



LA E-RÉPUTATION TRACE SON CHEMIN EN ALGÉRIE

p.18



actu

4G fixe : plus de 1 600 entreprises connectées en 10 jours

p.07

télécom

3G/4G : les opérateurs se livrent une guerre sans merci

p.09

jeux video

Cinéma et Jeux vidéo, d'un écran à l'autre

p.30

SAMSUNG

Un Véritable
Chef-d'œuvre



Samsung **UHD 85"**

Contact center
SAMSUNG
021 36 11 00

Editorial

Nassim LOUNES
Rédacteur en chef

Chères lectrices, chers lecteurs,

L'industriel Henry Ford disait que « *les deux choses les plus importantes n'apparaissent pas au bilan de l'entreprise : sa réputation et ses hommes* ». Un réel constat car les entreprises ont compris aujourd'hui que soigner leur image de marque sur la Toile est plus qu'essentiel. La rapidité à laquelle circule l'information permet de se faire une bonne (ou mauvaise) publicité à la vitesse de la lumière. De plus, avec l'essor des réseaux sociaux, les sociétés ont tout intérêt à être attentives à leur réputation online. Une e-réputation maîtrisée peut en effet leur permettre de booster leur business.

Qu'en est-il en Algérie ? Les entreprises algériennes sont-elles vraiment conscientes de cela ? Comment arrivent-elles à gérer leur e-réputation ? Quelles sont les entreprises algériennes les plus visibles sur le Web ? Le dossier de ce mois nous en dit un petit peu plus.

Le mois de mai a aussi été très riche en événements IT. Algeria 2.0, SICOM, SIFTech, finale nationale du concours de Microsoft Imagine Cup, ou encore la finale de l'Algeria 3G Cup organisée par Djezzy et Condor, N'TIC s'est faufilé partout et vous rapporte tout dans le moindre détail.

Excellente lecture à toutes et à tous et à très bientôt.

Nassim

n'tic MAGAZINE

N'TIC Magazine, une édition **Med&Com**
14, rue des oliviers – Les crêtes – Hydra - Alger

Tél. : +213 21 48 03 21

E-mail : Info@medncom.com

DIRECTION

Directeur de publication : Nassim LOUNES

REDACTION

Samia ADDAR KAMECHE : samia@medncom.com
Nassim LOUNES
Mehdi MOBAREK
Hammou ISSAD
Amine SAYAH

PUBLICITÉ

Service commercial : Amel SALHI
Tel : 0770.56.30.38 / amel.salhi@nticweb.com

FABRICATION

Responsable artistique : Khaled DJEBLOUN
Infographie : Sidahmed BELKHIRI
Photogravure et Impression :
EdDiwane : 021.55.57.34 / 021.55.36.17

DISTRIBUTION

Med&Com : info@medncom.com
Anep Messagerie Express

SITE WEB

Samia ADDAR, Khaled DJEBLOUN, Malek KHELIFATI

© 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.



L'info des tic en 1 clic !

www.nticweb.com

 facebook.com/nticmag

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

 youtube.com/nticwebtv

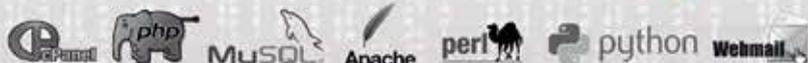
 lecteurs@nticweb.com

Publicité

www.dzhebergement.com

Hébergement de sites web
Efficace et pas cher

à partir de
4700 DA
par an



@ la source de l'information

1^{ère} plateforme de veille presse en Algérie



www.prosdelapresse.com



n°89

actualités

- 06. Algeria 2.0 réunit les professionnels des TIC et du web
- 07. Algérie Télécom lance ses offres 4G
- 07. 4G fixe : plus de 1 600 entreprises connectées en 10 jours
- 08. SIFTech 2014 : 70 exposants nationaux et étrangers
- 08. Djezzy et Condor organisent l'Algérie 3G Cup
- 08. Condor inaugure son premier département d'enseignement numérique

télécom

news

- 09. 3G / 4G : les opérateurs se livrent une guerre sans merci
- 09. Djezzy : lancement de la 3G le 1er juin

opérateurs

- 10. L'Etat algérien rachète 51% du capital de Djezzy
- 10. Mobilis : 6.2 milliards de dinars de bénéfices depuis le début de l'année
- 10. Ooredoo : 430 000 nouveaux clients en 3 mois

it

événement

- 12. Concours Imagine Cup : Phi représentera l'Algérie à Doha
- 14. SICOM 2014 : le Cloud Computing au coeur de cette 23^{ème} édition

Sommaire

magazine gratuit des nouvelles technologies



dossier

- 19. L'e-réputation : de quoi s'agit-il réellement ?
- 19. Comment les entreprises gèrent-elles leur e-réputation ?
- 20. L'e-réputation à travers les réseaux sociaux
- 21. Les entreprises algériennes les plus visibles sur le Web
- 21. Recruter sur les réseaux sociaux, un défi à relever
- 22. Entretien avec l'équipe des Community Managers de Med&Com

mobile

nouveautés

- 24. Samsung Galaxy S5 : quand l'innovation technologique améliore nos vies

analyse

- 26. Parlons de contenu.DZ : 2ème partie

nouveautés

- 28. Les derniers-nés des gammes Asha et Lumia de Nokia disponibles

loisirs numériques

jeux vidéo

- 30. Cinéma et jeux vidéo, d'un écran à l'autre

cinéma

- 32. Les sorties du mois de mai

internet pratique

- 33. Eliminez vos comptes et disparaîsez du web

détente

- 34. Insol-IT des TIC



Algeria 2.0 réunit les professionnels des TIC et du Web

■ Organisé par l'agence XMEDIA Algérie, Algeria 2.0 a ouvert ses portes du 12 au 17 mai au Cyberparc de Sidi Abdellah. Il s'agissait de l'événement du mois, celui tant attendu par tous les professionnels des TIC mais pas que cela. Même les plus grands passionnés de technologies de l'information et de la communication ont répondu présents pour assister aux conférences, ateliers et concours organisés durant cette semaine.



25 entreprises ont profité de l'événement pour exposer leurs solutions. Des entreprises privées spécialisées en TIC, des organismes d'aide à la création d'entreprise, mais aussi des clubs universitaires. Les invités ont ainsi pu bénéficier d'un maximum d'informations.

Au programme donc, un paquet de

Plusieurs conférences ont en effet été animées par des chefs d'entreprises, des conseillers, des journalistes et des responsables de start-up durant ces 6 jours. A chacun son centre d'intérêt mais tous étaient de véritables passionnés des TIC, conscients de ce que ces nouvelles technologies peuvent apporter comme valeur ajoutée à l'Algérie. Les présentations tournaient autour de la mobilité, d'internet des objets, du e-commerce, du SEO et des solutions IT.

conférences et d'ateliers. Parmi eux, nous pouvons citer la conférence tenue par **Karim Brahiti** sur « *l'internet des objets* », celle de **Roslane Bencharif** (Directeur Général de la société MPS et expert en TIC) qui nous a fait une analyse approfondie sur « *la mobilité en Algérie, ses tendances et son impact sur les habitudes de consommation* », celle de **Samir Bellik** qui a mis en avant « *la problématique du référencement web et des différents outils pour la rémunicipalisation des sites internet à travers la publicité* », celle de **Taher Alami** (Directeur Général de Abweb Consulting, une entreprise marocaine qui exerce quelques activités en Algérie) qui a détaillé « *le marché du e-commerce en Algérie sur tous les points juridiques, administratifs et économiques,...* ».

Le co-fondateur et PDG du site Emploitic, **Louai Djaffer**, a également fait une apparition. Il a conté à l'assistance présente la success story qu'a connu son entreprise, en donnant conseils et points essentiels pour la réussite d'un projet professionnel.

Côté ateliers, l'intervention de **Yasmine Sefouane**, développeur mobile chez LVSC Méditerranée, a permis de présenter une nouvelle solution du marketing



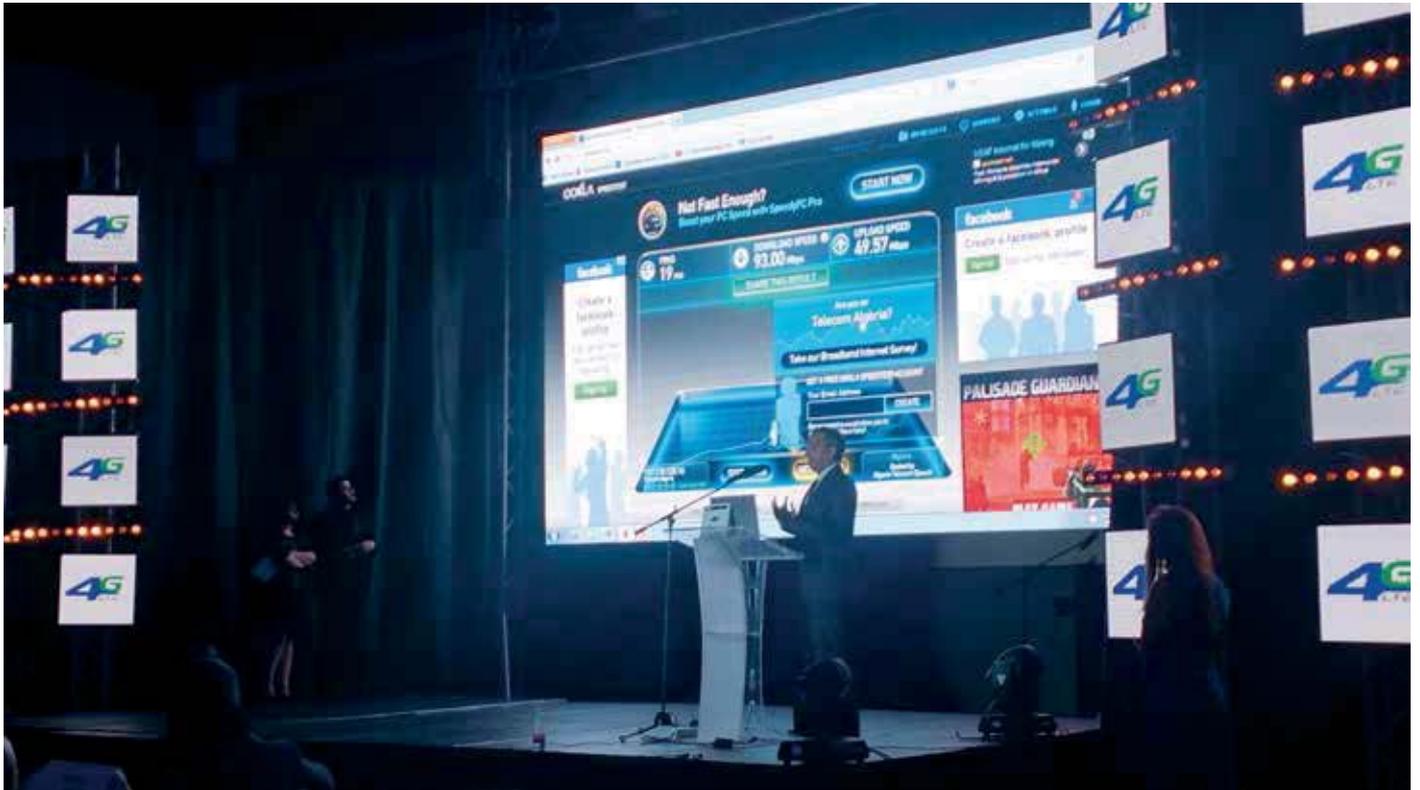
mobile. Elle a fait son show de façon ludique, en alliant l'utile à l'agréable, allant jusqu'à offrir des canettes de boissons gazeuses aux personnes qui répondaient parfaitement à certaines questions posées. Toutes ces présentations et ces ateliers ont engendré des débats très riches.

Pas de panique si vous n'avez pu assister à cet événement. N'TIC Magazine décorifiera pour vous dans son prochain numéro les 6 jours de l'Algérie 2.0. Tout vous sera confié. Restez donc fidèles !



Algérie Télécom lance ses offres 4G

■ C'est le 29 avril dernier, lors d'une soirée organisée à l'hôtel Hilton, que Algérie Télécom a enfin lancé sa nouvelle offre Internet haut débit 4G.



Au menu pour le moment, deux offres ciblant les entreprises. Les clients résidentiels devront patienter jusqu'au deuxième semestre de cette année pour voir d'autres offres sur le marché. 2 000 sites eNodeB (stations de base des réseaux mobiles basés sur les technologies LTE ou LTE Advanced) seront déployés d'ici 2015. 200 le sont déjà et sont répartis sur les 48 wilayas. Lors du test effectué devant tous les présents, le débit a atteint les 97 Mo/s.

Voici les deux offres d'ores et déjà disponibles :

Offre 5 Go	Offre 10 Go
3 500 DA/ mois, pour un volume de téléchargement de 5 Go.	6 500 DA/mois, un volume de téléchargement de 10 Go.

Le routeur (CPE 4G) et la SIM 4G sont offerts.

Le PDG du groupe, Azouaou Mehmel, a réitéré son engagement et celui de sa société de « moderniser et développer un réseau national de très haut débit dense, performant et de haute qualité ».

« La mise en œuvre de la première phase de déploiement de la 4G LTE permettra à notre personnel de maîtriser les processus d'ingénierie et de déploiement de cette nouvelle technologie. Elle constituera une base importante pour la préparation des phases suivantes, l'objectif étant de répondre à la demande croissante en matière de haut et très haut débit, et de consolider le positionnement d'Algérie Télécom en tant que leader technologique », a-t-il déclaré.

4G fixe : plus de 1 600 entreprises connectées en 10 jours

Plus de 1 600 entreprises se seraient laissées séduire par les offres 4G d'Algérie Télécom depuis son lancement. Selon le PDG d'Algérie Télécom, ce sont les entreprises installées dans des zones non couvertes par l'ADSL qui se sont laissées le plus tentées. Il a aussi indiqué, au cours d'une journée portes ouvertes sous le thème « le large bande au service du développement durable » et organisé le 14 mai dernier, que son entreprise prévoyait près de 100 000 accès à la 4G durant l'année 2014, et près de 2 millions d'accès d'ici à 2016.

SIFTech 2014 : 70 exposants nationaux et étrangers



Le SIFTech 2014 a ouvert ses portes le 12 mai dernier au Centre des Conventions d'Oran. Cette 15ème édition était placée sous le signe de la 3G et des applications mobiles et a accueilli près de 70 exposants nationaux et étrangers. Parmi eux, les trois opérateurs téléphoniques mobiles ainsi qu'Algérie Télécom qui en ont profité pour exposer leurs dernières solutions dédiées aux professionnels. Il était question de 4G fixe pour notre opérateur historique, et de 3G pour Ooredoo, Mobilis et Djezzy. Oui, oui, Djezzy qui compte bel et bien lancer la technologie de troisième génération dès la fin du mois de mai. Mobilis a quant à lui lancé une nouvelle offre 3G, un pack embarquant une tablette Samsung Galaxy Tab 3 et

une connexion 3G++ comprenant un volume data mensuel allant jusqu'à 10 Go.

D'autres sociétés œuvrant dans le domaine des Technologies de l'Information et de la Communication ont répondu présentes à l'image de Condor qui a mis en avant son tout dernier smartphone, le C6. Au programme de ces 3 jours, beaucoup de conférences tenues par des experts nationaux et internationaux (venant de Royaume-Uni, du Canada, de France, d'Arabie Saoudite) et qui ont porté sur la 3G, les applications mobiles, la cybersécurité, la protection de la propriété intellectuelle, le Cloud Computing,...

Un concours a également récompensé la meilleure application mobile.

Djezzy et Condor organisent l'Algeria 3G Cup

■ Dans le cadre du développement du partenariat local, Djezzy et Condor Electronics ont organisé récemment la finale de la compétition « Algeria 3G Cup » au club de Djezzy à Sidi Fredj.

Algeria 3G Cup est une initiative 100% algérienne lancée en février dernier avec la contribution d'un groupe de jeunes universitaires algériens membres du Google Developers Groups. Cet événement a pour objectif d'établir un écosystème qui va adopter les développeurs de nouvelles technologies, organiser des concours dans les universités, et sponsoriser des événements IT organisés par des start-ups et clubs universitaires. Il permettra, par ailleurs, d'offrir des stages

et bourses aux étudiants ainsi que des formations dans ce domaine.

Les organisateurs ont dû sélectionner 11 applications parmi les 41 qui ont participé aux éliminatoires. La meilleure application a été récompensée. C'est l'équipe ImtiyaZsoft qui a remporté le prix Algeria 3G CUP 2014 avec l'application TamayozMath. Un jeu éducatif destiné aux enfants de 3 à 8 ans pour apprendre les maths en s'amusant.

Condor inaugure son premier département d'enseignement numérique

■ Condor Informatique a inauguré dernièrement son tout premier département d'enseignement numérique. Située à l'école primaire ECHAHID MOHAMED ADHAMOU de Kouba (Alger), l'école a pour but d'enrichir et de développer l'enseignement numérique sur le territoire algérien.



L'ECOLE TECH est un nouveau concept d'enseignement basé sur un ensemble d'applications numériques qui aidera l'élève à mieux assimiler ses cours et leçons, inspiré du programme de l'enseignement national, tout en innovant via des nouvelles méthodes d'enseignement. Les enfants peuvent s'atteler à plusieurs activités telles des activités de calcul et de mathématiques, l'apprentissage à la rédaction, des activités artistiques,...

Ils sont encadrés par un enseignant utilisant un matériel numérique innové par Condor en partenariat avec Intel.



3G/4G : les opérateurs se livrent une guerre sans merci

■ **L'Algérie se met petit à petit aux standards internationaux dans le domaine de la connectivité et du débit Internet, farfouillant dans les diverses technologies utilisées à travers le monde, pour choisir la meilleure option et garantir un débit décent aux citoyens.**

La 3G a débarqué en grande pompe il y a quelques mois, concrétisant de vieilles promesses et apportant un semblant de modernité et d'utilité à nos smartphones. Pourtant, Algérie Télécom vient d'annoncer sa nouvelle offre 4G « fixe » venant disjoncter les plans d'opérateurs commercialisant la 3G, qui pensaient tenir l'offre phare de ces prochaines années mais voient déjà leurs technologies dépassées.

L'offensive d'Algérie Télécom : cap vers la fibre optique

Lors de la présentation des nouvelles offres ADSL, le PDG d'Algérie Télécom avait déjà averti que son entreprise allait relancer l'intérêt du public et des professionnels pour ses offres, et gagner en compétitivité pour se mettre au diapason avec ce qui est proposé dans les pays les plus avancés. Cela s'est confirmé par le lancement d'offres 4G LTE fixe, tout d'abord réservées aux professionnels sous la forme de deux offres : 5 Go à 3 500 dinars par mois et 10 Go à 6 500 dinars par mois. Les particuliers devant être prochainement eux aussi concernés par ce service et probablement à des tarifs réduits. Dans l'optique d'une couverture de tout le réseau national, la fibre optique devrait se généraliser et faire l'objet d'un lourd investissement.

Les Algériens ne font que commencer à apprivoiser ces nouvelles technologies mobiles et hésitent encore à souscrire à un forfait 3G. Il sera donc primordial pour Algérie Télécom de présenter une offre claire et simple, pour que les clients ne se perdent pas dans un labyrinthe de propositions toutes aussi floues.



La 3G comme rempart à la LTE ?

Ce qui pourrait freiner le succès de la 4G/LTE est la jeunesse des offres 3G qui concentrent pour le moment toute l'attention du public, à l'affût de promotions et encore peu enclin à sauter le pas tant que la « meilleure » offre ne lui apparaît pas clairement.

Pourtant, la 3G en Algérie n'a pas de quoi appâter les compliments, souffre d'un débit en deçà des standards mondiaux et surtout du souci de partage du territoire national entre les 3 opérateurs, ce qui fait que le passage d'une wilaya à une autre peut rendre obsolète un abonnement 3G chèrement payé. Ajoutons à cela le développement d'applications adaptées au marché algérien, qui n'est qu'à son balbutiement et l'on comprend les hésitations du citoyen. Djezzy n'ayant pas encore lancé son offre, on attend la réaction des autres opérateurs, car le point fort de la 3G était justement la faiblesse du débit ADSL proposé par Algérie Télécom. Avec des débits obsolètes et des prix exorbitants au vu du service proposé, elle a dû réagir en urgence pour faire face aux offres 3G, avec sa promotion

Idoom et maintenant ses offres 4G fixe. Assez pour fidéliser sa clientèle ? Au royaume des aveugles, le Borgne est roi ! Mais au vu de la lumière que va apporter la 4G/LTE, beaucoup devront ouvrir les yeux pour survivre !

H.I

Djezzy : lancement de la 3G le 1er juin

C'est en quelque sorte la grande surprise du SIFTech qui s'est tenu au Centre des Conventions d'Oran du 12 au 14 mai. Djezzy s'apprête enfin à lancer la technologie de troisième génération. Lancement prévu, selon nos sources, d'ici le 1er juin...

D'ailleurs, l'opérateur met sur pied une campagne baptisée « 3G+ Experience Tour » consistant à faire sillonner sur tout le territoire national un bus qui prendra la route très prochainement. L'objectif : vulgariser cette nouvelle technologie. A titre de rappel, le lancement de la 3G intervient après le rachat par l'Etat algérien de 51% du capital de l'opérateur.



L'État algérien rachète 51% du capital de Djazzy

L'Etat algérien (via le Fonds national d'investissement) vient enfin de mettre fin à plusieurs années de négociations serrées et de s'emparer de 51% du capital de Djazzy. Ce sont les sociétés mères de l'opérateur, Global Telecom Holding et VimpelCom, qui l'ont annoncé. Le prix du rachat : 2.643 milliards de dollars. Les sociétés mères de Djazzy empocheront leurs dividendes bloqués depuis 2009, soit un total de 4 milliards de dollars, et ce après avoir réglé les différentes amendes dues au gouvernement algérien. Le groupe Cevital, qui détient 3% du capital de Djazzy, va revendre ses parts à VimpelCom pour un montant de 178 millions de dollars. Plus de restrictions à l'exportation des bénéfices à l'étranger également dès lors qu'une amende de 1.3 milliard de dollars sera payée au Trésor Public.

A savoir que Orascom Telecom Algérie continuera d'avoir le contrôle sur Djazzy comme l'a précisé le PDG de VimpelCom, Jo Lunder. « *Le partenariat avec le Fonds national d'investissement permettra à OTA d'avoir un actionariat fort et stable. Cette transaction de 4 milliards de dollars permet de résoudre nos différends en Algérie et permettra un investissement futur dans les réseaux 3G* ».

Mobilis : 6.2 milliards de dinars de bénéfices depuis le début de l'année

C'est à l'APS que le PDG de Mobilis, Saad Damma, s'est exprimé et a confié les derniers résultats enregistrés par son groupe. Ce dernier affiche, au premier trimestre 2014, des résultats en hausse avec un chiffre d'affaire estimé à 6.2 milliards de dinars, soit une progression de 30% en l'espace de 3 mois. Mais aussi un bénéfice net qui passe de 2.1 milliards à 6.2 milliards de dinars, un parc d'abonnés qui compte 700 000 nouveaux clients (13.12 millions d'abonnés au total), des investissements chiffrés à 5 milliards de dinars (soit une hausse de 161% par rapport au premier trimestre 2013). Le lancement de la technologie de troisième génération a joué un grand rôle dans la croissance de l'opérateur. M. Damma affirme que ce sont, chaque jour, des dizaines de milliers de clients qui viennent souscrire à un abonnement 3G, et ce dans les 19 wilayas couvertes.

« *La progression du chiffre d'affaire marque notre volonté de défendre notre position et nos parts de marché. Les résultats de 2013 étaient conformes à nos attentes. Nous avons fait la meilleure progression en nombre de clients parmi les acteurs du marché qui nous a permis de porter nos parts de marché à plus de 31%* », a-t-il déclaré.

Ooredoo : 430 000 nouveaux clients en trois mois

Ooredoo a rendu public ses résultats financiers du 1er trimestre 2014. L'opérateur clôture le premier trimestre de l'année en cours en se réservant le meilleur taux de croissance parmi toutes les opérations du Groupe Ooredoo. En effet, ses revenus ont atteint 23.6 milliards de dinars au 1er trimestre 2014 contre 19.9 milliards de dinars au 1er trimestre 2013, soit une augmentation de +18%.

Une courbe ascendante est observée pour l'EBITDA qui s'est élevé à 9.14 milliards de dinars au 1er trimestre 2014 contre 7.99 milliards de dinars au 1er trimestre 2013, soit une augmentation de +14%. Pour ce qui est du nombre d'abonnés, celui-ci est passé à 9.92 millions au 1er trimestre 2014 contre 9.49 millions à la fin 2013, soit 430 000 nouveaux abonnés en l'espace de trois mois. Les investissements ont progressé de 68% atteignant 96 millions de dollars US au 1er trimestre 2014 contre 57.1 millions de dollars US au 1er trimestre 2013. Les profits nets ont enregistré une croissance de +15% passant à 42.7 millions de dollars US au 1er trimestre 2014 contre 37 millions de dollars US au 1er trimestre 2013.

Dans le groupe, Ooredoo Algérie conserve sa position de numéro un en taux de croissance et continue à enregistrer les meilleurs résultats avec des parts dans le groupe en constante augmentation.

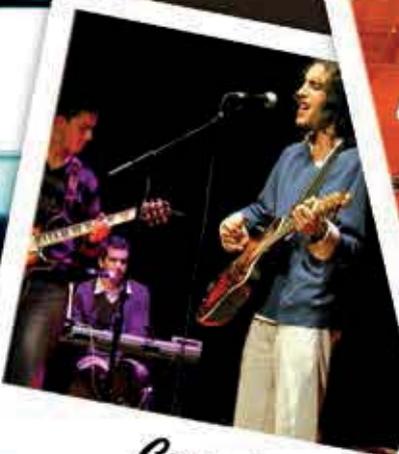
Trouvez les meilleurs plans pour vos sorties !

Kherdja .COM 

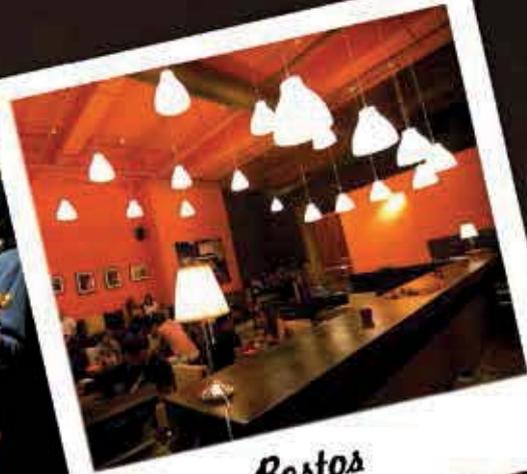
Votre guide sorties, culture
tourisme & loisirs en Algérie



Cinema



Concert



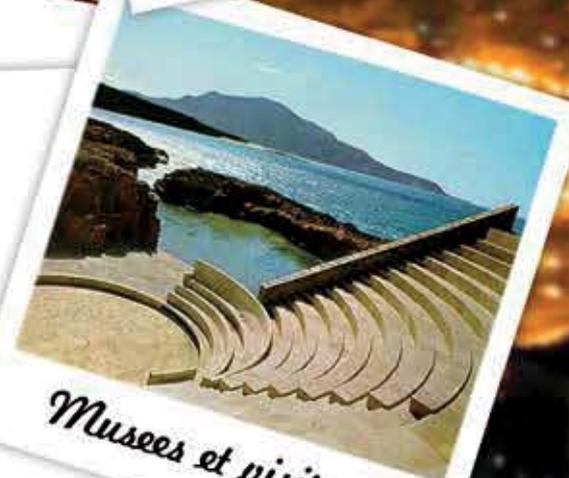
Restos



Clubbing



Theatre & Spectacles



Musees et visites

communiquiez sur Kherdja

(événements: concerts, spectacles, clubbing,...)

(établissements: restos, shopping, salons de beauté,...)

contactez nous: 05 60 95 69 47

contact@kherdja.com

Concours **Imagine Cup** : Phi représentera l'Algérie à Doha



■ C'est le 26 avril dernier à l'Ecole Supérieure Algérienne des Affaires (ESAA) que s'est tenue la finale nationale du concours Imagine Cup de Microsoft, la plus prestigieuse des compétitions technologiques destinée aux étudiants. Cette année, seuls deux pays arabes pourront participer à la grande finale qui se déroulera à Seattle, en juillet. Ces pays seront connus en juin prochain, lors de la demi-finale panarabe qui se tiendra à Doha.

En ce qui concerne l'Algérie, nous savons désormais qui tentera de gagner son billet Etats-Unis. Il s'agit de l'équipe **Phi** et de son projet **PHYSIONEXT**. C'est cette dernière qui a été choisie parmi 6 autres équipes et qui se rendra prochainement au Qatar pour affronter les finalistes des autres pays arabes. Le projet **PHYSIONEXT** s'est donc distingué parmi d'autres candidats qui ont tous su conjuguer leurs compétences et croiser leur passion

commune pour les TIC afin de concevoir des projets innovants. **PHYSIONEXT** est une solution qui vise à assister les physiothérapeutes et les patients afin de réaliser les exercices de rééducation en cas d'entorse ou de maladies nécessitant la physiothérapie. **PHYSIONEXT** permet de pratiquer ces exercices de

façon plus attractive en utilisant la Kinect et un dispositif électronique qui mesure la réponse des muscles en temps réel.

L'équipe **Golden Givers** est aussi montée sur le podium, à la troisième place, avec son projet **Make Smile**. Les membres de l'équipe pourront suivre au sein de l'école IT Comp une formation afin de recevoir au final une certification Microsoft.

A la deuxième place, l'équipe **Smada** et son projet **Child Care**. En plus de recevoir une formation à la même école, les membres sont tous repartis avec un Nokia Lumia 625.

Les membres de l'équipe **Phi** (Sid'Ali Mellouk, Anas Mostefaoui, Hamza Djebli, Yasmine Sefouane et Abderrahmane Nait Amar), en plus de leur ticket pour Doha, ont aussi été certifiés par Microsoft et ont reçu chacun un Nokia Lumia 925.

Dans la catégorie Games, l'équipe **Reload** et son projet **Reborn Quest** a été sélectionnée en ligne et jouera sa place lors de la demi-finale online mondiale.

A savoir que les candidats concourraient dans trois catégories (Games, Innovation et Citizenship) et que le concours comptait comme sponsor majeur l'opérateur Ooredoo et comme sponsor Gold IT Comp. Toutes nos félicitations vont aux vainqueurs.



Equipe Reload

Rédacteur du mois

■ Nom: RAHMOUNI ■ Prénom: KHALED ■ Age: 27 ans



■ Je suis licencié en sciences politiques, option administration. Après avoir découvert que le magazine N'TIC nous offrait la possibilité de publier nos écrits, j'ai voulu me lancer et faire mon premier essai d'article. J'ai voulu combiner dans mon article les TIC et l'impact qu'elles ont sur notre vie quotidienne, mais surtout savoir comment ces technologies peuvent l'améliorer.

L'e-tourisme en Algérie

J'ai voulu savoir comment est-ce que les technologies de l'information et de la communication peuvent toucher le côté relationnel. Comment peuvent-elles rapprocher les gens entre eux au lieu de les éloigner ?

J'ai alors tout naturellement choisi le sujet du e-tourisme vu que son développement est systématiquement lié aux nouvelles technologies.

Aujourd'hui, personne ne peut nier l'influence d'Internet sur notre vie. Son évolution touche tous les domaines. Internet permet à des millions de gens d'échanger et de partager des expériences, surtout dans le domaine du voyage et du tourisme ce qui a donné l'appellation:

e-tourisme .

On peut en effet trouver des centaines de sites touristiques, comme **routard.com** ou **trivago.fr**, qui proposent des photos et des conseils de particuliers qui ont eu l'opportunité de visiter certains endroits avant vous et qui donnent leurs avis. L'avantage ici est d'avoir un avant-goût avec classification des hôtels et restaurants mais aussi d'avoir les itinéraires à faire ainsi que des idées pour expérimenter l'inattendu et parfois même profiter des services d'un guide particulier sur place.

Le Net vous permet aussi d'organiser vos voyages sous une autre forme.

Des sites, tels que **switchhome.org**,

proposent l'échange de maisons entre particuliers. L'avantage : un voyage moins cher mais aussi la possibilité de côtoyer la population locale et d'être plus indépendant, plus libre, de prendre un après-midi pour se balader ou pour se reposer. Cette forme de voyage est basée sur la confiance et le respect entre ceux qui échangent. Il est donc préférable de connaître les gens au préalable avant de se lancer dans cette aventure. Bref, quel que soit le type de voyage que vous choisissiez, l'e-tourisme offre un autre moyen de voyager. Il peut vous aider à choisir la destination de vos rêves et vous faire découvrir un autre aspect de votre séjour.



A vos plumes...

Si vous pensez avoir l'âme d'un bon journaliste et que vous souhaitez que vos écrits soient publiés, N'TIC se propose de vous aider via une toute nouvelle rubrique qui vous sera dédiée. Envoyez vite votre article à samia@medncom.com et recevez votre badge « Rédacteur N'TIC du mois ».

Chaque mois, l'équipe N'TIC sélectionnera le meilleur article reçu traitant des nouvelles technologies de l'information et de la communication et le publiera dans son prochain numéro.

N'TIC est à vous alors à vos plumes...

SICOM 2014 : le Cloud Computing au coeur de cette 23ème édition

■ La 23ème édition du salon international de l'informatique, de la bureautique et de la communication (SICOM 2014) s'est ouverte le 22 avril dernier aux Pins maritimes à Alger. Il se voulait être « *une vitrine réelle des propositions, tant matériels que logiciels, du marché algérien pour vulgariser les nouvelles technologies* » selon les organisateurs. Le Cloud Computing était au coeur de cette édition.

Hammou ISSAD ■



Le salon a pris place doucement le 1er jour, occupant petit à petit les 3 pavillons qui lui étaient dédiés : 2 pavillons destinés à la vente et au grand public et un pavillon orienté vers le partenariat entre entreprise et concernant les professionnels du secteur. A l'extérieur, ACER se proposait d'offrir une animation footballistique.

Condor, principal acteur du SICOM

Dans l'optique d'une campagne marketing agressive, Condor a su se faire remarquer lors de ce salon en mettant sur pied une communication dès le premier jour, avec comme vedette son nouveau smartphone haut de gamme le C6, aboutissement des efforts technologiques consentis



par la marque pour concurrencer les «Made Out of Algeria ». Son C1+ attirait aussi les gens, curieux de découvrir ce smartphone au prix si bas (6 800 dinars) et produit en Algérie. On a pu aussi découvrir les nouveaux PC

« All in one » qui surfent sur la vague du tactile, pour offrir une relève aux vieux PC de bureau avec un écran tactile 10 doigts et un clavier qui devient optionnel.

L'informatique, un marché juteux

Autour, ce sont principalement des distributeurs et fournisseurs de matériel informatique et bureautique qui occupent la plupart des stands. Le marché des TIC étant en progression constante en Algérie (35%), il attire de nombreux jeunes entrepreneurs venus répondre à la demande pressante du marché à travers le territoire national. Ainsi, outre les distributeurs officiels des grandes marques, on constate que la revente de matériel informatique en Algérie est très disparate et va du simple importateur/revendeur à des entreprises qui perfectionnent et adaptent les produits achetés.

On parlera de l'atypique Lahlou Industrie qui représente par ailleurs Blizzard en Algérie et qui effectue un véritable travail artistique pour créer des ordinateurs uniques montés par des Algériens et qui répondent à un thème précis. Au SICOM, était ainsi exposé un ordinateur aux capacités impressionnantes et à l'esthétique fantastique sur le thème du célèbre jeu Diablo, ce petit bijou n'ayant été fabriqué qu'en série limitée. Il montre la passion naissante des Algériens pour la culture Geek.



Un salon tourné vers les professionnels

Côté promotion, le SICOM fut en deçà des attentes, car les grands noms du marché n'ont pas jugé utile d'utiliser ce salon comme vitrine principale, préférant tisser des liens entre entreprises plutôt que de se tourner pleinement vers le public.

Ainsi, certains stands étaient dédiés au conseil, management d'entreprise et autres solutions informatiques pouvant aider les sociétés dans leurs investissements et gestions en général.

Ce fut donc un salon professionnel avant tout, qui a montré la profusion du réseau de distribution en Algérie et le bel avenir des TIC.

POST-IT

Algérie Télécom lance la 4G LTE

« NON SEULEMENT ALGÉRIE TÉLÉCOM EST SUPER EN RETARD MAIS EN PLUS, ELLE PROPOSE UN DÉBIT DE SEULEMENT 5 ET 10 Go à un prix élevé ! SI AU MOINS LA QUALITÉ ÉTAIT LÀ VU LA 3G QUI EST NULLE! ».. **NASSIM NAS**

« WIN KOUNA OU WIN WALINA ! C'EST DÉJÀ UN EXPLOIT, UN PAS EN AVANT. MAIS LES PRIX SONT UN PEU CHERS POUR UN DÉBIT LIMITÉE QUI SE RÉSUME À UN FILM HD 720P ».. **SABRI ANGE**

Une nouvelle offre du côté d'Algérie Télécom, IDOOM

« PAS DE TONALITÉ DEPUIS DES MOIS!!! ALORS COMMENCEZ PAR LES CLIENTS ACTUELS! ».. **ANNABA JAZ**

3G ou 4G ? Quelle technologie pour le consommateur algérien ?

« ELLE EST OÙ LA 3G ? ON A EU LA 3G PENDANT 1 MOIS ! C'EST MALHEUREUX DE SE RENDRE COMPTE QUE NOS OPÉRATEURS, PEU IMPORTE LA TECHNOLOGIE UTILISÉE, NE RÉUSSIRONT JAMAIS À FOURNIR UN DÉBIT DÉCENT AUX ALGÉRIENS. LA 3G EST EN FIN DE VIE ET BIEN FIGUREZ-VOUS QUE NOUS AUSSI ON EST EN FIN DE VIE ! ».. **AHMED SENANI**

Algérie Télécom : augmentation du débit au premier trimestre 2014

« PERSO, JE TROUVE UNE GRAAAAAAAAAANDE DÉGRADATION AU NIVEAU DU SERVICE ! KTELTOUNA B'LES PROMESSES :P ».. **KADIROÛ ME'Z**

Microsoft Algérie annonce la mort de Windows XP

« XP RESTE LE MEILLEUR OS JAMAIS CONÇU PAR MICROSOFT ET J'AJOUTE MÊME QUE JE N'USE JAMAIS DE CORRECTIFS ET JE RENCONTRE RAREMENT DE BUG ».. **AL MUALIM**

Le C6 de Condor est disponible

« JE L'AI ACHETÉ ET POUR LE MOMENT JE SUIS AGRÉABLEMENT SURPRISE!!! JE NE M'ATTENDAIS PAS À UNE TELLE QUALITÉ, LE SEUL PETIT BÉMOL EST AVEC LE CACHE ARRIÈRE : DIFFICILE À RETIRER MAIS SINON LE TÉLÉPHONE EST FLUIDE, L'OS EST SUPER ! POUR LE SON, IL EST CLAIR POUR LA COMMUNICATION. QUANT À LA BATTERIE, ELLE A L'AIR BIEN MAIS BON RESTE À VOIR. SINON POUR LE MOMENT JE SUIS SATISFAITE :) ».. **ZINA ASSAM**

L'APPLICATION MOBILE **N'TIC MOB** EST LÀ !

Téléchargez-là vite sur



Scannez-moi !



LA E-RÉPUTATION TRACE SON CHEMIN EN ALGÉRIE



Dossier réalisé par :
Amine Sayah

■ Plusieurs entreprises algériennes ont compris la recette du succès qu'imposent les temps modernes. En effet, si autrefois pour réussir une société avait besoin de se doter d'un très bon service commercial et marketing, de nos jours, une présence renforcée sur le Web est indispensable pour renforcer son image positive, faire la promotion de sa boîte afin de bien se positionner sur le marché algérien. C'est à travers la notion d'e-réputation que les entreprises algériennes comptent aujourd'hui se faire connaître.

Impliquer les nouvelles technologies de l'information semble être pour de nombreuses entreprises une alternative très sérieuse et très porteuse pour jouir d'une très bonne réputation et séduire de plus en plus d'internautes. Comment l'e-réputation est prise en charge pas nos sociétés algériennes ? Quelles sont les entreprises les plus réputées qui recourent aujourd'hui à l'influence du web pour se positionner sur le marché algérien ? Quels sont les moyens

utilisés par les services commerciaux de ces entreprises pour assurer une visibilité sur le Net ? Quelles sont les marques algériennes présentes sur le Web à travers des pages actives sur les réseaux sociaux et comment font-elles pour gérer leur e-réputation ? Qui sont les boîtes de communication qui assurent aujourd'hui un service d'e-réputation infaillible pour soigner l'image d'une entreprise ou d'une marque algérienne pour assurer sa pérennité et fidéliser ses clients ?



L'e-réputation : de quoi s'agit-il réellement ?

L'e-réputation est un terme qui a fait son apparition dans les années 90 au moment où Howard Rheingold (spécialisé dans l'étude des implications sociales, culturelles et politiques des rapports que

L'Homme entretient avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication) a commencé à parler d'e-réputation en évoquant la « **digital social life** » : vivre une vie parallèle grâce aux nouvelles technologies. Selon la définition fournie par le site Wikipédia, l'e-réputation représente l'image qu'a une entité « entreprise, personne, marque ou autre » sur le Web. Par réputation, nous entendons tous les détails qui entourent l'entité (à savoir informations, avis, échanges, commentaires, rumeurs,...) sur le Web.

L'e-réputation représente dans ce sens l'image que se font les internautes sur l'identité de cette marque ou de cette personne. Un simple exemple peut parfaitement expliquer ce terme. Quand un hôtel ou un complexe touristique représente sur le Web comme un endroit de rêve inoubliable, sur la page qui fait l'e-

de créer une image de marque et de se faire une identité à part sur le Web. La notoriété numérique représente donc un atout incontournable pour faire face à la concurrence et se distinguer par rapport à d'autres entreprises par la mise en place d'éléments positifs et la surveillance des éléments négatifs.

Comment les entreprises gèrent-elles leur e-réputation ?

L'e-réputation est une notion qu'aucune entreprise ou marque, aussi importante soit-elle, ne doit négliger car elle représente l'une des clés du succès et de la notoriété. L'e-réputation est une sorte de vitrine pour chaque entreprise, une vitrine qui nécessite un très bon entretien. Pour parvenir à soigner son image, gérer sa réputation sur le Web, une entreprise doit adopter une stratégie globale et recourir à des outils spécifiques.

Des boîtes de communication se sont spécialisées dans la pérennité de l'identité numérique en veillant à soigner la réputation online des entreprises et des marques qui commencent à devenir de plus en plus attentives à cette dimension imposée par l'ère des nouvelles technologies dans laquelle nous vivons. Plusieurs marques algériennes sont de plus en plus attentives à cette notion.



lieu qui n'est pas à la hauteur et qui accuse des déficiences graves. Les avis des internautes sur l'endroit forge sa réputation ce qui peut soit participer à sa notoriété ou au contraire détruire sa réputation. Aujourd'hui, les entreprises et les marques algériennes ont compris qu'il est impératif d'investir dans l'e-réputation afin



L'exemple de **Hamoud Boualem**, dont le lancement de la page Facebook a créé un énorme buzz en janvier dernier, est une preuve de l'intérêt croissant qu'accordent les entreprises algériennes à l'e-réputation qui représente aujourd'hui 70-80% de la valeur des entreprises. Trois vidéos se sont enchaînées pour marquer le lancement de la page Facebook de la marque algérienne. La première laissait voir un étudiant algérien résidant au Canada et ayant étudié à la faculté de Bab Ezzouar, Toufik Amrini, qui parlait d'une grande étude qu'il a faite sur la boisson gazeuse. La vidéo a circulé sur quasiment toutes les grandes pages algériennes de Facebook. Selon son étude, la boisson Hamoud Boualem procurait des effets positifs sur le moral et l'humeur de l'être humain. La vidéo a suscité l'intérêt général des internautes sur les réseaux sociaux. Ces derniers étaient très fiers de constater qu'une marque algérienne pouvait concurrencer avec des marques mondiales. Le 7 janvier dernier, une autre vidéo se propagea aussi rapidement sur les réseaux sociaux. Dans cette vidéo, on observe un flash information sur la chaîne Channel 4 relatant la fameuse découverte de Toufik. C'est la dernière vidéo qui est venue mettre un terme au buzz

en révélant que les deux autres vidéos n'étaient qu'une blague faite à l'occasion du lancement officiel de la page Facebook de Hamoud Boualem. C'est la société **Med&Com** qui a eu l'ingénieuse idée du lancement des trois vidéos, un plan impeccable pour assurer l'e-réputation de la marque algérienne de renom Hamoud Boualem.

Pour assurer sa e-réputation, aujourd'hui, les entreprises recourent soit à une équipe dédiée au sein de l'entreprise (très souvent sous la direction de la communication) ou ont recours à une prestation auprès d'une agence spécialisée dans la gestion de l'e-réputation. Certaines entreprises, à l'image de Hamoud Boualem qui a fait recours aux prestations spécialisées de l'agence de communication Med&Com, font appel à des Community Managers selon l'importance du projet. Ce nouvel enjeu qui mobilise l'intérêt de plusieurs entreprises de nos jours fait apparaître cette nouvelle fonction dans les organigrammes des grandes entreprises.

L'e-réputation à travers les réseaux sociaux

La gestion de la réputation d'une entreprise ou d'une marque sur le Web sous-entend l'importance d'avoir une image positive. La réputation étant l'opinion qu'on a d'une entreprise ou d'une marque. Tout comme les entreprises assurent leur personnel et leur bien, il est indispensable d'assurer leur image sur Internet car les risques auxquels l'entreprise ou la marque est exposée au travers des médias sociaux (réseaux sociaux, blogs, web forums, sites de vidéos, etc.), sont innombrables, notamment pour les sociétés qui ignorent tout des nouvelles technologies ou qui ne prennent pas au sérieux l'influence du web et des réseaux sociaux sur leur représentation.

Depuis la démocratisation d'Internet, l'arrivée des smartphones et des tablettes ainsi que l'accès à la 3G, l'information se répand comme une traînée de poudre, à une vitesse vertigineuse. On parle depuis de la réputation numérique que les entreprises les plus «connectées» considèrent comme principale pour leur image. Ainsi, dans un secteur économique ouvert à la concurrence, la réputation des entreprises est fragilisée par les critiques des internautes en mesure de nuire à leur image. C'est pour faire face à la concurrence et soigner son image que les sociétés sont de plus en plus nombreuses à investir dans l'e-réputation à travers les réseaux sociaux et notamment Facebook.



Les entreprises algériennes les plus visibles sur le Web

Les principaux secteurs visibles sur le Web en termes d'e-réputation sont l'automobile, la télécommunication,

l'agroalimentaire. Les principaux acteurs sont Ooredoo, Djezzy, Mobilis, Renault, Groupe Benamor. Voici le

Top 5 des marques les plus actives en Algérie :

Marques	Facebook	Twitter
OOREDOO	1 386 292 mentions «j'aime», taux d'interaction de 1.61% de la part des fans	377 070 abonnés
DJEZZY	1 100 014 mentions «j'aime» avec un taux d'interaction de 1.01%	8 591 abonnés
MOBILIS	623 953 mentions «j'aime» avec un taux d'interaction de 0.73%	4 529 abonnés
RENAULT	492 070 mentions «j'aime» avec un taux d'interaction de 0.4%	3 527 abonnés
GROUPE BENAMOR	561 922 fans avec un taux d'interaction de 1.87%	154 abonnés

En dépit de la présence de ces entreprises sur le Web, il n'en demeure pas moins, de l'avis de

plusieurs observateurs, que le chemin reste long devant les entreprises algériennes dont nombreuses

n'arrivent malheureusement pas à comprendre les enjeux de la réputation numérique.

Recruter sur les réseaux sociaux, un défi à relever

En plus de la visibilité et de la notoriété que peut offrir la présence sur le Web grâce aux réseaux sociaux des entreprises et des marques algériennes, ces dernières pourraient penser à développer une nouvelle méthode de recrutement via Facebook. Ce dernier offre plus de visibilité pour les offres d'emploi et rend le recrutement des bons candidats plus facile.

Facebook, étant un support qui compte plus de 6 millions de membres en Algérie, offre une visibilité garantie. En France, cette option semble être une alternative pour permettre aux employeurs de trouver la main-d'œuvre compétente. En effet, récemment Facebook a lancé une opération permettant aux PME et TPE d'afficher leurs offres

d'emploi pour une meilleure visibilité. Une très bonne initiative qui permettra d'inciter les PME et TPE (très petites

entreprises) à créer sur leur page Facebook un « espace carrières ».



Entretien avec l'équipe des Community Managers de Med&Com

En tant que Community Managers, que préconiserez-vous à des PME pour suivre leur marque et e-réputation en ligne ?

Il existe des outils gratuits mis à la disposition des internautes qui permettent de suivre ce qui se dit sur la marque sur Internet, notamment des outils simples comme Google Alerts qui ne sont pas adaptés aux professionnels pour le suivi de leur e-réputation mais très adaptés pour des petites entreprises. Une veille quotidienne est nécessaire et il y a aussi tout un travail à faire sur le référencement de son site web. Il faut suivre à travers des outils qui sont aussi gratuits, comme Google Analytics, le référencement de son site. Un site bien référencé est un site qui ramène des visites, ramène des prospects, qui attire les curieux, qui augmente la notoriété de son entreprise. Il faut aussi être présent même si on n'a pas de contenu à diffuser. Il faut aussi avoir au moins des profils sur la majorité des réseaux sociaux. Cela permet d'augmenter le référencement de son entreprise.

Parlez-nous de votre travail. Comment faites-vous pour être l'ambassadeur d'une marque, d'une société ou même d'un produit sur Internet ?

Il faut s'immerger dans l'univers de l'entreprise, organiser des réunions régulières avec les clients pour comprendre leur philosophie et leur manière de faire les choses, mieux comprendre les produits, etc. Cela nous permet d'être de vrais ambassadeurs de la marque, de parler à leur nom aux clients. Un contact permanent et en



temps réel avec le client est aussi primordial.

Comment une entreprise ou une marque peut procéder pour assurer la gestion de sa e-réputation en ligne ?

Le métier de l'e-réputation et de la gestion des communautés est un métier qui se professionnalise de plus en plus. A l'international, on externalise ce service. Il y a des agences spécialisées qui ont un savoir-faire et des équipes spécialisées. Ils capitalisent l'information ce qui leur permet d'être beaucoup plus pertinent dans la gestion de cette communauté. Néanmoins, des entreprises même en Algérie commencent à s'intéresser de très près à cette discipline. D'ailleurs, des entreprises avec lesquelles nous travaillons ont presque toutes désigné des Digital Managers qui, non seulement travaillent sur les sites web de ces entreprises, mais aussi sur la gestion des communautés et de la e-réputation. C'est un domaine qui commence à avoir de l'impact, de la profondeur, et qui nécessite une équipe et pas seulement une

seule personne. D'où la nécessité de faire appel à des agences spécialisées.

Combien faut-il investir pour assurer une bonne visibilité sur le Net ?

Il faut savoir que contrairement à il y a 5-6 ans, lors du boom des réseaux sociaux où on pouvait facilement buzzer et faire parler de notre marque gratuitement, le nouveau modèle économique des sites comme Facebook exige un paiement en continu pour avoir le maximum de visibilité. Le taux d'atteinte de la communauté, même si elle est déjà existante, est inférieur à 3% pour la majorité des pages. Sur 100 000 fans, on a accès naturellement à 3 000 fans à travers les publications. Ce qui permet d'augmenter ce taux et d'ainsi augmenter le taux d'engagement, c'est d'acheter des posts sponsorisés. C'est une tendance que nous remarquons et c'est ce que nous préconisons à nos clients. Combien investir? On ne peut pas donner de chiffres, tout dépend de l'objectif. Il faut savoir que la taille de

la communauté n'est pas un indicateur important mais c'est surtout le taux d'engagement avec cette communauté, le recrutement d'ambassadeurs et l'étendue des publications que nous publions qui le sont. L'important est de toucher au maximum notre communauté et d'avoir le maximum d'interaction.

En termes de budget et d'investissements, qu'appelle-t-on un bon client dans les médias sociaux ?

Un bon client est un client qui nous laisse la liberté de nous éclater sur les concepts, sur les idées qu'on essaie de faire passer. Ce n'est pas forcément un client qui paye beaucoup mais c'est un client qui a une stratégie digitale qui s'intègre dans son plan de communication 360. C'est un

client qui essaye d'inclure le Web systématiquement dans ses plans de communication et qui donne une liberté créative à l'agence pour proposer des choses qui vont plaire, qui vont faire parler, qui vont "buzzer" auprès de la communauté. L'idéal, c'est de promouvoir l'image de marque de l'entreprise et de ses produits et services.

Statistiquement parlant, peut-on estimer que l'entreprise algérienne est à jour avec la notion d'e-réputation ?

Pour le moment, nous ne pouvons pas dire cela. La majorité des entreprises algériennes n'accordent malheureusement pas beaucoup d'importance à leur e-réputation. La communication en Algérie n'en est qu'à ses

débuts. Ce qui manque surtout aux entreprises, ce sont des outils pour optimiser cela. Ces outils sont en général commercialisés par des entreprises étrangères compte tenu de la politique d'échange restrictive en Algérie. Il est très difficile d'avoir accès à ces outils d'où la nécessité de revoir cette politique d'échange dans le domaine des TIC.

Il s'agit d'un domaine qui avance très très vite. Si nous voulons être au niveau des pays voisins et des pays avancés, il nous faut vraiment avoir accès à ces outils très performants et qui nous permettent encore d'optimiser notre présence sur les médias sociaux et sur Internet de manière générale.





Samsung Galaxy S5 : quand l'innovation technologique améliore nos vies



Les 10 capteurs sensoriels intégrés dans le Galaxy S5

Saviez-vous que le Galaxy S5 disposait d'un total de 10 capteurs ? Un détecteur d'empreintes digitales et un capteur de rythme cardiaque ont en effet été ajoutés, tandis que les capteurs de température et de taux d'humidité ont été supprimés de son prédécesseur, le Galaxy S4. Voici les principaux capteurs qui se cachent sous le capot de votre machine.

Un capteur de fréquence cardiaque : l'application S Health permet à l'utilisateur de mesurer sa fréquence cardiaque en plaçant simplement son doigt sur le capteur situé sous la caméra arrière. Le capteur en question se compose d'un capteur d'impulsions et d'un LED rouge. Lorsque ce dernier brille sur le bout du doigt de l'utilisateur, le

capteur calcule rapidement les globules rouges circulant dans les vaisseaux, et mesure son pouls et le nombre de battements par minute. Les fréquences cardiaques mesurées sont affichées sur l'écran du smartphone et stockées.

- Un capteur d'empreintes digitales : il peut être utilisé pour déverrouiller l'écran principal du téléphone, pour les paiements mobiles en toute sécurité, pour verrouiller ses propres fichiers,... L'utilisateur peut stocker jusqu'à 3 empreintes digitales.



- Un capteur évaluant la pression atmosphérique : il calcule avec précision combien de calories sont brûlées en effectuant une action, comme escalader une montagne, en mesurant la pression de l'air.

- Un capteur RGB qui diminue la fatigue oculaire en éclaircissant ou assombrissant automatiquement l'écran.

- Un capteur de geste permettant à l'utilisateur d'interagir avec son téléphone sans avoir à le toucher mais juste avec des gestes de la main.

- Un capteur de proximité qui éteint l'écran durant l'appel.

- Un capteur gyroscopique permettant aux utilisateurs de lire facilement un texte en inclinant l'écran de haut en bas.

Quelques fonctionnalités que cache votre Galaxy S5

Le Samsung Galaxy S5 se dote aussi de fonctionnalités cachées dont certains ne se doutent pas. En voici quelques-unes.

1- Possibilité d'écrire sur l'écran du terminal avec un crayon, stylo ou même son ongle.

2- Quand vous écoutez une musique, inclinez votre téléphone horizontalement pour découvrir et pour télécharger des chansons similaires.

3- De nouveaux modes photos : les modes «Visite Virtuelle» et «Cliché & Plus». En mode «Visite Virtuelle», vous pouvez prendre une série de photos tout en maintenant l'appareil photo à la main. Une fois que vous avez terminé, une lecture de photos est générée automatiquement sur l'écran pour l'exploration facile. Le mode «Cliché & Plus» vous permet d'éditer des photos immédiatement après la prise de vue avec différents effets.

4- Mode privé pour contenu confidentiel : le Galaxy S5 est doté d'un mode privé qui peut cacher des photos, des vidéos, de la musique, des



enregistrements et des contenus confidentiels.



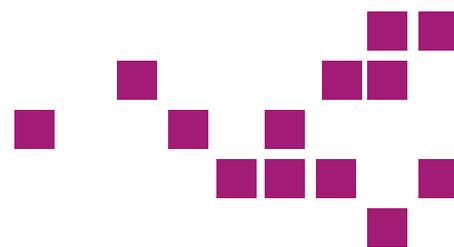
5- Le S5 peut afficher des informations sur la personne en attente lors de l'émission d'un appel, la réception d'un appel, ou en pleine conversation.

6- Une Boîte à Outils offre à l'utilisateur un raccourci rapide à ses applications préférées.

7- Vous pouvez désigner les personnes avec qui vous échangez constamment des messages comme des contacts prioritaires.

8- Vous pouvez recevoir un appel et utiliser une application en même temps. Généralement, lorsque vous

utilisez une application et que vous recevez un appel, celle-ci est suspendue et l'interface passe à l'écran de réception d'appel. Le Galaxy S5 vous indique des notifications d'appel sous forme de pop-up, vous permettant ainsi de continuer à profiter de votre application.





Parlons de contenu.DZ (2ème partie)

■ Quels sont les mécanismes nécessaires aujourd'hui à la création de contenu mobile ? Les préférences des développeurs ? Pour quelles raisons ? Est-ce applicable chez nous ?

Roslane BENCHARIF, Consultant international en NTIC



Il faut savoir qu'après le lancement de ce concept de contenu applicatif par Apple en 2008, d'autres s'y sont essayés. BlackBerry, par exemple, a essayé de faire la même chose mais en se basant toujours sur son univers « verrouillé ». Résultat : très peu de contenu en général et encore moins de contenu efficace ! Google, à travers son bras « mobile » Android, s'y est également essayé. Une ouverture totale de leur Store, pas de processus de vérification des contenus, quiconque veut créer du contenu et le publier sur Google Play est le bienvenu. Résultat : au second tri-

mestre 2013, Google Play atteint le million d'applications et dépasse les 900 000 applications du iTunes Store d'Apple. D'un point de vue téléchargements également, Google enregistre **10%** de téléchargements en plus que Apple, sauf qu'une étude **Syman-tec** a prouvé que plusieurs applications sur Google Play étaient des applications malveillantes ! Bien que retirées, elles le sont trop tard car seulement une fois signalées par les utilisateurs. L'utilisateur est pris au piège et son appareil peut parfois être endommagé ! On comprend du coup un peu mieux pourquoi, malgré ces chiffres donnant le tournis, Apple reste 2.3 fois plus rentable que Google Play (en ne prenant en considération que les revenus générés par le téléchargement d'applications mobiles seulement). Comme quoi la paranoïa peut avoir du bon !

Microsoft également (et plus récemment) a décidé de se lancer dans le bain. Et le moins que l'on puisse prédire, c'est qu'il a toutes les chances de taper fort s'il manœuvre de la manière adéquate, en particulier sur les marchés dits émergents. En effet, si l'on devait positionner Windows Phone par rapport aux deux autres protagonistes (qui se partagent quand même 90% du marché des applications mobiles), il serait pile entre les deux avec un léger penchant vers iOS. Windows Phone est une

plateforme stable et tout aussi contrôlée qu'iOS. On trouve principalement cet OS sur les téléphones de marque NOKIA (très récemment rachetée par Microsoft) mais également sur certains modèles HTC, Samsung, et même Huawei. De quoi donc séduire les petites bourses.

Si l'on jette un œil sur les statistiques, une récente étude menée par la société **Stardust** révèle que le marché des applications mobiles est estimé à plus de 29 milliards de dollars en 2013. Si iOS et Android flirtent respectivement avec le million d'applications sur leurs stores respectifs, Windows Phone dépasse à peine les 200 000. Mais, au-delà des chiffres, que valent ces applications ?

Au total, plus de 700 000 applications peuvent être considérées comme mortes (aucune mise à jour, moins de 10 commentaires depuis leur mise en ligne) soit **69%** des applications Windows Phone, **65%** sur iOS et **41%** des apps Android. En effet, **80%** des commentaires sont rédigés en moyenne 18 jours sur l'App Store, 16 sur le Google Play Store et seulement 13 sur Market Place. Les développeurs préfèrent donc privilégier les mises à jour des applications les plus appréciées. Par ailleurs, les développeurs sont plus actifs sur le système d'exploitation de Google. Tous les jours, **1 107** applications sont publiées sur Android, **978** sur iOS et **286** sur Market Place. En moyenne, les applications d'Android sont composées de 6 versions, 5 pour iOS





et 3 pour Windows Phone. Si **90%** des applications téléchargées sont gratuites, la moitié des payantes sont issues d'iOS, **32%** d'Android et **13%** de Windows Phone. En moyenne, elles coûtent **3.49 euros** au possesseur d'iPhone, **1.73 euros** sur Android et **2.03 euros** sur Windows Phone. Cela explique pourquoi, même si les téléchargements sont plus nombreux sur Android, Apple en tire le plus de revenus. Même si les critères choisis pour cette étude peuvent être améliorés, ils donnent une vision intéressante du marché des applications mobiles.



Si l'on se penche à présent sur les types d'applications connaissant le plus de succès, nous nous rendons compte que **80%** des revenus sont générés par des applications de jeux sur Google Play et **75%** sur iOS. Seulement, si nous poussons l'analyse un peu plus loin, nous

nous rendons vite compte que ces statistiques sont applicables à des pays dits développés, offrant déjà un niveau de vie très élevé à leurs citoyens et des commodités que nous n'avons pas encore ici ! En effet, la même analyse effectuée sur des pays voisins, comme le Maroc par exemple, démontre que les premières applications connaissant un succès auprès des utilisateurs locaux sont des applications de géolocalisation, des applications ayant un impact direct sur la vie de tous les jours des utilisateurs.

Mais où en est-on aujourd'hui par rapport à cette industrie ? En Algérie, il n'est question d'applications mobiles et de contenu. dz que depuis le lancement de la 3G. Pourtant, quelques sociétés et autres « Geeks » algériens s'étaient lancés dans le développement d'applications mobiles sur les différentes plateformes, mais

ce n'est qu'aujourd'hui que nous voyons que les opérateurs s'y intéressent de plus en plus à tel point que les concours se succèdent, souvent orientés vers la plateforme la plus ouverte (Google Play donc). Les personnes s'intéressant aux autres plateformes de développement sont rares, les langages de développement étant différents et les contrôles imposés par iOS et par Windows Phone étant parfois rébarbatifs.

Mais où sont ces applications ? Où les trouve-t-on ? Comment les tester ? Vous les trouverez pour la plupart sur les Stores, bien entendu, mais cela oblige nos développeurs à les proposer gratuitement (paiement électronique inexistant et non convertibilité du dinar oblige) ou parfois payantes, mais clairement dans ce cas non destinées aux consommateurs algériens.

Nous nous consacrerons, lors du troisième volet, aux différents business modèles et aux leviers existant en Algérie pour permettre le réveil d'une telle industrie dans notre pays: plus de 29 milliards de dollars dans le monde de chiffre d'affaire, des jeunes algériens avec du talent à revendre, et un marché de plus en plus favorable ! Nous n'allons quand même pas passer à côté d'une telle opportunité !

Jusque-là, j'espère que vous serez au RDV de notre prochain chat en direct sur la page NTIC Magazine qui vous sera communiqué très bientôt sur Facebook. Alors, restez à l'écoute !



Les derniers-nés des gammes **Asha** et **Lumia** de Nokia disponibles

■ Nokia a participé à l'édition 2014 du SICOM, le Salon international de l'informatique, de la communication et de la bureautique, qui s'est déroulé du 22 au 26 avril au palais des expositions à Alger. A cette occasion, le finlandais a présenté au public les nouveaux smartphones des familles Asha et Lumia.



Nokia mise beaucoup sur ses Lumia, des téléphones qui selon le géant ont tout pour plaire. Les Lumia disponibles en Algérie sont les 1520, 1320, 925, 500, 501, 502, 625, 525 et 520. Ils offrent un maximum de nouveautés à petits prix telles qu'une technologie photo «exclusive», un design attirant, des vignettes dynamiques qui permettent à l'utilisateur de suivre les informations en temps réel.

Le meilleur de Microsoft est par ailleurs introduit dans les Lumia 1520 et 1320. Intégrant un écran 1080p full HD de 6 pouces, le 1520 embarque un capteur numérique de 20 mégapixels avec stabilisation d'image optique et zoom haute définition, 32 Go de mémoire interne, 2 Go de RAM, permet l'affichage d'une page d'accueil améliorée contenant une 3ème colonne de vignettes dynamiques. Le terminal permet aussi l'enregistrement de vidéo en full HD avec un son clair (la

fonctionnalité Nokia Rich Recording offre un son stéréo sans distorsion pour une meilleure précision sonore).



Le Lumia 1320 se dote lui d'un écran 6 pouces et embarque les dernières nouveautés haut de gamme de Nokia (comme HERE qui permet le calcul

du meilleur trajet en transport en commun, d'avoir une vue détaillée des stations, etc).

Des fonctionnalités qui sont également disponibles dans le Lumia 925, un smartphone fin et léger qui offre un design captivant.

La gamme Asha enfin intègre des terminaux permettant un accès rapide à Internet à moindre coût. Disponible en Algérie, le Nokia Asha 503 a tout d'un petit smartphone qui voit grand ! Il est doté d'un design attirant, de belles fonctionnalités photo et du partage social intégré. C'est aussi le premier modèle 3G de la nouvelle gamme de smartphones Asha. Il intègre un capteur de 5 mégapixels avec flash et permet à l'utilisateur de partager ses clichés sur les réseaux sociaux en un simple clic. Le navigateur Nokia Xpress permet de surfer sur le Net plus rapidement tout en faisant des économies sur les téléchargements de données.

algeri**elle**

L'Algérie au féminin



Mode Santé Société Cuisine Et bien plus

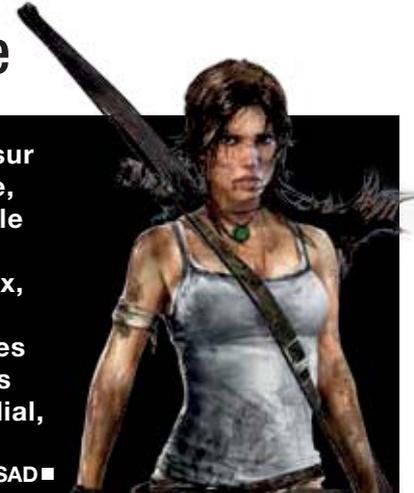
www.algerielle.com



Cinéma et jeux vidéo, d'un écran à l'autre

■ La plupart des loisirs proposés par la société moderne sont projetés sur un écran ou sont accessibles à travers ce dernier. Que ce soit la musique, la télévision ou les jeux vidéo, on doit toujours se référer à notre rectangle magique pour pouvoir passer un bon moment. Ainsi, des divertissements différents convergent sur ce lieu commun et des liens se tissent entre eux, sous couvert d'intérêts communs pour leurs créateurs. C'est dans cette perspective qu'une solide relation est née entre le Cinéma et le monde des Jeux vidéo, ce dernier prenant une ampleur sans précédent dans nos vies pour rattraper le 7ème art dans son hégémonie sur l'Entertainment mondial, accentuant les dégâts occasionnés par l'avènement de la télévision.

Hammou ISSAD ■



Le cinéma, source d'inspiration des premiers jeux vidéo

Les premiers scénarios viables de jeux vidéo furent inspirés des films à succès de cette époque, les scénaristes spécialisés du genre faisant défaut et la demande en jeux de qualité augmentant. Les années 70 et 80 connurent une véritable déferlante d'adaptation de films, surfant sur la vague de science fiction qu'inspirait Spielberg au cinéma. Ce dernier commençait à perdre en esprit pour

gagner en esthétique, les limites de la réalité s'es-tompaient pour ouvrir à l'imagination les

portes des studios. De Predator à E.T, toute une cohorte de créatures bizarres vint poser ses valises sur nos écrans, faisant une halte dans les salles de cinéma pour finir dans nos salons. Ainsi, selon une étude, 500 films exploités en salle ont donné naissance à plus de 2 000 jeux vidéo. Ces adaptations étant très disparates : Star Wars ayant généré près d'une trentaine de jeux vidéo quand d'autres films se sont contentés de ne connaître qu'une seule adaptation.

Bien entendu, on a eu droit au bon comme au mauvais, même si le mauvais prévalait sur le bon !

La 3D n'en étant qu'à ses balbutiements et les consoles ne générant encore que des images peu distinguées, les adaptations tirées du ciné frisèrent souvent le ridicule et les bugs étaient légions.

A l'aube des années 2000, le jeu vidéo commença à prendre sa revanche jusqu'à représenter un marché de près de 70 milliards de dollars en 2013.

De quoi intéresser bien des studios hollywoodiens conscients du potentiel

financier du Gaming. Malheureusement, les délais offerts par les producteurs aux studios de développement sont bien souvent insuffisants pour offrir un jeu de qualité. Ajoutons à cela le secret entourant les scénarios des films qui fait qu'il est bien souvent difficile de produire un scénario cohérent pour le jeu dérivé. Un titre ressort et explique la recette d'une bonne adaptation : King Kong, tiré du film de Peter Jackson sorti en 2005. Il a la particularité d'avoir été peaufiné par le réalisateur lui-même, Jackson est en effet lui-même un Gamer et a donné de l'importance à cette adaptation.

Quand le cinéma guette les fans de jeu vidéo

Le phénomène inverse a aussi pris de l'ampleur ces dernières années, et se confirme avec la sortie récente du très attendu Fast and Furious sur grand écran. La machine hollywoodienne voulant faire du cinéma la continuité du jeu vidéo afin d'attirer les Gamers et leur faire remplacer la manette par le pop-corn.





De ce fait, les campagnes marketing sont plus allégées et ne nécessitent pas d'introduire un nouveau produit mais un simple dérivé, ce qui réduit drastiquement le travail des équipes de promotion qui n'ont qu'à calquer celle du jeu vidéo.

Si cette stratégie a fait naître des Blockbusters fracassants suscitant même de nombreuses suites, tel Resident Evil qui a connu un franc succès au point de créer une nouvelle communauté de fans qui l'ont découvert au cinéma, d'autres sont moins inspirés (tels Max Payne ou

Final Fantasy) et n'arrivent pas à transposer l'esprit et l'atmosphère des jeux d'origine.

Il est vrai que certaines perles du jeu vidéo, méritent d'être transmises au plus grand public à travers une adaptation cinématographique, mais il semble que ce n'est qu'avec l'avènement récent de l'image de synthèse et la généralisation de la 3D au cinéma qu'un travail décent pourra être fait sur la plupart des franchises du jeu vidéo. L'adaptation du cultissime Warcraft qui sortira en 2016 apportera un élément de réponse.

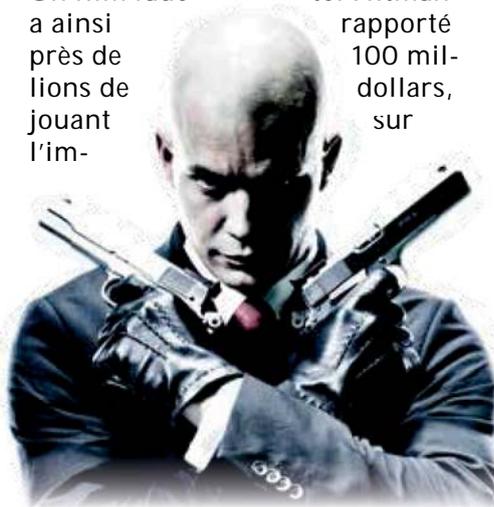


Une interdépendance financière avant d'être artistique

Le rendu artistique des adaptations est donc rarement à la hauteur des originaux. Pourtant, la tendance ne s'essouffle pas, surtout chez des studios comme Disney qui accompagnent chaque film d'un jeu vidéo. L'appât du gain va au-dessus des considérations de la critique, car le succès est souvent au rendez-vous.

Un film fade a ainsi près de millions de jouant l'im-

tel Hitman rapporté 100 millions de dollars, sur



mense popularité du jeu du même nom. Tout comme beaucoup de jeux ne sont achetés que par des fans irréductibles, qui espèrent prolonger leurs idylles avec un film à travers son jeu vidéo.

Il y a aussi cette envie qu'ont les grandes firmes de minimiser les coûts de leurs créations, et d'entrer dans une ère où une œuvre serait tentaculaire. Capable de rapporter dans le domaine de la musique, cinéma, théâtre et jeux vidéo en n'usant que d'un seul thème et nom.

Les meilleurs films tirés d'un jeu vidéo

- **Resident Evil** : la célèbre série Resident Evil a provoqué bien des sueurs froides à toute une génération de Gamers, qui hésitent bien longtemps



à ouvrir une porte, sachant que l'univers plein de zombies du jeu réservait rarement de joyeuses surprises. Porté à l'écran avec

Milla Jovovich comme actrice principale, le jeu a jusqu'à présent généré 4 films dont la qualité a dégringolé avec le temps, mais qui sont un bel hommage à ce précurseur de la Zombie-Mania qui a déferlé sur la culture populaire.

- **Silent Hill** : on s'enfonçait dans le glauque avec un film d'horreur qui a su se faire un nom et rappeler la profondeur noire du jeu vidéo, qui n'est finalement



pas qu'un divertissement enfantin. Accueilli par une critique mitigée, il reste une bonne introduction aux jeux vidéo d'horreur et d'angoisse.

- Petite mention pour **Prince of Persia** qui, même s'il n'est qu'un blockbuster à gros budget et effets spéciaux démesurés, a le mérite d'être un BON blockbuster ! Le jeu reste bien entendu d'une qualité largement supérieure en termes de folklore traditionnel et oriental.





X-Men: Days of Future Past

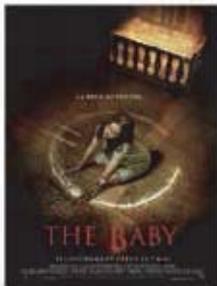
Réalisé par : Bryan Singer
Avec : Hugh Jackman, Jennifer Lawrence, James McAvoy, ...
Genre : Action , Science fiction

Les X-Men envoient Wolverine dans le passé pour changer un événement historique majeur, qui pourrait impacter mondialement humains et mutants.



Les sorties de ce mois

The Baby



Avec: Allison Miller, Zach Gilford, Sam Anderson,...

Suite à une soirée bien arrosée lors de leur lune de miel, deux jeunes mariés doivent gérer une grossesse survenue plus tôt que prévu. Alors que le futur père choisit d'immortaliser les neuf mois à venir en filmant sa femme, il découvre que celle-ci adopte un comportement de plus en plus inquiétant, témoignant de changements profonds aux origines à la fois mystérieuses et sinistres...

Cristeros



Avec: Andy Garcia, Eva Longoria, Oscar Isaac,...

En 1926, un soulèvement populaire secoue le Mexique suite aux lois du président Calles, qui interdisent toutes pratiques religieuses dans l'ensemble du pays. Des hommes et des femmes de tous horizons, les Cristeros, vont alors risquer leur vie pour défendre leur liberté et lutter contre les persécutions menées par le gouvernement. Une des pages les plus sombres de l'Histoire du Mexique.

Godzilla



Avec: Aaron Taylor-Johnson, Bryan Cranston, Ken Watanabe,...

Le monstre le plus célèbre au monde devra affronter des créatures malveillantes nées de l'arrogance scientifique des humains et qui menacent notre existence.

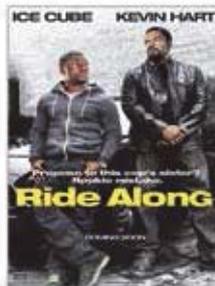
The Homesman



Avec: Tommy Lee Jones, Hilary Swank, Meryl Streep,...

En 1855, trois femmes ayant perdu la raison sont chassées de leur village, et confiées à Mary Bee Cuddy, une pionnière forte et indépendante originaire du Nebraska. Sur sa route vers l'Iowa, là où ces femmes pourront trouver refuge, elle croise le chemin de Georges Biggs, un rustrer vagabond qu'elle sauve d'une mort imminente.

Mise à l'épreuve



Avec: Ice Cube, Kevin Hart, John Leguizamo,...

Ben, agent de sécurité dans un lycée, tente en vain de prouver qu'il est plus qu'un geek baratineur à James, grand frère protecteur de sa petite amie et flic aux méthodes musclées. Quand Ben est enfin accepté à l'Académie de l'APD (Atlanta Police Department), il demande la bénédiction de James pour épouser Angela, pensant avoir enfin gagné son respect.

Sabotage



Avec: Arnold Schwarzenegger, Sam Worthington, Olivia Williams,...

Pour cette force d'élite de la DEA, il s'agit officiellement de prendre d'assaut le repaire d'un important cartel mais en réalité, l'opération se révèle être un véritable braquage. Après s'être emparés de 10 millions de dollars en liquide, les agents complices pensent leur secret bien gardé...



Eliminez vos comptes et disparaissez du web

La paranoïa des internautes n'a jamais été aussi élevée, les scandales récents montrant que la NSA pouvait collecter des informations de n'importe quel site, tels les réseaux sociaux. Comment organiser sa fuite du traquenard d'Internet ? Afin de « disparaître » de la toile, le plus approprié est de se suicider socialement sur le réseau mais, vu la profusion des sites communautaires et autres réseaux sociaux, cette tâche devient rapidement un lourd fardeau. Heureusement, un site permet de vous guider dans l'élimination de vos informations personnelles : www.accountkiller.com.

Véritable bible des réseaux sociaux, il contient une « blacklist » des sites qui ne proposent pas de suppression de comptes, ainsi que des tutoriels et des explications sur les étapes qui vous guideront dans votre fuite des réseaux sociaux.

Est-ce vous ou le réseau ?

Voici un petit site simplissime mais qui pourra parfois s'avérer intéressant. www.downforeveryoneorjustme.com a un titre assez évocateur. En effet, il permet de savoir si un site ne fonctionne pas ou si c'est un problème qui concerne uniquement votre ordinateur. Il suffit de taper l'URL et la réponse arrive immédiatement.



Tout se casse...Mais tout se répare

« Le meilleur moyen de trouver une solution à tout ». Telle est la bannière de ce site qui en aidera plus



d'un, www.fixya.com. Il répertorie les problèmes rencontrés par ses utilisateurs concernant leurs appareils photo, voitures, téléviseurs, ... et leurs solutions !



Une équipe d'experts ou les utilisateurs eux-mêmes proposent ensuite leurs solutions. Le site se targue d'avoir résolu plus de 16 millions de requêtes. Autant dire que vous trouverez probablement votre souci parmi ceux déjà postés. La majorité concerne des défaillances techniques, des erreurs de manipulation ou simplement des objets cassés qu'on voudrait réparer.

Convertir tous ses fichiers



Aujourd'hui, ouvrir un fichier relève d'un casse tête chinois : il faut savoir quel type de fichier c'est, quel lecteur ou quel logiciel il faut utiliser pour l'ouvrir, s'il est compatible avec tel téléphone ou telle tablette, ... Autant dire que cela représente une grande perte de temps !

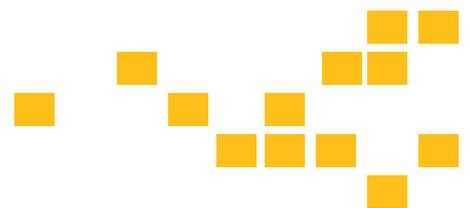
www.cloudconvert.org est la solution à ces petits tracas. Il s'agit d'un site qui convertit pratiquement tous les types de fichiers, que ce soient des données audio, vidéo, des documents, des images et des archives.

On « upload » le fichier à partir de son ordinateur comme on peut le transférer à partir de son compte GoogleDrive ou même DropBox.

Ensuite, le format est automatiquement détecté, et le site vous propose une liste d'autres formats dans lesquels il peut être converti.

L'opération terminée, vous pouvez télécharger le fichier ou l'envoyer sur le Cloud. Plus de 194 formats différents sont proposés par cet ingénieux site !

H.I





Il paye 330 000 dollars pour déjeuner avec **Tim Cook** !

Voilà ce qu'a coûté un déjeuner avec le PDG d'Apple, Tim Cook. Le site Charitybuzz a mis en place une opération caritative visant à collecter des fonds pour l'association « RFK Center for Justice and Human Rights » qui milite pour les droits de l'homme dans le monde. A la clé, un déjeuner avec Tim Cook qui est parti pour la somme de 330 000 dollars ! Le preneur pourra donc déjeuner et discuter avec le responsable au sein du siège social d'Apple à Cupertino.

Une grosse somme tout de même surtout que les frais de voyage et de séjour ne sont pas inclus.

A savoir que l'an passé, un simple café avec Tim Cook avait rapporté la somme de 610 000 dollars. Il faut croire que l'intérêt de rencontrer le patron d'Apple, et de réaliser en même temps une bonne action, a donc baissé par rapport à l'an dernier...



Le portable, dangereux après **30 minutes** d'utilisation par jour



Plus de 30 minutes par jour représentent plus de 15 heures d'appels par mois. Ce que nous risquons ? Développer un gliome, un cancer du cerveau qui fait des ravages ces derniers temps. Les risques d'attraper ce cancer seraient même multipliés par quatre ! C'est plus précisément une équipe de chercheurs bordelais de l'Institut de Santé Publique, d'épidémiologie et de développement, qui ont publié cette nouvelle étude. Ils se sont basés sur 450 malades atteints d'une tumeur au cerveau et sur 900 témoins non

malades. Après les avoir interrogés sur leur exposition au téléphone mobile, les résultats sont alarmants. Ceux qui passent plus de 30 minutes par jour au téléphone ont 4 fois plus de risques de développer une tumeur maligne ! Ceux qui ont passé au total plus de 900 heures au téléphone au cours de leur vie (soit 30 minutes par jour durant 5 ans) présentent un risque plus élevé de 2.5. Selon ces chercheurs, il faut à tout prix réduire notre consommation et privilégier le kit mains libres.

Qu'est-ce qu'un «Groufie» ?



Mais que veut dire le terme «Groufie» selon vous ? Pas d'idées ? Un indice : pensez au mot «Selfie». Et oui, un «groufie» est tout simplement un selfie à plusieurs, en groupe. C'est Huawei qui vient de déposer le terme auprès des autorités françaises, allemandes, chinoises et américaines afin d'être le seul à pouvoir utiliser ce terme. Seul le constructeur pourra clamer que l'on peut faire des «groufies» à l'aide de l'un de ses smartphones, en l'occurrence l'Ascend P7 (grâce à la fonction panoramique). Encore faut-il que les autorités des pays concernés accèdent à la requête du chinois. To be continued...

Besoin
de changer
d'emploi ?

Urgent

Ne pas
oublier

Très
Urgent

À faire

A refaire

Trouvez les meilleures offres sur

www.emploitic.com



Inscription
gratuite en 1 clic.



Disponibilité de
+1500 offres.



Réception des dernières
offres par mail.



Visibilité auprès de
+6000 recruteurs.



Confidentialité de
vos informations.



Accessibilité via nos
applications Mobile.

Votre nouvelle façon de travailler



6 mois offerts

- Étui Samsung en cadeau
- SAV prioritaire
- 24 mois de garantie

À partir de **54 400** DA/TTC

**Édition
limitée**