociaux sans étudier sa population ou pire sans aucune stratégie. Ainsi, au lieu d'espérer un résultat positif quant à leur présence, les marques peuvent récolter l'effet contraire, à savoir

du bad buzz, des fake news, etc. Mais fort heureusement, pas mal d'entreprises installées en Algérie, font du très bon travail, il y a de l'acquisition, une bonne animation de la communauté et un fort taux d'engagement.

N'TIC : Certes c'est bien beau le digital et la transformation qu'il apporte dans le business en général et dans la relation avec les entreprises en particulier. Mais il y a sûrement des limites de cette « révolution » ?

B.N : Les seules limites que nous pouvons avoir sont celles de notre stratégie, notre pensée et notre vision. Si Internet a été la première révolution numérique, le digital en est la seconde, et ce dernier ne cesse d'évoluer tant que la technologie évolue. Cette révolution est animée par la satisfaction des besoins des consommateurs ou au mieux la création en eux d'un besoin. Ainsi, si les entreprises veulent préserver leur pérennité, elles se doivent d'évoluer et révolutionner leurs modèles, leurs systèmes, mais surtout leurs mindset.

N'TIC : Enfin, comment voyez-vous l'évolution de la relation client dans 5 ans ?

B.N : Par rapport au digital, l'Algérie est légèrement à la traîne, on pense toujours réseaux sociaux ou application mobile, alors que l'Intelligence Artificielle prend une grande part de notre quotidien, mais aussi les objets connectés et la 5G qui commence à se déployer. Ma vision pour les cinq ans à venir, c'est la disparition de certains

métiers du digital et émergence de nouveaux. Nous ne parlerons plus des CM, mais de data scientist, data analyst. La data sera le noyau de toute la stratégie digitale et que toutes ces évolutions et révolutions seront pour l'unique objectif : mettre le client au centre de nos préoccupations et générer du profit. Par ailleurs si j'ai un conseil à donner, ne vous focalisez pas sur les réseaux sociaux, mais optez pour des outils techniques (PHP/CSS/HTML) et les statistiques afin de mieux cerner les métriques et la saisonnalité des engagements ainsi que leurs tendances.

L'ESSENTIEL DE L'ACTU JEUX VIDÉOS

Par Yanis Ahmim

Les caractéristiques de la PS5 dévoilées

Même si absente de l'E3 2019 pour se consacrer à un nouveau modèle de communication, Sony ne manque pas de dévoiler les caractéristiques de la prochaine génération de Playstation qui s'annonce surpuissante.

- CPU : AMD Ryzen 3, 8 cœurs (basé sur l'architecture Zen 2 gravure 7 nm)
- GPU : version spécifique de l'AMD Radeon Navi, supportant le raytracing et une résolution jusqu'en 8K
- Lecteur optique
- Rétro compatible avec les jeux PS4
- Stockage sur SSD (streaming amélioré et temps de chargement réduits : exemple de Spider-Man qui charge en 0,8 secondes sur la nouvelle console au lieu de 15 secondes sur PS4 Pro)
- Supporte le cloud gaming et la VR



Le prochain Call of Duty annoncé à huit clos

Alors que la campagne pour Black Ops 4 fait fureur, Call of Duty déchaîne déjà les réseaux sociaux autour du 16ème et prochain épisode de la série.

On savait bien sûr que la saga phare d'Activision reviendrait, et l'on avait officiellement appris au-delà de cette évidence qu'Infinity Ward est aux commandes d'un opus doté d'une campagne solo. Quelle que soit la recette adoptée, on l'aura bientôt sous les yeux : comme on peut le voir sur les réseaux sociaux de partenaires Call of Duty, la machine médiatique est amorcée et une poignée d'élus a jeté un œil sur le jeu à venir en fin d'année, lors d'un événement privé à Nashville.

Kojima lève un peu plus le voile sur Death Stranding

Annoncé pour 2019, Death Stranding a su garder le mystère planer autour de son scénario et même le concept de base. Aujourd'hui, Kojima tente d'apporter quelques réponses sans trop en dire. Quel que soit l'idée du jeu, l'histoire semble fortement liée à la connexion entre les mondes et les joueurs, que cela peut-il bien dire ? Kojima s'explique : « Je veux que les gens pensent à leur vie ou prennent un peu de recul, regardent le monde et disent «ah oui, c'est ça la connexion ou la déconnexion de notre monde. Certaines personnes bâtissent des murs autour d'elles, comme c'est le cas en Europe, vous verrez des similitudes avec cela en jouant au jeu ». Il va falloir patienter encore un peu pour en savoir plus, mais étant donné la date de sortie imminente, ça ne saurait tarder.





Un jeu Peaky Blinders en développement

Sans aucun doute une des séries les plus appréciées de l'année 2018, Peaky Blinders arbore fièrement plusieurs récompenses à son palmarès. Tandis que la série continue son cours, le groupe Endemol Shine associé à Curve Digital se penche sur une adaptation en jeu vidéo.

Une annonce qui ne manquera pas d'amener son lot d'excitation mais aussi de craintes, l'adaptation semble avoir été confiée au studio Futur Lab (Velocity 2X) qui se chargeront de raconter les histoires de la famille Shelby sur petit écran. Une version réalité virtuelle semble également de mise, il faudra attendre avant d'en savoir plus.

Destiny rencontre DC Comics

Tout comme n'importe quel produit, chaque jeu vidéo possède sa propre équipe marketing chargée de concevoir la meilleure campagne de vente et de communication possible. Depuis quelques années certains studios optent pour la stratégie de la « Fuite simulée », il est aujourd'hui impossible de discerner les vraies des fausses rumeurs pour cette raison. Néanmoins, cela fait un moment que l'information que Rocksteady et Warner Bros travailleraient ensemble sur un nouveau jeu circule. En effet, ce jeu n'est pas des moindres, imaginez DC Comics qui rencontre Destiny, et bien c'est exactement ce qui semble être en route. Le studio derrière la série de Batman Arkham travaillerait sur un jeu en monde ouvert intégrant les univers bien connus de nos superhéros tel que Arkham ou Star City. Le jeu comptera évidemment la plupart des protagonistes DC comme Batman, Green Arrow et même Ras'Al Ghul. Les documents fuités parlent également d'une démo à l'E3 2019, il faudra donc patienter.



Metal Slug est de retour

Si l'on devait ne citer qu'un seul jeu culte qui provoquerait une vague de nostalgie ce serait bien Metal Slug et les pièces de 5DA dépensées dessus. Aujourd'hui nous vous annonçons son heureux retour.

C'est à travers l'annonce du président de la compagnie que nous découvrons la production de nouvelles consoles NEOGEO mais aussi le développement d'un nouveau jeu Metal Slug sur console, en plus de la version mobile par Tencent. Nous attendrons la prochaine annonce avec impatience.

Square Enix vers un nouvel MMO Final Fantasy

Alors que le retour de Final Fantasy VII bat déjà son plein, nous observons à travers une annonce de recrutement du studio le développement d'un nouveau titre à destination de la prochaine génération de consoles. Si des rumeurs circulaient déjà autour de parution d'une suite à Final Fantasy XIV qui sera le prochain MMORPG autour de l'univers fantastique de Square Enix, aucune information ne vient confirmer ou infirmer ces assertions. Il faudra attendre un nouveau communiqué.



L'ÉCOSYSTÈME DU JEU VIDÉO EN ALGÉRIE

Parmi les industries à forte croissance économique on ne peut omettre de citer celle du jeu vidéo. En effet, l'industrie vidéoludique est le secteur d'activité économique de la conception, la production et la commercialisation du jeu vidéo. Cette industrie compte une douzaine de disciplines dans son domaine ainsi que bon nombre d'emplois : par exemple, aux États-Unis, le jeu vidéo est directement responsable de 32 000 emplois en 2010.



Le revenu mondial du jeu vidéo est estimé à 81,5 milliards de dollars américains en 2014. Soit plus du double de celui du chiffre d'affaires de l'industrie cinématographique mondiale en 2013. En 2015, il est estimé à 91,5 milliards de dollars. En Algérie le domaine est bien loin de générer ces chiffres, d'ailleurs il n'en génère quasiment aucun. Dans ce dossier nous allons décortiquer l'écosystème existant et le diagnostiquer.

ÉTAT DES LIEUX

Il existe aujourd'hui bien des moyens de gagner de l'argent grâce aux jeux vidéo, même si ce n'est peut-être pas le cas chez nous, les domaines les plus en vue restent l'événementiel ou le sport électronique, le développement ou Game Dev et enfin les médias tels

que les magazines et autres créateurs de contenus audiovisuels. En Algérie, la plupart de ces domaines existent ou ont existé de manière éphémère, nous avons d'ailleurs listé de manière non exhaustive pour vous les différents acteurs majeurs de ce domaine qui, à ce jour, persévèrent sur ce marché.

LES ACTEURS ALGÉRIENS

- 1. GamersMagh :**
Magazine d'actualité digitale autour de la pop culture et des jeux vidéo au Maghreb.
- 2. Xerise :**
Studio de développement de jeux vidéo indépendant.
- 3. DevQuest :**
Studio de développement de jeux vidéo à but professionnel.

4. Gamers Rules :

Agence événementielle spécialisée dans le gaming.

5. NAEL :

Agence événementielle spécialisée dans le sport électronique.

6. DzGameStore :

Distributeur de clés et produits digitaux autour des jeux vidéo.

7. Playmania :

Distributeur physique de jeux et d'accessoires.

8. Infinite Esports :

Structure de gestion d'Athlètes eSports.

9. Hack Jdid :

Emission autour de la pop culture et du jeu vidéo.

10. Fractal Shop :

Distributeur et importateur de matériels informatiques gaming.

11. MouatezTV:

Youtuber et streamer gaming.

12. GameDz:

Association culturelle autour du gaming

Que valent ces projets à ce jour ? Le marché algérien est-il assez mature pour accueillir ces business ? Afin d'y répondre concrètement nous avons étudié chaque filière de l'industrie indépendamment et avons contacté certain des responsables. Nous pouvons d'ores et déjà isoler de la liste DzGameStore, Playmania ainsi que Fractal Shop qui sont dans la distribution et l'importation ; les



secteurs les mieux établis et les plus stables. De plus, l'émission Hack Jdid possède également déjà son propre sponsor.

L'ELECTRONIC SPORTS

Dans le domaine du sport électronique ou en d'autres termes

dans l'organisation de compétitions sur des jeux vidéo les deux acteurs majeurs sont Gamers Rules et North African Cyber League. Afin de connaître le statut du secteur, nous avons interrogé Ghiles Ait Braham ainsi que Rafik Mariche, les responsables de ces deux structures respectivement.

Gamers Rules est une agence événementielle qui se spécialise dans le gaming et l'eSport, elle existe depuis 2012 et compte à son actif plus des membres dans 16 wilayas ainsi que 48 événements dont une compétition à l'échelle nationale et internationale.

Ghiles Ait Braham (Gamers Rules)

« Ce n'est pas facile de convaincre les sociétés d'investir dans un domaine tel que l'eSports »



Ghiles Ait Braham
(Gamers Rules)

N'TIC : Bonjour Ghiles depuis combien de temps es-tu dans le domaine ?

Ghiles Ait Braham : Bonjour, je suis dans ce domaine depuis 8 mois, pour être plus précis depuis octobre 2018, mais notre équipe/structure existe depuis 2012 et compte à son actif plus de 48 événements dont une

compétition à l'échelle nationale et internationale.

N'TIC : Avez-vous atteint le seuil de rentabilité de votre projet ?

GAB : Jusqu'ici nous sommes dans les événements communautaires et grand public de petite et grande échelles, nous n'avons pas pu en rentabiliser aucun. Aujourd'hui nous nous orientons vers les événements professionnels pour le compte d'entreprises, c'est-à-dire prestation d'animations pour événements grand public ou privé et c'est tout de suite plus efficace malgré la faible demande.

N'TIC : Quels sont les blocages qui vous en empêchent d'aller de l'avant ?

GAB : Le premier souci est « l'immaturation » du marché du gaming, et cela est dû au fait que la culture des jeux vidéo dans le domaine professionnel n'a pas encore fait ses preuves à 100%, que ce soit dans le secteur privé ou public. Autre souci culturel est l'habitude ancrée chez nous de ne pas payer les accès aux

événements. Si l'on prend l'exemple de la Tunisie, bien plus développée dans ce domaine, de très grands événements sont financés par la contribution des visiteurs. Enfin, je pense que nous sommes victimes d'un cercle vicieux : les sponsors et partenaires attendent de voir le potentiel du domaine, là où les joueurs/participants attendent de voir également des investissements de la part des acteurs économiques. Ces derniers préférant aujourd'hui rester sur les valeurs sûres que sont le football et la musique.

N'TIC : Avez-vous reçu un quelconque soutien dans vos démarches ?

GAB : En matière de soutien, nous avons quelques sponsors tels que FRACTAL SHOP et MP'S Shirts qui nous ont offert leur soutien logistique sur le long terme et dans certains cas un soutien financier le temps d'un événement. Ce n'est pas facile de convaincre les sociétés d'investir dans un domaine tel que l'eSports, mais nous faisons de notre mieux pour promouvoir cette culture grâce au soutien humain et à la contribution de notre équipe.

OPEN SOURCE (PARTIE 1)



Samir ROUABHI
Entrepreneur, Coach en entrepreneuriat

Quand je travaillais en Allemagne, il y a quelques années, j'ai été surpris d'y trouver un autre rapport au logiciel que celui que je voyais en Algérie et même en France. J'ai notamment vu que la plupart des établissements et institutions du pays utilisaient des applications libres. Et j'ai découvert au passage une multitude de softwares inconnus pour moi jusqu'à présent.

C'est une chose que je n'ai pas rencontrée, ni en Algérie, ni en France. Alors que la grande majorité des postes de travail sont équipés du système d'exploitation Linux, les gens, les startups, les écoles, les établissements étatiques ont tendance à faire appel à des

applications libres, open source. Pour comprendre ce mouvement du logiciel libre, il faut remonter à ses débuts, dans les années 80.

LA FREE SOFTWARE FOUNDATION

Quand Richard Matthew Stallman, brillant étudiant de la MIT et hacker à ses heures, crée la Free Software Foundation (FSF) en octobre 1985, peu de gens auraient misé un Kopeck sur ce babacool idéaliste. Mais Richard Stallman est devenu ainsi pionnier et leader d'un mouvement qui soutient l'idée que le code source des logiciels et notamment du système d'exploitation ne doit pas être propriété d'une entreprise mais ouvert et disponible pour tout le monde gratuitement pour être modifié et réutilisé. En fait, il craignait et à juste titre, que nous nous retrouvions tous un jour, otages d'un cartel d'entreprises qui détiennent les secrets de tous les logiciels piliers de l'économie mondiale, et qu'elles se mettent à abuser de leur position en augmentant les prix et en ralentissant l'innovation. En 1983, Richard Stallman lance le projet de développement d'un système d'exploitation alternatif, ouvert et gratuit qui pourrait peser contre les poids lourds du moment. Ce système porte un nom récuratif, un de ces délicieux jeux de mots

pour hackers : GNU pour « GNU is Not Unix ».

Comme Stallman n'a pas pu réunir assez de financements pour assurer le développement de GNU, il a fait appel à la communauté de volontaires. Ceci a créé une dynamique qui dure jusqu'à aujourd'hui, d'une communauté open source très engagée et très active. Il est même de bon temps de participer à un projet open source pour rester dynamique et montrer son engagement. GNU a été presque totalement développé, sauf la pièce maîtresse, le Noyau. Jusqu'en 1991 lorsqu'un étudiant américano-finlandais, Linus Torvalds, en fasse son sujet de Master. Il s'inspire pour cela de l'exemple de Minix donné par Andrew Tanenbaum dans son livre et l'améliore. Au final, le système d'exploitation GNU est aujourd'hui davantage connu sous l'appellation Linux.

Le mouvement du logiciel libre tient du mouvement sociétal, philosophique, économique et éthique ; et on se rend compte rétrospectivement du côté très visionnaire et très avant-gardiste de la chose. La FSF s'est attribuée pour mission la promotion du logiciel libre et la défense des utilisateurs.

Et il fallait pour cela protéger juridiquement la propriété du code source. Ainsi naquit la licence GNU GPL (ou simplement GPL)

pour General Public Licence qui définit la très délicate notion de copyleft, transposition de la notion de copyright. La licence GPL et sa mouture suivante la LGPL donnent la liberté à chacun d'utiliser, de copier et de modifier et de distribuer le logiciel en question comme bon lui semble mais assortie d'obligations de distribuer le code source et de faire bénéficier la communauté des versions modifiées. La licence GPL est un objet juridique assez compliqué et bien ficelé qui a évolué au fil du temps pour s'adapter aux nouvelles contraintes du monde.

FSF a connu en 1998 une scission en son sein. Un groupe qui se veut plus en ligne avec la réalité économique du monde et qui prône l'Open Source plutôt que le Free ou Libre. Une vision qui défend la liberté d'accéder aux sources des programmes afin d'aboutir à une économie du logiciel dépendant des seules prestations et non des de licences d'utilisation. Ce mouvement mené par Bruce Perens et Eric Raymond conduit à créer une nouvelle organisation : la Open Source Initiative.

Bien que basées sur deux philosophies différentes, les deux mouvements Free et Open Source aboutissent souvent au même résultat pratique. Le terme FOSS sert alors à amalgamer les deux notions sans prendre parti.

La consécration de ce mouvement est qu'en 2004, la FSF et son équivalent francophone APRIL réussirent à faire inscrire le logiciel libre au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO ainsi qu'à inscrire GNU à la liste des Amis des Trésors du Monde. C'est dire l'ampleur de la réalisation. Et c'est ainsi que je voudrais que vous

voyez la question : le code source libre est un patrimoine versé au pot commun de l'humanité, de la même manière qu'une création artistique qui va survivre à son auteur et qui va influencer de nouvelles vagues de création. Linus Torvalds est lui souvent considéré comme l'une des plus influentes personnalités contemporaines. En effet, le noyau Linux se trouve partout : de votre smartphone à la fusée qui entame son voyage aux confins de l'univers en passant par le serveur de votre banque, votre voiture ou dans les centrales nucléaires. C'est assez impressionnant pour un étudiant en Master de 21 ans. N'est-ce pas ?

LES NOUVEAUX BUSINESS MODELS

Nous sommes submergés aujourd'hui de logiciels libres. Mais souvenons-nous que Bill Gates a fait sa fortune en signant des contrats lui assurant des redevances sur les volumes de vente de son système d'exploitation. A l'inverse, Odoo, Mozilla, Linux Foundation et les autres doivent non seulement nous fournir du software gratuitement, mais en plus ils nous fournissent les codes sources.

En plus d'un financement et d'une protection juridique, le FOSS doit trouver son business model pour assurer sa survie. Il existe autant de cas que d'entreprises. Parcourons quelques-uns :

Pour GNU, il existe aujourd'hui des dizaines de distributions, certaines communautaires développées et entretenues par des volontaires, comme Debian. D'autres sont commerciales, stables et garanties par des entreprises, comme Ubuntu développée par Canonical ou Red

Hat propriété d'IBM. Elles disposent pour la plupart d'une version grand public et d'une version Entreprise à laquelle sont accolées des prestations payantes comme l'intégration et le support. Pour Mozilla, une partie de la recette vient de son contrat avec Google pour le placer comme moteur de recherche par défaut. Odoo (anciennement OpenERP) a plusieurs sources de revenus comme l'hébergement Cloud de la solution, la vente de la version Entreprise avec les modules spécialisés ou les prestations de support, migration, formation,...

La suite au prochain numéro



#Twitter : va relancer son application pour macOS



Twitter envisage de relancer son application macOS, une année après l'avoir retirée du App Store. Les twittos, qui ont été obligés de se tourner vers les navigateurs web pour accéder au réseau social, devront retrouver le programme avec la nouvelle version d'OS.

L'autre géant du web Apple est revenu sur les raisons l'ayant poussé à supprimer cette application. Ses responsables ont fait savoir que les codes des applications de Twitter devenaient de plus en plus différents.

L'application devrait revoir le jour grâce au Project Catalyst, qui permet à des applications iPad d'être portées sur macOS. La nouvelle version de Twitter pour Mac est ainsi attendue pour l'automne prochain.

#Snapchat : souhaite rajouter des fonctionnalités musicales



Le réseau social Snapchat prépare-t-il une revanche sur ses concurrents, à commencer par Instagram ? La compagnie mère, Snap Inc. est en discussion avec les principaux labels de musique pour étendre ses droits sur leurs catalogues.

Snapchat envisage ainsi d'inclure de la musique dans les stories. Pour ce faire, le réseau social discute avec Universal Music Group, Warner Music Group et Sony Music Entertainment pour aboutir à un accord qui permettrait aux utilisateurs du réseau social d'ajouter de la musique à leurs stories.

Une fonctionnalité déjà présente sur TikTok et Instagram qui enregistre un bel succès.

#Facebook : appelle les États à s'impliquer davantage dans la protection de données



Facebook remet les gouvernements devant leurs responsabilités en matière de protection des données ou de diffusion de fausses informations, peu de temps après l'annonce de son projet de

créer une cryptomonnaie, appelée Libra

Le réseau social a appelé les États à faire davantage d'efforts en matière de régulation des géants du numérique. "Ce ne sont pas aux sociétés privées, qu'elles soient grandes ou petites, de proposer ces règles. Ce sont aux responsables politiques élus démocratiquement dans le monde démocratique de le faire", a martelé Nick Clegg, responsable de la communication de Facebook, interrogé par la BBC. Facebook, touché par plusieurs scandales liés à la protection de données, est aussi accusé de ne pas fournir suffisamment d'efforts pour empêcher la diffusion de fausses informations.

#Instagram : se dote de nouvelles fonctionnalités



Instagram compte, de son côté, maintenir la distance. La filiale de Facebook envisage déjà de nouvelles fonctionnalités, présentées lors de la conférence annuelle F8.

Le réseau social va bientôt proposer un nouvel appareil photo intégrant le mode Créer. La fonctionnalité permet de partager des photos et des vidéos comprenant des filtres et des autocollants interactifs.

De nouveaux outils pour les créateurs Instagram, comme la vente d'articles directement depuis l'application, un sticker pour récolter des dons sont également prévus.



Avec «Hanya» de Ooredoo, la tarification à moins de 1 DA

L'opérateur de téléphonie mobile Ooredoo Algérie lance « Hanya », sa nouvelle offre avec une tarification aussi exceptionnelle qu'inédite à moins de 1 DA.

En effet, « Hanya » permet au client de Ooredoo de bénéficier de la tarification la moins chère du marché algérien avec notamment des appels vers tous les réseaux nationaux à 0,99 DA / 10 secondes. Très flexible et adaptée aux besoins de ses clients, l'offre prépayée « Hanya » propose des bonus spéciaux offerts sur tout rechargement de 500 DA en une seule opération. Cette offre inédite propose également une multitude d'avantages déclinés en deux recharges dédiées, à savoir :

- La recharge Hadra 500 : permet au client de bénéficier de 500 DA de crédit et de 500 DA d'appels vers Ooredoo, valables pendant 30 jours.
- La recharge Internet 500 : permet au client de bénéficier de 500 DA de crédit et de 2 Go d'Internet, valables 30 jours. La nouvelle offre « Hanya » est proposée en deux formules, à savoir : 200 DA avec un crédit initial de 100 DA, ou bien 500 DA avec l'une des deux recharges Hadra ou Internet.



Mobilis lance le « Plan Roaming Omra Mobily »

A l'occasion du départ des pèlerins vers l'Arabie Saoudite pour l'accomplissement de la Omra, l'opérateur de téléphonie mobile Mobilis annonce le lancement de son nouveau « Plan Roaming Omra Mobily », en partenariat avec l'opérateur Etihad Etisalat Company -Mobily-.

Afin de rester joignable avec leurs familles et proches durant leurs Omra, Mobilis lance une nouvelle offre Roaming, permettant à ses clients prépayés de bénéficier d'une multitude d'avantages : Appels et Internet, utilisables en Roaming pendant leurs séjours en Arabie Saoudite.

Ainsi, pour profiter de cette offre, les abonnés prépayés peuvent activer les Plans Omra Mobily au niveau des agences Mobilis et points de vente ou en composant la formule *600# ou bien via l'application MobiSpace ou l'interface web meetmob.

- Plan Omra 1200 : 10 Min (Appels vers Mobilis et appels reçu) + 200 Mo de connexion.
- Plan Omra 1950 : 20 Min (Appels vers Mobilis et appels reçu) + 500 Mo de connexion. Mobilis rappelle que les lignes prépayées peuvent être rechargées à tout moment à partir de l'Algérie. Pour plus d'information, rendez-vous sur le site de Mobilis www.mobilis.dz ou sur la page Facebook de l'opérateur.



Djezzy ouvre la migration vers l'offre Djezzy Spécial

L'opérateur de téléphonie mobile Djezzy a décidé d'ouvrir la migration vers l'offre Djezzy Spécial lancée en février dernier. Autrement dit, les clients désirant profiter des avantages de Djezzy Spécial n'ont pas besoin d'acquiescer une nouvelle carte SIM. Il leur suffit juste d'appeler le 777 ou se déplacer à la boutique la plus proche.

Rappelons que l'offre Djezzy Spécial unique en son genre sur le marché de la téléphonie mobile en Algérie permet aux clients en mode postpayé d'effectuer des appels en illimité vers tous les réseaux nationaux et de profiter de 25 Go d'Internet pendant 30 jours pour la somme de 2000 dinars. Djezzy Spécial offre également l'envoi de SMS en illimité vers Djezzy et de 30 SMS vers les réseaux nationaux.

Djezzy Spécial est également disponible en mode prépayé. Pour en savoir davantage sur les offres et promotions de Djezzy, les clients sont invités à télécharger l'application Djezzy (Android | iOS) ou aller vers la page de souscription

www.internet.djezzy.dz



CONDOR MET SUR LE MARCHÉ SON NOUVEAU SMARTPHONE GRIFFET 8 PLUS

Condor, le groupe spécialisé dans l'assemblage d'appareils électroniques et électroménagers a dévoilé, à l'occasion de la Foire Internationale d'Alger, son nouveau smartphone Griffet T8 Plus.

Le T8 Plus se positionne dans la catégorie entrée de gamme avec des caractéristiques adaptées au besoin du marché algérien.

Il est doté d'un écran de 5.45" plus large que celui de la version classique du T8 dont la taille est de 4.95". Ce smartphone est équipé d'un appareil photo arrière de 8 MP et d'une caméra frontale de 5MP.

Le nouveau Smartphone T8 Plus possède une batterie de 2500 mAh, 16 Go de mémoire interne de stockage et 1 Go de mémoire RAM. Il dispose d'un processeur Quad-Core de 1.5 Ghz, fonctionnant sous Android Oreo (GO édition) et compatible 4G.

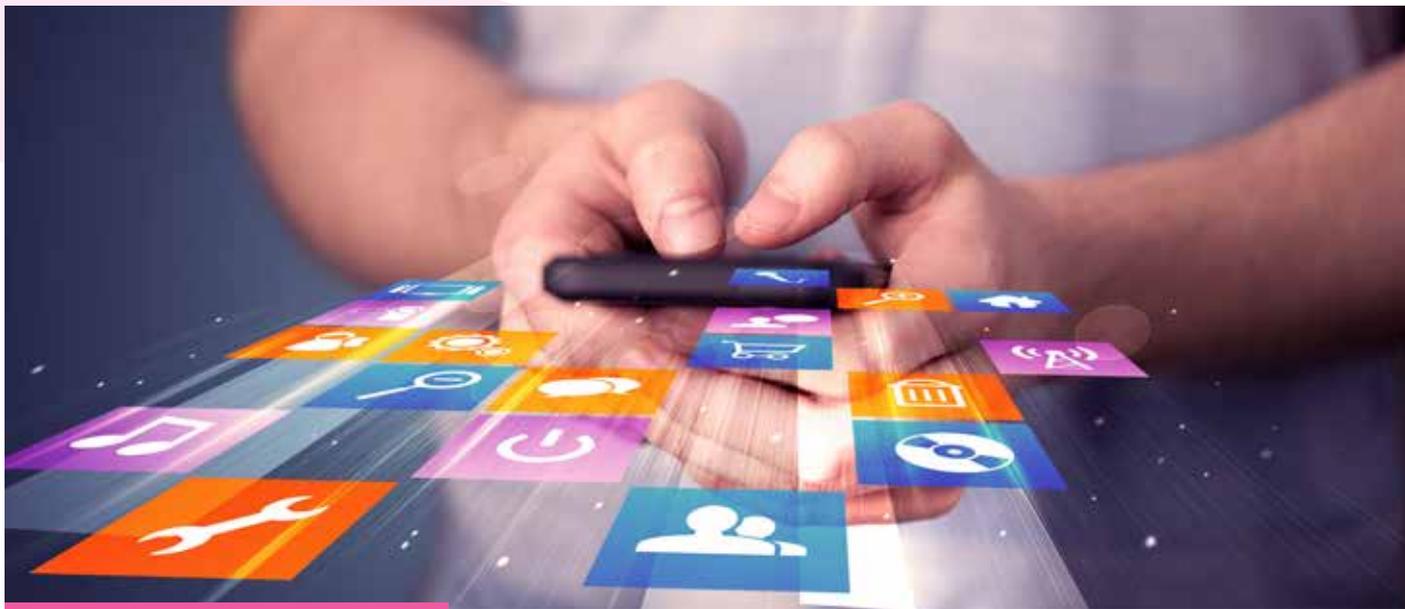


FICHE TECHNIQUE :

- ÉCRAN: 5.45' HD+ IPS (720*1440p)
- OS: Android Oreo Go Edition
- CPU: Quad- Core 1.5 Ghz
- MÉMOIRE: ROM/RAM: 16 Go/ 1Go

- CAMÉRA ARRIÈRE : 8MP+ Flash
- CAMÉRA AVANT : 5 MP
- BATTERIE : 2.500 mAh
- RÉSEAUX : 2G/3G/4G

APPLICATIONS DU MOIS



Replay DZ, une nouvelle plateforme algérienne de streaming vidéo

ReplayDz, lancée dernièrement, est une plateforme algérienne de streaming de vidéos à la demande (VOD). Disponible également sur le web, ce service permet de visualiser les contenus des chaînes de télévision locales. L'application regroupe des séries, des émissions et des films algériens. Les utilisateurs, une fois sur ReplayDz, pourront choisir le contenu souhaité par catégories, séries, émissions ou films, ou par genre, comédie, drama, sociétal... etc. Les utilisateurs pourront également visualiser des émissions télés de plusieurs chaînes. La visualisation est gratuite puisqu'il suffit juste de s'inscrire.



Nbatou se dote d'une application mobile

La startup Nbatou, qui propose depuis 2016 des solutions d'hébergement de courte durée à l'instar de AirBnB, lance (enfin) une application mobile. Disponible sur PlayStore, cette application permet à ses utilisateurs de rechercher et trouver divers types d'hébergement (maison, appartement, studio ou chambre) à louer pour un séjour de courte durée. Nbatou répertorie sur mobile plus de 700 maisons réparties à travers 28 wilayas. Il suffit de sélectionner sa destination et la période à laquelle l'utilisateur souhaite s'y rendre pour accéder à une panoplie d'offres d'hébergement.



Découvrez la vallée du Mزاب sur OPVM

Lancée par l'Office de protection et de promotion de la vallée du M'zab (OPVM), cette application offre aux internautes la possibilité de découvrir des sites et des monuments historiques de la vallée du M'zab, à Ghardaia. Cette application peut informer les utilisateurs sur les différents sites et monuments historiques ainsi que sur les ksour existant dans la vallée du M'zab. Elle répertorie et cartographie l'ensemble des sites et monuments historiques de la vallée, pour permettre aux touristes, chercheurs et universitaires de visiter, à partir d'un smartphone, la région. OPVM répond également à un certain nombre de questions et interrogations des visiteurs de la région, grâce à son application.



Gérez votre diabète durant un voyage avec DiabVoyage

Lancée par le groupe pharmaceutique Sanofi, DiabVoyage est une application mobile qui accompagne une personne atteinte de diabète dès la préparation de son voyage jusqu'à sa fin sur les questions pratiques liées à cette maladie chronique et son traitement.

Une fois inscrit, le patient peut insérer les données liées à son traitement, accéder à des informations lui facilitant la préparation du voyage, tels les papiers à avoir, la quantité de consommable à emporter et des conseils, ainsi que des informations sur le pays de destinations. Ainsi, l'utilisateur pourra trouver des vaccinations recommandées, des informations sur l'alimentation locale et des traductions indispensables.

L'application offre également un espace d'échange entre les membres de la communauté de DiabVoyage.



Trouvez votre médecin avec DabaDoc

Disponible également en version web, DabaDoc est une application mobile de gestion des rendez-vous médicaux, en Afrique, y compris en Algérie.

Créé en 2014 au Maroc, DabaDoc est présente dans plusieurs pays. Le programme optimise la gestion des cabinets médicaux grâce à plusieurs fonctionnalités intégrées. Il permet également aux patients de prendre rendez-vous en quelques clics et gratuitement.

Il suffit de sélectionner le médecin et choisir le créneau horaire. L'application existe en deux versions. L'une pour les patients et l'autre pour les médecins.



SIHHATECH À LA PAGE, DU RENOUVEAU DANS LE SECTEUR MÉDICAL



صحتك
SihhaTech

SihhaTech lance sa nouvelle plateforme en ligne, le site algérien de prise de rendez-vous médicaux revient avec une version plus épurée et simplifiée de sa précédente plateforme.

Ranime Mekersi

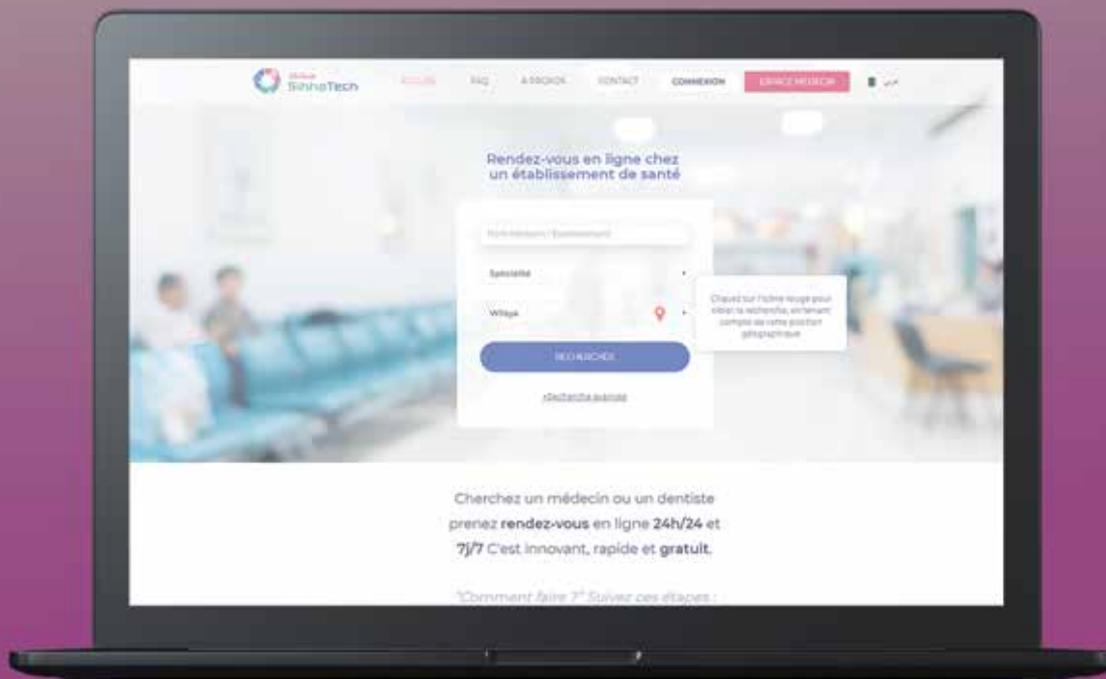
Le projet est parti d'une simple idée pour devenir une véritable entreprise. Elle a été fondée en 2016 par Abdessabour Benzegane, jeune ingénieur en électronique et automatique industrielle. Il s'agit de l'entreprise de développement « Algerian Foundation for Innovation and Development » AFIND qui s'est lancé comme challenge de développer des solutions technologiques innovantes dans le domaine médical, et ce en gérant les relations « patients-établissements de santé ».

LA SANTÉ À PORTÉE DE CLIC

SihhaTech s'est constituée, depuis, une importante base de données sur les praticiens dont des médecins spécialisés, des pharmaciens et des dentistes, alimentée auprès de nombreuses directions de santé à travers différentes wilayas. La base de données est organisée par wilaya et par spécialité médicale, elle comprend aussi

bien le nom et l'adresse du cabinet mais peut également fournir la localisation géographique de l'établissement de santé sur une carte.

Il est à noter qu'aucune inscription n'est requise pour entamer la recherche, l'interface dont le design est aux normes internationales simplifie la procédure de recherche aux patients. La page d'accueil comprend trois champs de recherche : par nom d'établissement, par spécialité médicale et par wilaya. Les



recherches peuvent être plus précises et affinées dans le mode « recherche avancée » qui propose une recherche plus ciblée, et ce, en ajoutant un champ « commune » qui permet de retrouver les professionnels de la santé dans un périmètre restreint.

Ce n'est qu'au moment de la prise de rendez-vous que le patient doit fournir des informations personnelles, tels que son nom complet et son numéro de téléphone, avant qu'il ne puisse choisir la date et l'heure qui lui conviennent. L'agenda du médecin étant lié à la base de données de SihhaTech, les créneaux horaires déjà réservés sont inaccessibles pour le patient suivant. Une fois le rendez-vous pris en ligne, la plateforme SihhaTech envoie un SMS de rappel au patient avant 24h du rendez-vous, et une notification SMS au médecin concerné.

DES MILLIERS D'ÉTABLISSEMENTS RÉPERTORIÉS

En ce qui concerne les praticiens, ils bénéficient grâce à SihhaTech de plusieurs prestations et avantages. La plateforme met à leur disposition les outils nécessaires à la bonne gestion de leurs rendez-vous, leur permet de créer des profils regroupant l'ensemble de leurs informations professionnelles, ainsi que la mise en disposition de leurs agendas et leurs disponibilités. L'accès à ces services est cependant payant pour ces derniers, et des offres d'abonnements mensuels, semestriels et annuels sont proposées par SihhaTech. Les nouveautés proposées dans cette nouvelle version de la plateforme sont nombreuses et

pas des moindres. On retrouve notamment une version du site en arabe, une première qu'on ne retrouve nulle part sur les autres plateformes du même type, ainsi que la prise de rendez-vous par tranches horaires personnalisées (1, 2, 3 ou 4 heures). De plus, une nouvelle fonctionnalité autorise la création d'un compte patient personnel et personnalisé qui permet aux utilisateurs de gérer leurs rendez-vous et ceux de leurs proches de façon plus ciblée. Les médecins et autres spécialistes de la santé à la recherche de visibilité, quant à eux, ont droit à un nouvel espace publicitaire leur permettant de mettre leurs établissements en avant sur le site, ainsi qu'une possibilité d'inscription sous plusieurs disciplines et spécialités afin de répondre aux besoins de tous les patients.



Accès Internet



Communication unifiée



Cloud

Pour plus de détails contactez notre support commercial

 0982 444 444

IRIS® Mobile



vox alpha PLUS



F : 13 Mpx
R : 13 Mpx



Snapdragon 425
1.4 Ghz



5.45" HD+
18:9



2 Gb
16 Gb



4000 mAh
OTG Support



Fingerprint



Dual Sim
4G



Android™ 8.1
Oreo™

ENCORE PLUS DE PERFORMANCE