



MAGAZINE GRATUIT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES | N°94 | OCTOBRE 2014 | www.nticweb.com | ISSN 1112-8178

GÉOLOCALISATION JUSQU'À QUAND S'EN PRIVER ?

p. 18



actu

1ère édition du Forum de N'TIC Magazine : les start-up à l'honneur

p. 08

télécom

Mobilis lance le premier site 3G très haut débit d'Afrique

p. 11

jeux vidéo

L'ascension fulgurante des "MOBA"

p. 30

SAMSUNG

**LE PREMIER TÉLÉVISEUR ULTRA HD
INCURVÉ AU MONDE**

Curved
UHD TV
ULTRA HAUTE DÉFINITION 4K



Contact Center
SAMSUNG
021 36 11 00
facebook.com/samsungalgerie

Editorial

Nassim LOUNES
Rédacteur en chef

Chères lectrices, chers lecteurs,

En 2008, l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications lançait la géolocalisation en Algérie, permettant aux entreprises et aux particuliers de positionner n'importe quel objet sur un plan ou une carte en ayant recours à ses coordonnées géographiques. Aujourd'hui, le constat est là : les opérateurs de service en matière de géolocalisation ne sont pas nombreux en Algérie qui demeure à la traîne ne serait-ce que par rapport à ses voisins maghrébins. Il existe aujourd'hui 46 entreprises agréées, mais malheureusement très peu d'entre elles arrivent à fournir de la géolocalisation intelligente. Votre magazine N'TIC est partenaire des 2èmes Rencontres algéro-françaises de l'information géographique, organisées par UBIFRANCE Algérie en collaboration avec l'Institut National Algérien de Cartographie et Télédétection. L'occasion pour nous de consacrer tout un dossier sur le géoréférencement.

N'TIC a par ailleurs organisé le 13 octobre dernier la première édition de son Forum de discussion autour des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Un débat qui s'est voulu passionnant et convivial autour du thème des start-up. Créer sa start-up en Algérie, illusion ou opportunité à saisir ? Réponse page 08.

Enfin, retrouvez toutes les dernières actualités qui ont marqué le secteur des TIC ces derniers jours.

Excellente lecture à toutes et à tous, et à très vite.



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
Abderrahmane NAIT AMAR
Amine SAYEH

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



youtube.com/nticwebtv



lecteurs@nticweb.com

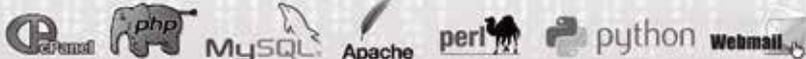
Publicité

www.dzhebergement.com

Hébergement de sites web

Efficace et pas cher

à partir de
4700 DA
par an





Pros de la presse
PUBLIC RELATIONS AGENCY

**Conseil
RP**

**Evènements
corporate**

**Dossier
de presse**

**Digital
RP**

 Rue des Oliviers, Hydra, Alger
 +213 21 48 03 21
 +213 21 48 03 21
 hello@prosdelapresse.com

www.prosdelapresse.com

n°94

actualités

- 06. Lancement de la signature électronique
- 06. Djezzy lancera la 3G dans 4 nouvelles wilayas
- 06. La billetterie électronique opérationnelle en 2015
- 08. 1ère édition du Forum de discussion lancée par N'TIC Magazine
- 10. TIC : renforcer la coopération entre l'Algérie et la Serbie
- 10. Algérie Télécom : des journées d'information FiMaktabati

télécom

opérateurs

- 11. Djezzy lance « Be Djezzy »
- 11. Mobilis lance le premier site 3G très haut débit d'Afrique
- 11. Ooredoo lance le service Ocloud Solutions

it

événement

- 12. Med-IT 2014 : un espace d'échanges pour les acteurs des TIC

entretien

- 16. Entretien avec Julien Pulvirenti, Territory Sales Manager Maghreb chez Kaspersky Lab

dossier

- 19. Quel usage de la géolocalisation en Algérie ?

Sommaire

magazine gratuit des nouvelles technologies



19. Un marché encore peu développé et des obstacles...

20. Quel rôle joue l'Institut National de Cartographie et de Télédétection ?

21. « *Seule la mise en place d'une structure associative permettra le développement du domaine de l'information géographique* »

22. En Algérie, « *tous les secteurs, tous les professionnels ont besoin de données géographiques* »

mobile

nouveautés

26. Samsung se hisse à la 7ème place dans le classement d'Interbrand des Best Global Brands 2014

27. Samsung travaille sur un WiFi 5 fois plus rapide

entretien

28. Entretien avec Marcel Van De Pas, Directeur de Wiko Afrique

29. L'Ascend Mate 7 de Huawei prochainement disponible dans la région MENA

loisirs numériques

jeux vidéo

30. Focus sur les MOBA

cinéma

32. Les sorties du mois d'octobre

internet pratique

33. Astuces du mois



Lancement de la signature électronique

■ C'est le 13 septembre dernier à Alger que le Ministre de la Justice et Garde des Sceaux, Tayeb Louh, a procédé au lancement de la signature électronique, accompagné du Ministre des Finances, Mohamed Djellab.



Pour ce faire, un centre de personnalisation de la puce électronique a été inauguré au sein du Ministère de la Justice. « L'inauguration de ce centre s'inscrit dans le cadre de la facilitation de la délivrance des documents judiciaires et de la modernisation du secteur. Il permettra aux magistrats de signer et de parapher des documents judiciaires à distance via un réseau hautement sécurisé et authen-

tifié », a expliqué Tayeb Louh. « Des formations seront assurées au profit de l'ensemble des intervenants dans le processus, à commencer par les magistrats ».

Quatre tribunaux pilotes ont été choisis pour le lancement de cette opération, à savoir Tipaza, Ouargla, Sétif et Sidi Bel Abbès. La signature électronique sera généralisée à compter du deuxième trimestre 2015.

Djezzy lancera la 3G dans 4 nouvelles wilayas

■ L'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécoms (ARPT) a donné récemment son consentement pour que Djezzy déploie son réseau 3G dans 4 autres wilayas du pays.



Les 4 wilayas sont celle de Sétif, Tizi Ouzou, Boumerdes et Djelfa. « Le constat sur sites des équipes techniques de l'Autorité de régulation, effectué contradictoirement avec celles de l'opérateur, a fait en effet ressortir que celui-ci a satisfait, au titre de la première année, à ses obligations minimales de couverture et de qualité de service dans les wilayas obligatoires suivantes : Alger, Constantine, Ouargla, Oran, Blida, Skikda,

Mostaganem, El Oued, Béchar, Aïn Defla. Cela lui a donc valu le droit de se déployer dans les wilayas supplémentaires de son cahier des charges, au titre de la même année », a noté l'ARPT dans un communiqué publié sur son site. A savoir que c'est durant le mois de Ramadhan dernier que Djezzy avait dévoilé ses offres 3G, plusieurs mois après que les autres opérateurs aient lancé leur réseau 3G en Algérie.

La billetterie électronique opérationnelle en 2015

C'est lors d'une visite d'inspection dans les gares d'Alger que le Ministre des Transports, M. Amar Ghoul, a déclaré vouloir généraliser la billetterie électronique au courant de l'année 2015, et ce afin de garantir un meilleur service public de transport. Les citoyens algériens devraient donc pouvoir réserver leurs titres de transport via Internet. « Nous allons faire de 2015 l'année du passage au système de la billetterie électronique », s'est réjoui Amar Ghoul. Ce système éradiquera donc les longues files d'attente que l'on trouve au niveau des guichets de vente de billets, surtout durant les périodes de fêtes. « La mise en place du système de réservation par Internet se fera à travers le lancement d'opérations pilotes simultanément dans tous les modes de transport (terrestre, ferroviaire, maritime et aérien) avant d'aller vers sa généralisation », a déclaré le Ministre.



GéoContact

Une solution Web/Mobile qui s'adresse
aux professionnels mobiles
Cartographie OFF-LINE



Ecran d'accueil



Prise de commandes



Navigation et plan de tournées



Tableau de bord

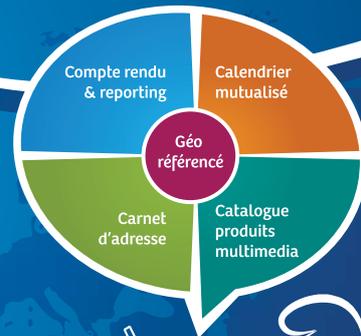
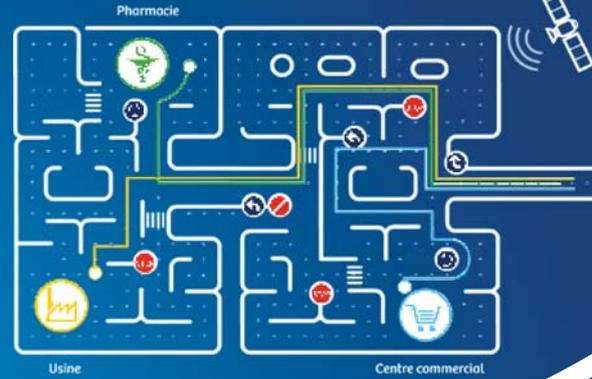


Carnet d'adresses



Calendrier mutualisé

CARTOGRAPHIEZ VOS ACTIVITÉS



SOLUTION POUR



Pharmaceutique



Vente & distribution



Services métiers



Bureau d'étude



SAV & gestion
d'infrastructure

Pour plus d'informations contactez nous :

- 📍 Lot amara, 1 route de ouled fayet W.Alger
- ☎ +213 555 624 764 | +213 560 02 62 45
- 🌐 www.gpcdz.com
- ✉ info@gpcdz.com



Première édition du Forum de discussion lancée par NTIC Magazine Les start-up à l'honneur

■ A l'occasion de la célébration de son huitième anniversaire, le magazine leader de la presse gratuite spécialisée en Algérie N'TIC Magazine a relevé un véritable défi en réunissant plusieurs experts autour d'une table ronde dans le but de débattre d'un thème portant sur le développement des technologies et de l'information et de la communication en Algérie. « *Lancer sa start-up en Algérie : illusion ou réelle opportunité à saisir ?* », voilà donc le thème de la première édition du Forum.



Le premier forum spécialisé de N'TIC Magazine, portant sur le thème « **Lancer sa start-up en Algérie : illusion ou réelle opportunité à saisir ?** », a réuni plusieurs spécialistes à savoir : **Louai Djaffer**, co-fondateur du site Emploitic, **Ali Kahlane**, Président de Satlinker et membre du Cercle d'Action et de Réflexion autour de l'Entreprise (CARE), et **Mouloud Koudil**, Directeur de l'Ecole Supérieure d'Informatique (ESI). Les animateurs du forum ont dressé un bilan de l'état du marché des start-up dont le nombre demeure largement insuffisant en Algérie, et ce en dépit de l'engagement des jeunes et leur volonté à se lancer dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ce premier forum a donné une analyse concrète des obstacles qui freinent le développement

de ce marché en Algérie afin de permettre aux jeunes de créer leur start-up et de devenir entrepreneur. Il est à rappeler que le forum a abordé plusieurs aspects relatifs au développement du marché des start-up en Algérie.

Rapprocher l'université de l'entreprise

Créer sa start-up en Algérie est un véritable parcours du combattant. Pour encourager les jeunes à s'intéresser à la création de start-up dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication, les experts ayant pris part au premier forum de N'TIC Magazine ont souligné la nécessité d'un

éventuel « *rapprochement* » entre l'université et le monde de l'entreprise. A ce propos, le Directeur de l'Ecole nationale Supérieure d'Informatique (ESI), Mouloud Koudil, a souligné qu'il y a



M. ALI KAHLANE



souvent « une rupture entre l'université et le monde de l'entreprise, ce qui nous a amenés à prendre des initiatives en vue de les rapprocher l'un de l'autre ». Incitant les entreprises à recruter les jeunes étudiants, le responsable a déploré le manque d'engagement de ces dernières et la non application de la nouvelle réglementation qui les oblige à un pourcentage d'embauche de stagiaires. Reconnaissant la responsabilité de l'université quant à ce constat de « déphasage » entre les établissements de formation et les pôles recruteurs, M. Koudil a mis l'accent sur l'impératif de lancer des formations « complémentaires » pour répondre aux besoins sans cesse évolutifs du marché des NTIC et des besoins des start-up.

Mettre l'accent sur la formation

Le Directeur de l'ESI a mis l'accent sur l'importance d'introduire la dimension internationale dans la formation dans le domaine des TIC de part son importance à participer grandement à la formation des étudiants. « Nos étudiants ont besoin de se former à l'étranger pour se confronter à l'autre. Ce n'est qu'ainsi qu'ils prennent conscience que leurs aptitudes n'ont rien à envier à celles des autres », a-t-il soutenu. Le spécialiste a tout de même salué la récente création de nouveaux pôles de formations en Algérie

dans le domaine des NTIC, à l'instar de l'**Ecole de Sidi-Bel-Abbès**.

De son côté, le président de la société Satlinker et président de l'Association Algérienne des Fournisseurs de Services Internet (AAFSI), Ali Kahlane, a salué « l'efficacité » du dispositif de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ). Il s'est également interrogé sur le manque de formation des jeunes qui risque de freiner ce marché. Pour Ali Kahlane, l'Algérie accuse un retard flagrant dans le côté formation avec le nombre insuffisant d'école d'excellence en NTIC. « Le dispositif Ansej devrait inclure davantage d'investissements au profit du volet formation », a-t-il soutenu.

De son côté, le Directeur Général et cofondateur du leader du recrutement en ligne Emploitic, Djaffer Louai, a relevé le manque criant d'écoles d'excellence en NTIC. Pour M. Louai, les étudiants algériens, après avoir décroché leurs diplômes, ne sont employables qu'au bout de six mois minimum, ce qui représente une perte de temps. Il a aussi mis en exergue l'insuffisance de l'investissement accompagnant les start-up qui n'est toujours pas conséquent ou limité à la phase de démarrage. Il a appelé à cet effet à une meilleure interactivité entre l'environnement économique, représenté par les entreprises, les hommes d'affaires, et les jeunes ayant des idées novatrices et des projets innovants. S'appuyant sur l'exemple de plusieurs pays ayant adopté des stratégies claires et efficaces dans le domaine des NTIC, il a soutenu que l'Algérie, qui bénéficie de plusieurs capacités humaines et matérielles en mesure de la transformer en leader dans le domaine des NTIC dans le monde arabe, a besoin d'utiliser ses ressources et de bien encadrer ses besoins. Il a également insisté sur l'importance actuelle de donner plus d'importance au côté humain en formant les jeunes dans ce domaine. Il a relevé, par ailleurs, l'impératif pour les entreprises naissantes de se lancer dans des délais « raisonnables » eu égard au caractère dynamique et accéléré des NTIC.

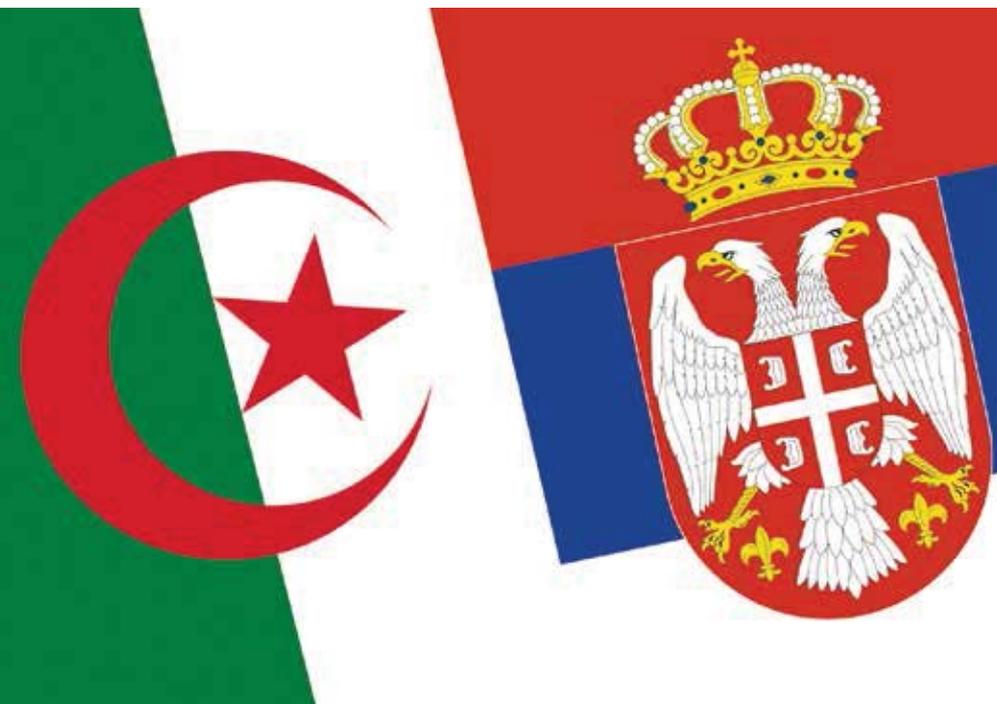
Amine SAYEH



Nassim LOUNES, Directeur de publication de N'TIC Magazine, remet au Professeur Youcef MENTALECHETA une attestation de reconnaissance pour sa contribution au secteur des TIC en Algérie.

TIC : renforcer la coopération entre l'Algérie et la Serbie

■ Lors d'une cérémonie d'oblitération d'un timbre-poste commun entre l'Algérie et la Serbie dans le cadre de la célébration du 50^{ème} anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre les deux pays, la Ministre de la Poste et des TIC a réitéré son engagement à renforcer sa coopération avec la Serbie dans le domaine des TIC.



« L'occasion m'est offerte de réitérer notre ferme volonté de favoriser le raffermissement de nos relations et de renforcer notre coopération dans le secteur de la Poste et des TIC », a déclaré Mme Derdouri.

Selon la responsable, « de nouvelles perspectives s'offrent aux deux pays pour renforcer cette coopération à travers l'échange d'expériences et d'assistance en matière des services électroniques et de prestations financières et postales ».

Elle a également émis le souhait d'élargir cette coopération en visant d'autres axes tels l'encouragement à la création de start-up ou encore la promotion de la recherche dans le domaine des TIC.

Algérie Télécom : des journées d'information FiMaktabati

■ L'opérateur Algérie Télécom a organisé des journées d'information sur sa bibliothèque numérique, FiMaktabati.



Le 29 juin dernier, Algérie Télécom lançait sa bibliothèque numérique baptisée FiMaktabati. Pour se familiariser encore plus avec ce service, l'opérateur a organisé à travers tout le territoire national des journées d'informa-

tion, notamment à Alger. C'est pour donner accès au monde de la science, de l'information et du savoir, qu'Algérie Télécom a mis à la disposition de tous ses clients cette bibliothèque numérique qui regroupe des milliers

d'ouvrages culturels, éducatifs, ... pour un tarif annuel de 2 400 dinars.

Pour accéder à la bibliothèque numérique FiMaktabati, le client doit acheter une carte au niveau du réseau commercial d'Algérie Télécom, que ce soient les kiosques multi-services et les cybercafés, et se connecter sur le site www.fimaktabati.dz.



Djezzy lance « Be Djezzy »

Djezzy a présenté lors du dernier Med-IT une grande nouveauté: l'application « Be Djezzy » qui permet aux clients de rester connectés sans Internet à travers les 48 wilayas ! L'application est disponible sur Google Play et permet aux clients d'accéder à Facebook, Twitter, de consulter leurs mails et la météo, et d'accéder aussi au service Map de Google.

Pour bénéficier de cette application, l'abonné devra souscrire à un forfait prépayé.

Djezzy : 1 dinar par abonné à des associations caritatives

Djezzy a signé récemment des conventions de donation avec des associations nationales qui viennent en aide à certaines catégories de personnes en difficulté. Ces conventions ont été signées par le Directeur Général de Djezzy, M. Philip Tohme, et par les différents présidents des associations concernées. L'objectif de l'opérateur est d'améliorer le quotidien des femmes, enfants et personnes âgées, des malades et handicapés défavorisés. Les associations se partageront une somme égale à 1 dinar par abonné Djezzy.

Mobilis lance le 1er site 3G très haut débit d'Afrique



Mobilis a lancé pour la première fois, non seulement en Algérie mais aussi en Afrique, le premier site 3G très haut débit, sur un réseau commercial. Le site a été installé spécialement au niveau du Centre national technique de la Fédération Algérienne de Football (FAF), à Sidi Moussa, pour offrir les meilleures conditions à l'équipe nationale, afin que ses joueurs puissent profiter de la « *meilleure expérience du très haut débit mobile* ». Mobilis est le premier et le seul opérateur au monde à atteindre un débit exceptionnel de 63 Mbps sur un réseau commercial, grâce à la technologie des trois porteuses (3C-HSDPA), ainsi que la technologie des Uplink multi-support amélioré (GUE-MC).

Ooredoo lance le service Ocloud Solutions

Ooredoo a lancé son service Ocloud Solutions. Ce dernier met à la disposition des clients Entreprises des logiciels et des ressources informatiques performants pour améliorer et faciliter l'activité professionnelle de leurs collaborateurs au quotidien.

Les clients ont ainsi accès à de multiples logiciels informatiques soigneusement sélectionnés, disponibles en ligne 24h/24 et 7j/7, faciles à utiliser en quelques clics et via une simple connexion Internet. Toutes les applications proposées sont disponibles avec un simple abonnement mensuel ou annuel. Toutes les données stockées par les entreprises sont en outre accessibles sur un seul portail à tout moment.

Avec Ocloud Solutions, les entreprises peuvent publier leurs sites web en quelques clics, créer et utiliser une adresse de messagerie professionnelle afin d'améliorer leur communication entre collaborateurs et avec leurs partenaires, organiser des vidéoconférences, gérer des campagnes de marketing direct par e-mail, protéger leurs données de manière optimale à travers un antivirus à jour.

Une période de gratuité d'un mois est offerte aux clients Entreprises de l'opérateur qui pourront s'enregistrer, consulter les solutions et les tester gratuitement sur www.ocloudsolutions.dz.



Med-IT 2014 : un espace d'échanges pour les acteurs des TIC



■ Le 22 septembre s'est ouverte la 11ème édition du Med-IT, salon incontournable qui brasse toutes les innovations dans le domaine des technologies de l'information et de la communication. C'est aussi l'occasion pour les professionnels et les passionnés du secteur de se rencontrer et d'échanger sur l'état actuel des nouvelles technologies en Algérie.

Le palais de la culture a ainsi vu défiler tout un panel de dirigeants, d'experts et de représentants des ministères, venus assister à un riche programme de conférences, d'ateliers et de tables rondes. Les exposants quant à eux ont su résumer le paysage hétéroclite de l'univers IT en Algérie, touchant au Cloud, à la cyber-sécurité, au mobile et à l'information digitale entre autres.

Les événements marquants du salon

Comme lors de ses précédentes éditions, le Med-IT souffre toujours d'une affluence faible et composée principalement de professionnels du secteur. Mais cette caractéristique est à double tranchant, car ce semblant de tranquillité et l'absence de foule permet

aussi au salon de relever le niveau des intervenants qui ont face à eux des érudits. Il offre aussi l'opportunité d'aborder des sujets complexes autour de l'informatique de pointe et de créer un véritable espace d'échanges pour les acteurs de l'IT.

Cette édition a vu l'organisation du concours de la meilleure application mobile algérienne en partenariat avec **Algérie Télécom** et **Samsung**.

Cela a permis de mettre l'accent sur un marché émergent et encourager la création de contenu national, pour enrichir les catalogues auxquels ont accès les citoyens depuis l'introduction de la 3G.

Les ateliers, eux, ont permis l'intervention d'experts sur divers sujets dont la cyber-sécurité, la dématérialisation des archives papier ou encore la supervision centralisée des postes de



travail. Le thème de la culture fut aussi traité, afin d'analyser l'impact des nouvelles technologies sur son développement, l'avènement de nouveaux outils d'accès et le développement de la lecture numérique grand public. Au chapitre des nouveautés, c'est **Condor** qui a marqué de son empreinte le salon avec une conférence particulièrement intéressante, où on a pu découvrir toute une panoplie de nouveaux smartphones dont le C8s, qualifié de smartphone le plus fin au monde lors de sa présentation à la presse.

Tour d'horizon des stands

Les opérateurs téléphoniques ont eu la part du lion au Med-IT, occupant chacun un espace stratégique pour mettre en avant leurs nouvelles offres. On pouvait donc faire connaissance avec la nouvelle offre spéciale Entreprises d'**Ooredoo**, nommée « **Ooredoo Pro & Perso** » visant la gestion du forfait des clients par exemple.

Djezzy profitait du salon pour lancer l'application « **BeDjezzy** », offrant un accès internet sans posséder d'abonnement 3G, et faire la promotion de ses offres Business.

Quant à **Algérie Télécom**, son stand permettait de tester la 4G/LTE à l'aide de tablettes disposées à cet effet. De quoi faire réfléchir les potentiels clients avant de souscrire à un abonnement 4G.

Le marché de l'antivirus connaîtra quant à lui prochainement un nouvel arrivant. **BitDefender** a annoncé durant le Med-IT qu'il fera son entrée sur le marché grand public (où Kaspersky était un peu seul). Les tarifs devraient être légèrement inférieurs à ceux de leur concurrent principal et les offres se distingueront en packs pour plusieurs ordinateurs.

La plupart des stands étaient occupés par des entreprises spécialisées dans les solutions de gestion d'entreprise, de stockage de données sur le Cloud et de sécurisation de ces dernières. On notera quand même la présence de services intéressants comme ceux proposés par **Net Support School**, qui équipe des salles d'enseignement avec un équipement High Tech et fait déjà le bonheur de certaines universités et même de l'armée nationale.

Mérite aussi d'être citée la société **I2b** qui offre des solutions de géolocalisation, principalement pour les entreprises de transport routier. Les tarifs sont de 35 000 dinars le boîtier à équiper sur l'automobile, 2 000 dinars pour l'installation, suivi d'un abonnement annuel de 18 000 dinars.



De nouveaux smartphones présentés

Du côté des marques de téléphone, un constructeur a profité du Med-IT pour officialiser sa grande arrivée en Algérie. Il s'agit de **Wiko**. Commercialisant des appareils produits par le chinois Tinno, la marque française (numéro 2 concernant la vente de téléphones sans abonnement en France) a présenté sa gamme de smartphones qui sont commercialisés sur le territoire national via le distributeur Darkom.



novembre. Le Samsung Galaxy Alpha, doté d'un design élégant avec sa coque métallique et ses 4.7 pouces (résolution HD), est armé d'un appareil photo de 12 mégapixels et vient marquer une évolution face à la tradition des coques en plastique utilisées par Samsung.

Notez aussi le Note 4, phablette de 5.7 pouces, 32 Go de stockage et doté d'un capteur photo de 16 mégapixels. Enfin, la TabS 10.5 qui est la nouvelle tablette phare de la

marque vient corréliser l'arrivée du Galaxy S5 en reprenant certaines de ses caractéristiques. Il s'agit donc d'une ardoise de 10.5 pouces, dotée d'un écran AMOLED et de nombreuses améliorations logicielles par rapport à son aînée.

Le Med-IT fut aussi l'occasion pour **MobiOne** de présenter en avant-première nationale les derniers nés de la marque Apple, à savoir l'iPhone 6 et l'iPhone 6 Plus.

C'est une gamme comprenant une dizaine de modèles qui a été exposée au Med-IT, avec comme argument de vente leurs prix très attractifs et la renommée de la marque en France. Il s'agit entre autre du DarkFull et du Stairway, vendus respectivement à **26 000 dinars** et à **29 000 dinars** et tous deux équipés d'un écran 5 pouces et d'un appareil photo de 13 mégapixels. Ainsi que le petit Ozzy à la configuration plus modeste (3.5 pouces et 2 mégapixels), affiché au prix de **7 500 dinars**.

Samsung a annoncé de son côté l'introduction prochaine de nouveaux modèles au mois de



Les nouveautés de Condor

Le constructeur algérien **Condor Electronics** diversifie ses produits et a multiplié ses partenariats lors de ce salon. Le groupe a en effet présenté plusieurs nouveautés dont :

Trois nouveaux smartphones

Parmi les nouveaux produits de Condor, trois smartphones. Commençons par le **C8s** qualifié comme le smartphone « *le plus fin au monde* » avec seulement 5 mm d'épaisseur. Le terminal embarque un capteur numérique de 13 mégapixels à l'arrière et de 5 mégapixels en façade, un processeur huit cœurs cadencé à 1.7 GHz, un écran 5 pouces intégrant la technologie Corning Gorilla Glass 3 résistante aux rayures et à la poussière. Il tourne sous Android KitKat et est commercialisé à un prix défiant toute concurrence, « *50% moins cher que les smartphones de nos concurrents* » selon le PDG de la firme, Abderrahmane Benhamadi. En plus du C8s, Condor a apporté dans ses valises le **C4+** avec écran 4 pouces, capteur numérique de 5 mégapixels. Le terminal est destiné aux jeunes adeptes des réseaux sociaux et des expériences photos et vidéo. Il est disponible au prix de **9900 dinars** pour la version en blanc et à **10 200 dinars** pour la version noire. Des coques de différentes couleurs sont offertes à l'achat de ce smartphone. Le **C5** quant à lui est équipé d'un processeur 4 cœurs avec caméra de 8 mégapixels et écran de 4.7 pouces. Il est proposé à **15 000 dinars**. Enfin, le constructeur a présenté fièrement son **C2**, un produit de qualité à prix abordable, bientôt disponible. Condor parle d'un appareil complet avec processeur Dual Core, une RAM de 1 Go, un écran de 3.5 pouces avec stockage interne de 4 Go. Il est équipé d'Android Jelly Bean 4.2.2. Les trois terminaux possèdent une



surcouche nommée « **Breeze** », qui est une retouche exclusive de Condor au niveau du système d'exploitation Android, l'objectif étant d'offrir aux utilisateurs une expérience unique sur toutes les gammes de smartphones. En ce moment, les ingénieurs de l'entreprise sont en plein développement de surcouches spécialisées aux enfants et aux personnes âgées.

Deux nouveaux services

La première est **Manahedj**, une plateforme d'apprentissage à distance qui permet aux élèves et aux étudiants de suivre des cours enregistrés en ligne sans être obligés de se déplacer. Cette plateforme peut être utilisée par les écoles publiques ou privées. La plateforme sera disponible en version web et mobile, et sera préinstallée sur les smartphones et les tablettes Condor.

Afin d'enrichir la plateforme par des cours vidéo, Condor lancera un programme de partenariat avec des écoles et des enseignants pour produire les cours et les publier sur la plateforme durant l'année scolaire 2014/2015.

L'autre service s'appelle **Iqraa**, une bibliothèque virtuelle disponible comme application mobile et préinstallée sur les smartphones et les tablettes Condor gratuitement. Elle contient une dizaine de livres sélectionnés pour tous les membres de la famille. IQRAA vous fournit une méthode révolutionnaire de lecture.

tionnés pour tous les membres de la famille. IQRAA vous fournit une méthode révolutionnaire de lecture.

PC / tablette

Condor a présenté une nouvelle tablette équipée de Windows 8.1, de 2 Go de RAM, 32 Go de disque dur et d'un processeur Intel. « *Cette tablette séduira sans aucun doute les professionnels habitués à l'environnement Windows de Microsoft* », a déclaré M. El Kheire Sfaksi, Directeur des Ventes au niveau de Condor.

Microsoft et Condor collaborent pour le bien des étudiants

Grâce à ce partenariat, les étudiants possédant la dernière tablette Condor, la Revolt W10, peuvent avoir un accès complètement gratuit à plusieurs produits Microsoft payants à l'origine. Parmi ces logiciels, il y a toute la suite Office, ainsi qu'une carte DreamSpark qui permet d'utiliser les logiciels de développement tels que Visual Studio, le fameux éditeur de Microsoft, ou encore Windows Server et Sql Server. Aussi, les étudiants bénéficient aussi d'un abonnement gratuit pour bénéficier de toutes les possibilités que propose le service Microsoft Office 365 Plus.



Entretien avec Julien Pulvirenti, Territory Sales Manager Maghreb chez Kaspersky Lab

« Kaspersky Lab est une locomotive dans son domaine qui gagne en notoriété, grâce notamment à la qualité de ses produits et de ses solutions »

■ Fort d'une expérience de 14 ans dans la vente de produits IT en France et au Maghreb, Julien Pulvirenti est le Territory Sales Manager Maghreb de Kaspersky Lab. A ce titre, il est chargé de mettre en œuvre la stratégie commerciale de Kaspersky Lab au Maroc et en Algérie. Il a accepté de répondre à quelques-unes de nos questions.

Le piratage en Algérie est un phénomène de grande ampleur touchant le monde de la musique, du cinéma mais aussi celui de la distribution de logiciels. Comment faites-vous pour lutter contre celui que subissent vos produits ?

Kaspersky Lab est un éditeur conscient de la réalité du marché. La meilleure des réponses au piratage reste l'éducation des utilisateurs, la promotion des bons réflexes et le renforcement de l'accessibilité à nos produits. Grâce au travail de nos partenaires, nos solutions sont aujourd'hui reconnues sur le marché et bien référencées. Au regard de la volumétrie des solutions Kaspersky Lab disponibles et achetées sur le marché de manière « officielle », cette stratégie porte ses fruits.

Il existe de nombreux antivirus gratuits pour particuliers et le prix d'achat d'une licence d'antivirus reste assez élevé pour le client lambda. Quels sont les arguments que vous mettez en avant pour justifier ce prix face à la gratuité de certains concurrents ?

De nombreuses gratuités sont conçues pour attirer l'utilisateur et lui vendre par la suite des solutions payantes, car plus complètes. Dans notre secteur, l'innovation technologique est un investissement continu qui permet

de proposer des produits performants et adaptés à des usages en évolution, comme la mobilité ou le multi-écrans. Ces produits répondent en outre aux préoccupations actuelles des parents et des « shoppers » en ligne, par exemple. Nos produits reflètent la prise en compte de ces préoccupations. Chacun est donc adapté aux utilisateurs et à leurs besoins, et a nécessité en ce sens des investissements technologiques et humains élevés. L'essentiel est donc de trouver le bon positionnement. Kaspersky Lab est un expert dans son domaine depuis plus de 15 ans. Nous sommes régulièrement en tête des différents tests menés auprès du grand public, et parmi les trois leaders mondiaux dans le Magic Quadrant pour nos solutions Entreprises. Nous apportons ainsi des réponses d'experts aux préoccupations des utilisateurs, qu'ils soient des particuliers ou des entreprises, et ce dans un environnement où les cyber-menaces sont de plus en plus présentes.

Il a été reproché à vos antivirus d'alourdir le fonctionnement des ordinateurs et retarder le démarrage. Est-il possible d'alléger vos programmes tout en conservant la même qualité de détection et de fonctionnement ?

C'est le cas depuis longtemps. Le ressenti exprimé aurait pu être justifié il y a quelques années mais aujourd'hui, grâce à notre savoir-faire et à la coordination de notre moteur, notre technologie heuristique et notre cloudKSN, la qualité de détection est optimisée sans jamais ralentir le fonctionnement de l'ordinateur. Prenons une image pour évoquer plus précisément le ratio « lourdeur-sécurité » : pour sécuriser son logement, il vous faut fermer les portes, les fenêtres et les volets, mettre des verrous et une alarme. Cela prend évidemment plus de temps que de laisser sa porte et ses fenêtres ouvertes. Mais est-ce sécurisé



pour autant ? Bien sûr que non. C'est pourquoi, nous offrons un compromis qui est actuellement l'un des meilleurs du marché.

La migration de l'usage d'Internet des PC standards aux tablettes et smartphones redéfinit le marché informatique. Le risque d'infection existe-t-il aussi sur ces appareils ?

Les dernières études montrent une explosion des menaces sur les smartphones et les tablettes. Les terminaux mobiles sont devenus aujourd'hui de véritables ordinateurs de poche et sont de ce fait des cibles très prisées des cybercriminels. En outre, la frontière entre les vies professionnelle et personnelle se brouillant, notamment en raison de l'utilisation intense des médias sociaux, de la mobilité et du « Bring your own device », l'utilisateur peut aussi devenir « une porte » d'entrée vers le réseau de l'entreprise. L'Algérie est exposée et son exposition évoluera en fonction de l'optimisation du déploiement de la 3G et de l'augmentation du taux d'équipement des foyers. Notre rôle, ici, est de sensibiliser et d'éduquer aux risques liés à ces nouveaux outils en mettant à disposition contenus, recherches, conseils et experts, en complément de nos solutions et formations.

Quels sont les principes de base que doit appliquer l'utilisateur pour éviter les attaques malveillantes ?

Il y a des règles simples à suivre, comme celles que l'on respecte dans son quotidien. Il faut faire attention à ne pas aller dans des endroits que l'on ne connaît pas, il faut aussi éviter de partager ses données personnelles et bancaires avec des inconnus. Il faut en outre régulièrement mettre à jour son logiciel et changer son mot de passe. Par exemple, 123456 n'est pas un mot de passe fort ; les codes constitués à partir de votre date de naissance ou du prénom de vos parents, que l'on peut trouver sur Internet, ne le sont pas non plus. Lors des paiements en ligne, il faut également toujours s'assurer de la présence du cadenas et de la mention « https » dans la barre d'adresse. De nombreux sites web sont enfin de faux sites. Quelques recherches sur les témoignages d'utilisateurs, sur la présence ou non de conditions générales ou encore la réactivité du service client, peuvent s'avérer salutaires avant de procéder à des achats sur Internet.

On parle souvent de l'introduction prochain du paiement en ligne. Cela ne risque-t-il pas d'augmenter le nombre d'arnaques et de piratages qui guettent les Algériens sur la toile ?

On reste dans la même logique. Plus il y a d'utilisateurs, plus il y a de services disponibles, plus l'attrait des cybercriminels est grand. Ils sont attirés par la masse des données personnelles disponibles ainsi que les coordonnées bancaires et les informations accessibles. Le tout est de savoir se protéger en appliquant les règles de sécurité et en s'équipant de solutions de sécurité légitimes et officielles.

Qu'en est-il de l'espionnage économique en Algérie grâce à l'infiltration de réseaux informatiques? Est-ce une pratique qui se développe dans notre pays ?

Au cours de ces dernières années, le

paysage des menaces informatiques s'est largement complexifié. De nombreuses campagnes de cyber-espionnage ont été mises à jour par notre équipe d'experts dédiée à l'analyse des nouvelles menaces cybernétiques, le GReAT (Global Research & Analysis Team). Certaines ont révélé des cibles dans les pays du Maghreb. Ainsi, pour transformer les entreprises et les administrations en acteur de leur sécurité, et leur permettre d'assurer la protection de leurs activités et données, Kaspersky Lab a dévoilé cette année une nouvelle gamme de nouveaux services de « cybersecurity intelligence ». Il s'agit d'un portefeuille enrichi de solutions et de services de protection des environnements virtuels et de prévention des fraudes basés sur des technologies intelligentes. Intelligence, formations et services d'e-réputation pour identifier les menaces, gérer les risques et optimiser la protection des Systèmes d'Informations sont maintenant disponibles. Nous ne proposons pas qu'un simple antivirus; nous proposons de l'expertise et de la sécurité pour des solutions adaptables à un paysage global en constante évolution. De plus, dans notre philosophie de transmission, nous avons un module d'enseignement en cyber-sécurité qui peut aussi être dispensé par nos experts internationaux du GReAT. Il faut noter aussi que d'autres problèmes surgissent, liés à des aléas corrigibles, mais qui laissent la porte « grande ouverte » aux cybercriminels, lorsqu'ils ne sont pas traités. Par exemple, l'utilisation de Windows XP sans solution de sécurité représente un réel risque. Microsoft n'ajoute plus de nouvelles fonctionnalités à ce logiciel et le dernier patch pour les nouvelles vulnérabilités et menaces a été livré au printemps dernier. Bien que vous puissiez continuer à utiliser XP, les patches ne sont plus disponibles, ce qui signifie que les failles dans sa sécurité ne seront plus corrigées. Les ordinateurs ainsi équipés et non sécurisés courent donc un plus grand risque. Malgré la fin du support, nos études montrent que 16.37 % des clients de Kaspersky Lab ont travaillé sur des ordinateurs exécutant Windows XP, et que ce système est le plus répandu au Vietnam, en Chine, en Inde, en Espagne et en Algérie.

Le Cloud Computing est un service de plus en plus prisé par les entreprises en quête de flexibilité dans la gestion de leurs données. Mais ce service pose aussi la question de la sécurité de ces données. Ce risque est-il réel ? Que peut apporter Kaspersky dans ce domaine ?

A la question « ce risque est-il réel ? », je pense que la récente « affaire » de la fuite des photos de célébrités vous apporte un élément de réponse concret ! Le risque zéro n'existe pas. A partir du moment où vous transportez ou stockez de l'information à l'extérieur de votre entreprise, le risque existe aussi. L'entreprise ou l'organisme qui met en place un Cloud a des obligations de moyens. La création d'un Cloud est basée sur des principes d'implémentations, de protocoles et de règles de sécurité. Mais l'entreprise et les employés-utilisateurs ont aussi des responsabilités afin de garantir la sécurité de leurs entreprises : ne pas utiliser de clés USB dont on ne connaît pas la provenance, fournir des mots de passe forts et des fichiers cryptés sont ainsi trois exemples de règles de bonne conduite à respecter pour maximiser la protection des données. En entreprise, comme partout ailleurs, notre rôle est de sécuriser efficacement les données de l'entreprise et de sensibiliser les utilisateurs aux risques encourus.

Auriez-vous des chiffres concernant le nombre d'entreprises auxquelles vous fournissez des solutions de protection en Algérie et le nombre de licences pour particuliers que vous avez vendu ?

Notre chiffre d'affaire mondial est en croissance de 6% cette année avec un résultat de 667 millions de dollars USD. La compagnie regarde le marché dans sa globalité, et ne communique pas de chiffres « locaux ». Si vous échangez avec les principaux acteurs, vous constaterez que Kaspersky Lab est une locomotive dans son domaine qui gagne en notoriété, grâce notamment à la qualité de ses produits et de ses solutions, ce qui illustre parfaitement notre capacité reconnue en R&D.

GÉOLOCALISATION JUSQU'À QUAND S'EN PRIVER ?



Dossier réalisé par :
Amine Sayeh

■ Bien que la géolocalisation ait fait son entrée en Algérie en 2008, ce procédé d'une importance capitale pour plusieurs professionnels et particuliers et qui s'appuie largement sur la géographie demeure encore peu connu et utilisé par les entreprises algériennes. Pourtant, de l'avis de plusieurs experts du domaine, la géolocalisation est une composante indispensable à l'ère du numérique pour tous les acteurs dans la société, quel que soit leur domaine. Du foncier à l'agriculture, en passant par l'urbanisme, les travaux publics, les opérateurs réseaux et bien d'autres départements pourraient recourir aux solutions de géolocalisation. Cette dernière assure diverses applications, à savoir Transport de marchandises et logistique, propreté urbaine et assainissement, transport de passagers, suivi et protection de personnes, protection de marchandises, véhicules et antivol et bien d'autres applications. Mais, si ce procédé est très développé dans les pays européens où des techniques très sophistiquées sont mises en place et où aucun domaine n'y échappe, en Algérie, la géolocalisation dans le sens large du terme a encore un long chemin devant elle. Etat des lieux.

C'est en 2008 que la géolocalisation a été lancée en Algérie par l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT). Il s'agit en effet d'un procédé permettant de positionner un objet (une personne, etc) sur un plan ou une carte en recourant à ses coordonnées géographiques. Partant de ce principe, la géolocalisation s'appuie sur la géographie dans ces détails les plus élémentaires. Ainsi, à l'ère du numérique et des technologies de l'information, des entreprises ou des particuliers sont en mesure de positionner n'importe quel objet

en recourant à des sociétés spécialisées dans le domaine. Ces dernières peuvent préciser à l'aide d'un terminal capable d'être localisé (grâce à un système de positionnement par satellite et un récepteur GPS par exemple, ou à d'autres techniques) le positionnement exact de l'objet et de publier (en temps réel ou de façon différée) ses coordonnées géographiques (latitude/longitude).

Une fois les positions enregistrées par la solution fournie par le fournisseur, elles peuvent soit être stockées au sein du terminal et être extraites

postérieurement, ou être transmises en temps réel vers une plateforme logicielle de géolocalisation.

Pour ce qui est de la transmission en temps réel, elle nécessite un terminal équipé d'un moyen de télécommunication de type GSM, GPRS, UMTS, radio ou satellite lui permettant d'envoyer les positions à des intervalles réguliers. Ceci permet de visualiser la position du terminal au sein d'une carte à travers une plateforme de géolocalisation le plus souvent accessible depuis Internet.

Quel usage de la géolocalisation en Algérie ?

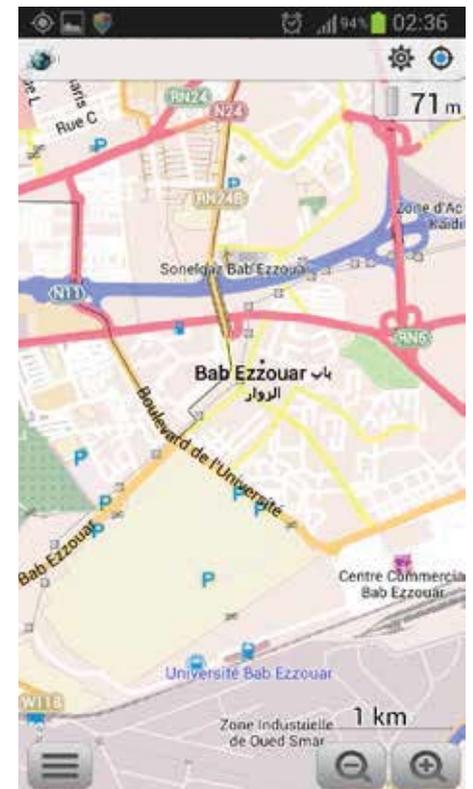
Les opérateurs de service en matière de géolocalisation ne sont pas nombreux en Algérie qui demeure à la traîne par rapport à ses voisins maghrébins. En effet, rien qu'en 2008, le marché étant encore vierge et le créneau nouveau, il n'y avait que 14 fournisseurs de service. Ils sont passés en 2012 à une quarantaine disposant tous de l'agrément de l'ARPT et d'autorisations légales fournies par le ministère de l'Intérieur et des collectivités locales et le ministère de la Défense. Mais de l'avis de plusieurs spécialistes, leur nombre demeure insuffisant en comparaison avec d'autres pays où la géolocalisation est en plein essor. Pour ce qui est de l'usage de la géolocalisation, il n'est pas encore démocratisé et généralisé à tous les domaines. Pourtant, la géolocalisation n'est pas uniquement nécessaire pour pouvoir se situer ou renforcer la sécurité des entreprises, elle est également nécessaire pour plusieurs professionnels.

Dans ce sens, **M. Abdelmalek Bellaouane**, Directeur de l'entreprise GPC DZ, un acteur important de la géomatique en Algérie et spécialisée dans la production de données géo-

graphiques et de services, nous a précisé que si initialement les utilisateurs de la géomatique sont des organisations dont la vocation première s'appuyait sur la gestion du territoire, des ressources naturelles ou d'infrastructures de services publics, aujourd'hui et grâce à l'avènement de technologies plus performantes et conviviales et la réduction significative des coûts d'accès à la géomatique, plusieurs autres professionnels et gestionnaires non spécialisés du domaine commencent à s'intéresser davantage à l'information géographique et tout ce qu'elle peut apporter. Ainsi, parmi les plus grands utilisateurs de la donnée géographique figurent : le foncier, les travaux publics, suivi par tous les opérateurs réseaux, l'agriculture, les mines, et finalement l'urbanisme, ainsi que certains marchés de niche tels que la distribution et promotion direct.

Un marché encore peu développé et des obstacles...

Le marché de la géomatique et de la cartographie en Algérie est encore peu développé et ce, en raison de plusieurs obstacles dont principalement le manque d'information sur l'importance de ce domaine dans l'amélioration



de plusieurs aspects de notre vie. Par ailleurs, plusieurs acteurs ont souligné l'absence d'une structure associative à même de permettre le développement de ce marché. Il s'agit, selon les propos de M. Abdelmalek Bellaouane, d'une structure regroupant les principaux acteurs de ce domaine ainsi que les utilisateurs et qui permettra à ce marché de décoller.

Quel rôle joue l'Institut National de Cartographie et de Télédétection ?



Quelles sont les capacités de production de l'INCT ?

Actuellement, nos capacités annuelles sont de : 30 000 photos aériennes, toutes échelles confondues; 25 000 hectares de levés à grande échelle; 12 000 000 d'hectares de levés pour la carte de base au 1/50 000; 160 cartes au 1/50 000 réalisées et éditées; 2 000 000 d'exemplaires de cartes imprimées. Parallèlement à son programme de cartographie, l'INCT a numérisé et géoréférencé l'ensemble de la cartographie nationale existante, y compris les orthophotos (une image obtenue par traitement d'un cliché aérien numérique ou argentique dont la géométrie a été redressée de sorte que chaque point soit superposable à une carte plane qui lui correspond et plans de villes - NDLR). Cette cartographie est mise à la disposition des utilisateurs sous deux formes :

- Carte numérique raster géoréférencée;
- S.I.G Raster (logiciel & données) multi-échelle du territoire national.

Dans le but de réduire les délais du processus de la mise à jour cartographique, l'INCT a récemment introduit dans sa chaîne de production la solution GPS/SIG (PDA), associant un récepteur GPS et des outils complets de collecte de données SIG.

Quels sont vos perspectives de développement ?

L'INCT s'est résolument engagé depuis une décennie à mettre en place des moyens et des procédures techniques appropriés pour l'acquisition, le traitement et l'actualisation de cette donnée et ce, dans la perspective d'une meilleure prise en charge des besoins des utilisateurs sans cesse plus exigeants sur sa qualité, sa cohérence et son exhaustivité. L'aspect mise à jour de ces bases de données, notamment la base de données topographiques, constitue un axe essentiel pour lequel l'INCT compte investir

au titre de son plan de développement futur. Durant les dernières décennies, l'évolution technologique importante en matière de gestion et de traitement de l'information géographique nous a amenés à adapter notre processus de production cartographique par l'introduction de nouveaux outils. Grâce à l'investissement important opéré ces dernières années, le processus d'établissement de la carte est entièrement automatisé.

D'autres perspectives sont inscrites au titre du programme de développement de l'établissement, notamment dans les domaines de positionnement (GNSS), la révision et mise à jour cartographique ainsi que le développement des applications thématiques, principalement la prise en charge de la gestion de la donnée-métier et l'adaptation de sa production aux nouveaux impératifs du développement socio-économique : aménagement du territoire, télécommunications, agriculture, risques majeurs, etc.

UBIFRANCE organise le 2ème colloque sur l'information géographique auquel vous collaborez. Quels sont vos besoins en matière d'assistance étrangère ?

En terme d'objectifs à moyen terme et opportunités d'assistance étrangère, on citera à titre d'indication :

- la finalisation de la couverture cartographique du territoire et sa révision, notamment par le recours à l'exploitation de la photographie aérienne numérique et l'imagerie satellitaire;
- la contribution à la mise en place de l'Infrastructure Nationale de Données Géographiques (INDG) par le développement du Référentiel à Grande Echelle (RGE) national;
- l'initiation d'actions devant aboutir à la mise en place d'un nouvel environnement réglementaire devant asseoir l'INDG;
- la formation et le transfert du savoir-faire dans les nouvelles tendances de l'information géographique.

Créé le 17 octobre 1967 sous l'autorité du Ministère de la Défense Nationale, l'INCT est devenu, en 2009, un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) relevant du secteur économique de l'Armée Nationale Populaire.

L'INCT répond aux besoins en informations géographiques de plusieurs secteurs d'activités, public et privé, activant dans divers domaines notamment la Défense, Cadastre, l'Agriculture, l'Aménagement du territoire, les Télécommunications, l'Energie, etc. Il emploie 798 personnes dont 115 ingénieurs et 373 techniciens. Dans le souci de se rapprocher de leurs clients potentiels et du grand public, il dispose de trois Etablissements Régionaux de Cartographie et de Télédétection (ERCT) situés à Oran, Ouargla et Constantine et d'unité commerciale au pavillon de l'ANP aux Pins Maritimes d'Alger.

Un représentant de l'INCT nous a ouvert les portes de l'institut et a accepté de répondre à quelques-unes de nos questions.

Entretien avec Jean-Marie SEITE, Président de l'AFIGEO

« Seule la mise en place d'une structure associative permettra le développement du domaine de l'information géographique »

Jean-Marie SEITE est le président de l'AFIGEO, l'association française pour l'Information Géographique, qui a pour principal objet de concourir au développement du secteur de l'information géographique. L'AFIGEO, qui sera présente aux 2èmes Rencontres algéro-françaises de l'information géographique le 4 novembre prochain, organisées par le bureau d'UBIFRANCE d'Alger en collaboration avec l'INCT (l'Institut National algérien de Cartographie et Télédétection), offrira une opportunité à toute entreprise souhaitant échanger autour de leur savoir-faire dans le domaine de l'information géographique.

Pour nous donner un aperçu sur les activités de l'AFIGEO, M. Jean-Marie Seite a répondu à quelques-unes de nos questions.

Qui est AFIGEO et comment est née l'idée de créer cette association ?

Il y a 25 ans, le Conseil National de l'Information Géographique (CNIG) rassemblait tous les acteurs publics du secteur de l'information géographique. En 1986, il est apparu important d'y associer le secteur privé et, par la même occasion, de valoriser ses actions. De ce principe, est née l'AFIGEO, l'Association Française pour l'Information Géographique: une communauté d'intérêt qui fédère plus de 200 membres, issus aussi bien du secteur public (administrations, collectivités locales, institutions nationales,...), du secteur privé (grandes entreprises, PME-TPE, consultants,...) que du secteur de la formation et de la recherche (universités, grandes écoles,...). Son objectif

est de favoriser les synergies entre ces différents acteurs, de faire connaître et promouvoir le secteur, les métiers de la géomatique, de répondre aux enjeux de l'information géographique de demain.

Vous êtes en Algérie pour animer un colloque organisé par Ubifrance en collaboration avec l'INCT. Qu'attendez-vous de ces rencontres ?

En effet, l'AFIGEO est partenaire à part entière de cet événement qui se tiendra le 4 novembre. En tant que président de cette association, je suis en Algérie pour accompagner une importante délégation d'entreprises qui souhaitent échanger autour de leur savoir-faire et expériences, poursuivre des collaborations qui existent déjà depuis plusieurs années, trouver de nouveaux partenaires, etc. Lors de ces rencontres, nous aborderons des aspects organisationnels et juridiques liés à la donnée géographique, mais aussi des cas d'utilisations concrets de logiciels SIG, de données géographiques pour des applications telles que la gestion des réseaux d'eau, du foncier, de l'environnement,... Nous espérons aussi poursuivre les collaborations et partenariats franco-algériens sur le long terme entre entreprises mais aussi entre l'AFIGEO, le CNIG, l'INCT, avec l'espoir d'accueillir, en retour, une délégation d'experts algériens de l'information géographique en France.

L'information géographique est un secteur porteur. En tant qu'association leader dans ce domaine, quelles recommandations pouvez-



vous nous donner pour que l'information géographique se développe dans notre pays ?

Le secteur de l'information géographique se structure autour de 5 composantes essentielles : des données géographiques (ex : la localisation géographique d'une école), des appareils pour recueillir et utiliser ces données (ex : des GPS, des satellites, des ordinateurs,...), des systèmes informatiques pour traiter ces données (ex : des logiciels de traitement de données, des serveurs cartographiques,...), des hommes qui travaillent autour de ces données (ex : des géomètres-experts, des informaticiens, des enseignants-chercheurs,...) et des structures qui facilitent le partage autour de ces données (ex : en France l'AFIGEO, le CNIG, l'IGN,...). Toutes

ces composantes sont à prendre en compte quand il s'agit d'information géographique.

Pensez-vous qu'une association comme la vôtre doit être créée en Algérie ? Est-ce incontournable ?

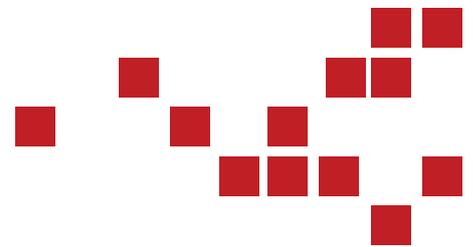
Chaque pays doit être en mesure d'identifier quels sont les acteurs qui interviennent dans le domaine de l'information géographique, quelles sont leurs différentes compétences, comment faciliter les échanges et la diffusion de données entre les différents échelons du territoire, ... et comment animer cette communauté agissant dans le secteur de l'information géographique. Seule la mise en place d'une structure associative, indépendante, peut permettre d'identifier, de fédérer, d'animer cette communauté. En France,

l'expérience de l'AFIGEO montre que le développement de l'information géographique s'appuie sur des systèmes complexes, des données aux centres régionaux d'échange et de partage, des territoires aux organisations. Même si aujourd'hui, il existe en France des modèles d'organisation et des lieux d'échange et d'animation tels que l'AFIGEO, il reste encore du chemin à parcourir.

Le développement du GPS, des données Adresses, sont en cours de développement en Algérie. Quelles recommandations donneriez-vous ?

Cette cartographie est essentielle pour le grand public, le domaine des transports, la livraison de courrier, etc. L'Algérie a le projet de développer une base de données sur l'adressage, qui est une

donnée à très forts enjeux économiques et sociétaux, notamment pour l'acheminement des secours lors d'intervention d'urgence. En France, coexistent plusieurs bases de données Adresses, avec chacune leurs avantages et incohérences. L'AFIGEO a animé un groupe de travail réunissant les principaux producteurs et utilisateurs de cette donnée, afin de proposer un modèle de mise à jour en continu au bénéfice du plus grand nombre, mais les choses mettent du temps à se mettre en place.



Entretien avec Abdelmalek BELLAOUANE, Directeur Général de GPC DZ

En Algérie, « tous les secteurs, tous les professionnels ont besoin de données géographiques »

Abdelmalek Bellaouane est le directeur de Graphic Project Center GPC DZ, une société de production de données géographiques et de services qui représente, aujourd'hui, un acteur majeur dans le domaine de la géomatique en Algérie. GPC DZ est aujourd'hui le seul opérateur à fournir une solution globale et spécifique à chaque métier en Algérie en matière de production de données géographiques. Pour dresser un état des lieux de ce domaine, comprendre pourquoi la cartographie est un marché qui n'arrive pas encore à se frayer une place en Algérie, pourquoi sommes-nous nettement en retard par rapport à nos voisins maghrébins en matière de sociétés spécialisées dans la production de données géographiques, comment est-ce que les entreprises algériennes peuvent s'organiser pour mieux bénéficier des services que propose GPC DZ et introduire la cartographie et la



Géomatique, quel avenir a ce marché en Algérie, M. Bellaouane nous apporte des éléments de réponse.

GPC DZ est aujourd'hui un acteur majeur dans le domaine de la géo-

matique. Vous existez depuis déjà cinq ans. Peut-on avoir un descriptif de votre entreprise ?

GPCDZ est une société de production de données géographiques et de services.

Créée en mai 2009 et implantée dans la commune de Chéraga, elle intervient aussi dans le domaine relevant des Sciences Géographiques. Nous apportons une attention particulière à l'écoute et à la compréhension des attentes de nos clients et partenaires en fournissant une solution globale et spécifique à chaque métier en Algérie. Notre principale mission est de mettre à la disposition de nos clients des moyens matériels et logiciels modernes ainsi qu'un savoir-faire, divisés par pôles de métiers, sur la base de techniques de production de données géographiques. Nous nous adressons aussi bien aux professionnels qu'aux non professionnels de la cartographie en Algérie en mettant à leur disposition des experts pouvant les assister et leur permettre de : connaître leur territoire, faire parler leur territoire, gérer leur territoire, et communiquer et partager leurs informations territoriales. Nous avons des partenariats commerciaux. Nous représentons les leaders mondiaux de l'information géographique en Algérie et nous sommes constamment à l'écoute du client qui bénéficie d'une prise en charge totale et immédiate des besoins exprimés. GPC DZ, grâce à ses experts et ses professionnels, est en Algérie très expérimentée dans le domaine de la production de données géographiques. Durant nos années d'exercice, nous avons pu assurer une expertise sans failles à plusieurs entreprises et opérateurs économiques qui ont fait confiance à notre société.

L'Algérie se prépare à accueillir les 2èmes Rencontres algéro-françaises de l'information géographique. Quelles seront les thématiques de cette rencontre ?

Pour ce colloque, nous avons choisi d'aborder trois principales thématiques: la première est en rapport avec l'acquisition de données soit par voie aérienne, satellitale et équipements légers tels que les drones. La deuxième thématique sera consacrée à la gestion des réseaux et la troisième thématique sera consacrée à la formation et l'aide à l'expression de besoins.

Aujourd'hui, la cartographie s'impose dans plusieurs pays en aménagement du territoire comme un moyen d'appréhension, de compréhension dans l'optique de l'élaboration d'une stratégie pour le développement du territoire. Pensez-vous qu'en Algérie, l'usage de la cartographie est vulgarisé ?

En Algérie, parmi les grands producteurs de données géographiques figurent l'Institut National de Cartographie et de Télédétection (INCT) qui est l'organisme officiel de la cartographie en Algérie. L'INCT a pour mission de mettre en place la cartographie nationale de base. Il s'agit d'une cartographie à petite échelle mise en place à travers l'élaboration de cartes topographiques dites d'Etat-Major qui sont utilisées dans le domaine militaire ou civil pour tout ce qui est grand ouvrage : gestion forestière, gestion agricole, gestion hydrographique, travaux publics et autres. Il existe aussi l'Agence Nationale du Cadastre qui dépend du ministère des finances, et qui a pour mission de cadastrer le territoire national. Il s'agit ici des deux plus grands producteurs publics de données géographiques en Algérie. Malheureusement, on ne peut pas parler de vulgarisation de l'usage de la cartographie en Algérie en raison de plusieurs facteurs qui empêchent encore toute progression dans ce domaine. En effet, l'essentiel de l'information géographique en Algérie, soit 90% de l'information géographique, reste soumis à une autorisation. Ainsi, si une personne veut aller vers l'INCT pour acheter une carte d'état-major, elle doit d'abord avoir une autorisation et se justifier à l'aide d'une carte d'étudiant, d'un ODS ou autres. Cela empêche la démocratisation de la cartographie en Algérie, d'où la nécessité de mettre en place l'INDG dont le législateur n'est autre que le CNIG, Conseil National de l'Information Géographique, qui a actuellement pour mission d'identifier les besoins de tous les utilisateurs pour mettre en vigueur des textes en rapport avec le marché. J'ajouterais également que l'absence d'une réglementation, d'une législation claire dans ce domaine représente également un

obstacle. En Algérie, la réglementation est censée émaner sous l'impulsion du CNIG. Or ce CNIG, qui est sous la tutelle du ministère de la défense tout comme l'INCT, vient tout juste d'être réactivé par un décret présidentiel qui met à jour ses fonctions et missions.

Etant une société spécialisée dans la Géomatique, pouvez-vous nous préciser à qui s'adresse-t-elle ? Qui sont les bénéficiaires ?

Si les premiers utilisateurs de la Géomatique qui regroupe l'ensemble des outils et méthodes permettant d'acquérir, de représenter, d'analyser et d'intégrer des données géographiques, au cours des dix dernières années, ont été principalement des organisations dont la vocation première s'appuyait sur la gestion du territoire, des ressources naturelles ou d'infrastructures de services publics, aujourd'hui et grâce à l'avènement de technologies plus performantes et conviviales, et à la réduction significative des coûts d'accès à la Géomatique, plusieurs autres professionnels et gestionnaires non spécialisés du domaine commencent à s'intéresser davantage à l'information géographique et tout ce qu'elle peut apporter. Je dois vous avouer qu'aujourd'hui, le grand public est utilisateur du marché professionnel destiné à la base à d'autres utilisateurs.

Comment les utilisateurs de la donnée géographique peuvent bénéficier au maximum des avantages qu'offre ce domaine ?

Tout comme les pays occidentaux développés pour qui la géographie s'est imposée dans tous les domaines, le marché de la géomatique ne se développera en Algérie que quand les grands utilisateurs de la cartographie s'organiseront en association afin qu'ils soient représentés auprès du CNIG. Le marché est là, la demande est présente et il est dommage que plusieurs données continuent à être traitées à l'international alors que c'est strictement interdit. Nous devons être structurés en association pour ne plus créer autant de tort à l'Etat algérien.

Quel est l'état du marché de la Géomatique en Algérie ?

Aujourd'hui, tous les secteurs, tous les professionnels ont besoin de données géographiques. Pourtant quasiment personne ne recourt à la géomatique, et cela pour faute d'absence de mécanisme d'acquisition de données géographiques. C'est ce qui explique l'état déplorable de nos routes, de nos réseaux et de nos villes. L'Institut national de cartographie et de télédétection, qui représente l'organisme officiel de la cartographie en Algérie et qui a le statut d'entreprise de société à caractère industriel et commercial compte tenu de son plan de charge et de ses missions de base, ne peut répondre au besoin du marché national.

Qu'en est-il de la généralisation de l'usage du GPS au grand public ?

L'activité de la géolocalisation telle qu'elle est conçue aujourd'hui, le matériel est réglementé. Ainsi, l'essentiel des balises de géolocalisation passe par le réseau GSM, GPRS ou même satellitaires. Il suffit d'avoir la bonne puce pour pouvoir bénéficier du GPS qui est en effet démocratisé en Algérie. Aussi, des usagers peuvent facilement télécharger des applications sur smartphones ou tablettes pour pouvoir se situer à l'aide du GPS. Il faut savoir que le GPS est réglementé, par contre la géonavigation ne l'est pas. Elle ne transmet pas obligatoirement de position et utilise généralement du Assisted-GPS.

En matière d'information trafic, comment intervenez-vous ? Est-ce que c'est l'utilisateur qui envoie des informations de façon volontaire ou involontaire ?

Nous travaillons de la même manière que tous les fournisseurs de solutions de géonavigation. Il faut savoir que pour faire de l'info trafic en Algérie, le procédé est très simple. Soit vous disposez de capteurs, caméra qui vous compte le nombre de véhicules,

compteurs de circulation où vous recourez au partage de données et au data mining. Pour ce qui est du partage des données, dès lors que l'utilisateur utilise la solution géocontacte l'accepte. Nous récoltons de manière anonyme l'ensemble des données de parcours. Dès lors qu'on atteint une taille critique, nous faisons des calculs et diffusons l'information et estimons le trafic réel. L'info trafic est toujours conditionnée à une taille critique d'utilisateurs que nous espérons atteindre très prochainement.

Pouvez-vous nous parler des objectifs de GPC DZ sur le long terme ?

Nous sommes une société de géomatique, je ne pense pas pouvoir me prononcer sur le marché algérien et dire que nous sommes actuellement leaders. Je pense que c'est à l'environnement de nous qualifier selon nos compétences. Nous exerçons notre travail depuis 5 ans durant lesquelles nous travaillons en étroite collaboration avec le ministère de la défense, des ressources en eau, avec des multinationales, des sociétés nationales, des bureaux d'études et des opérateurs télécom. Nous avons donc beaucoup de références et avons également mené à terme plusieurs projets, tout cela étant consultable sur notre site web. Je peux dire que sur le marché algérien, nous sommes aujourd'hui le seul opérateur à fournir une solution globale et spécifique à chaque métier en Algérie.

Où se situe l'Algérie par rapport aux pays voisins dans ce domaine ?

Nous sommes très en retard par rapport aux pays voisins. Des entreprises comme GPC DZ, il en existe une vingtaine en Tunisie, en Egypte et au Maroc, alors qu'en Algérie leur nombre demeure largement insuffisant. Nous avons un nombre insuffisant d'acteurs en matière de production, en matière de développement de logiciels, nous n'avons aucune entreprise spécialisée, ni en matière d'intégration. Nous

avons uniquement trois ou quatre intégrateurs « distributeurs de logiciels », quatre dans toute l'Algérie !

Certains utilisateurs croient que seul Google Maps est suffisant pour fournir des cartes et des images nécessaires sur le positionnement d'un objet. Est-ce vrai pour autant ?

Cela est absolument faux car les images que donne Google Maps donnent l'illusion de la gratuité. Google Maps fournit des images d'archives dans un système de projection simplifié pour un usage grand public, pour se positionner, savoir sa destination, connaître son itinéraire dans certaines zones, mais il ne pourra jamais se substituer au travail des professionnels en fournissant des applications utilisables dans un cadre légal pour le positionnement d'un terrain, d'une infrastructure ou délimiter un parcellaire. Les gens n'ont pas la compétence d'estimer l'adéquation des moyens aux besoins, c'est pour cela que nous avons choisi comme troisième thématique l'aide à l'expression de besoins car dans chaque activité, nous avons des besoins divers autant en termes de précisions de résolution et de canaux.

Ne pensez-vous pas que le manque de développement de ce marché en Algérie est dû au manque de communication ?

Pour notre part, GPC DZ communique à travers deux canaux principaux. Le volet grand public dans lequel nous communiquons à travers Twitter, Facebook, Linked'in et Viadeo. Nous sommes également présents à toutes les foires et cela afin de vulgariser et réintroduire le réflexe de la carte. Sur le plan professionnel, nous choisissons une autre stratégie de communication en allant directement vers les entreprises concernées d'où encore une fois la nécessité de créer une association algérienne de l'information géographique.

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

Téléchargez-là vite sur



Scannez-moi !





Samsung se hisse à la 7ème place dans le classement d'Interbrand des Best Global Brands 2014

■ Samsung Electronics s'est hissé à la septième position dans le classement annuel des « Best Global Brands » d'Interbrand. Le rapport reconnaît la croissance mondiale de la marque Samsung grâce à des initiatives marketing créatives et un leadership continu sur le marché dans de nombreuses catégories de produits, incluant les smartphones, les téléviseurs, les appareils numériques et les périphériques de stockage.

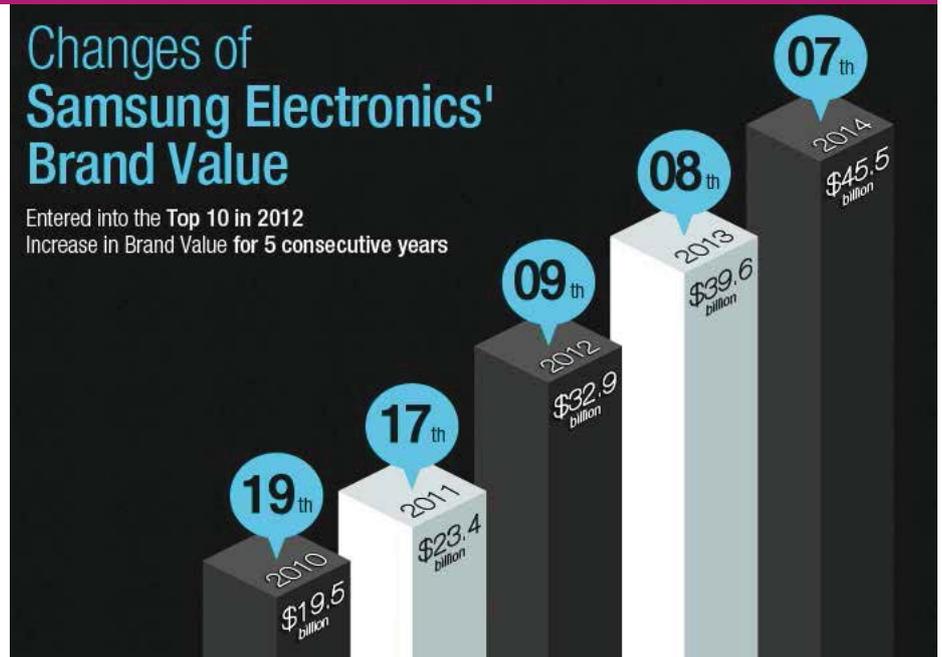
Gagnant une place cette année, Samsung a enregistré une valeur de marque de 45.5 milliards de dollars en 2014, soit une augmentation de 15% sur l'an dernier (39.6 milliards de dollars). Le sud-coréen a maintenu sa position de numéro un sur le marché des smartphones depuis deux ans, qui a été stimulée par le lancement des smartphones phares comprenant les nouveaux produits de la gamme Galaxy S et la série Note.

Dans le marché de la télévision, Samsung a réussi à étendre son leadership mondial et ce, grâce au lancement des premiers téléviseurs incurvés. Samsung est également leader sur le marché haut de gamme des appareils électroménagers, avec de nouvelles gammes de produits tels que la collection Chef. Les partenariats de l'entreprise avec des chefs étoilés du guide Michelin et avec des marques de meubles de classe mondiale soulignent le marketing innovant de Samsung.

En outre, dans le domaine de la mémoire, Samsung a réussi à maintenir sa position de numéro 1 depuis 21 ans, soutenu par son leadership technologique solide et par de nouvelles initiatives de marketing centrées sur le consommateur.

Changes of Samsung Electronics' Brand Value

Entered into the Top 10 in 2012
Increase in Brand Value for 5 consecutive years



Samsung a réussi à améliorer son image de marque en se concentrant sur un idéal commun de la marque « Accélérer les découvertes et les possibilités », et leur donner vie avec un certain nombre de programmes d'engagement pour les consommateurs, telle que la campagne « Launching People » qui a atteint plus de 100 millions de personnes dans le monde.

« Nous voulons poursuivre nos efforts

pour devenir une marque ambitieuse à travers des idées et des technologies innovantes qui donnent aux gens le pouvoir de découvrir de nouvelles expériences et d'améliorer leur vie », a déclaré SP Kim, le directeur marketing de Samsung Electronics.

A titre de rappel, Samsung est entré dans le top 20 de la liste globale Interbrand pour la première fois en 2009 et a intégré le top 10 en 2012, soit trois ans plus tard.

Année	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Position	21	20	20	21	21	19	19	17	9	8	7
Valeur de la Marque (en milliards de dollars)	12.55	14.95	16.16	16.85	17.68	17.52	19.49	23.43	32.89	39.89	45.46

Samsung travaille sur un WiFi 5 fois plus rapide

■ Samsung travaille actuellement sur une nouvelle technologie WiFi qui devrait être 5 fois plus rapide et qui devrait apporter des débits de 575 mégaoctets par seconde.

Dès 2015, Samsung devrait nous permettre de transférer en WiFi un film de 1 Go en seulement 3 secondes ! Le service Recherche et Développement de la firme est justement en train de mettre au point une nouvelle technologie WiFi basée sur le standard 802.11ad qui devrait nous permettre de transférer des données 5 fois plus rapidement. Dans un communiqué, le sud-coréen va jusqu'à évoquer des débits allant jusqu'à 4.6 Gbit/s, soit 575 Mo par seconde, contre les 108 Mo/s actuels. Pour ce faire, le constructeur travaille avec des entreprises de renommée mondiale à l'image d'Apple, Sony ou encore Qualcomm.

On devrait voir cette technologie intégrée dans le Galaxy S6 et le Galaxy Note 5. Mais pas que ces terminaux puisque Samsung promet de l'intégrer à beaucoup de produits audio, vidéo et même médicaux, tout comme d'autres matériels de télécommunications.



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...



Entretien avec Marcel VAN DE PAS, Directeur Wiko Afrique

« **Wiko se porte très bien, les ventes augmentent de jour en jour** »

■ Installé depuis le début de l'année en Algérie, le français Wiko a décidé de mettre les bouchées doubles lors du dernier Med-IT où il a exposé toute sa gamme de mobiles disponibles sur le marché algérien. Des terminaux performants à des prix très abordables. Marcel Van De Pas, Directeur de Wiko Afrique, a accepté de répondre à quelques-unes de nos questions.



Pourquoi avoir décidé de vous lancer en Algérie ?

L'Algérie est un marché en pleine croissance qui compte beaucoup de jeunes. La 3G a été lancée et elle va devenir très abordable, poussant plus de personnes à se connecter sur Internet depuis leurs smartphones. De plus en plus de wilayas vont être couvertes et les prix vont commencer à baisser. Ce qui manque à cette population jeune, ce sont des produits qui leur permettront de profiter de la 3G. Et c'est là que nous entrons en jeu.

Qu'est-ce qui vous différencie des autres constructeurs présents sur le marché algérien ?

Il s'agit de notre positionnement hyper-agressif, compétitif au niveau rapport qualité/prix. La qualité dans le sens où nous sommes une marque européenne. La production est faite par nous-mêmes, nous contrôlons

toute la chaîne de production et la qualité du produit final. Wiko est une marque française qui fabrique ses terminaux en Chine, comme 95% des autres constructeurs. Nous avons nos propres ingénieurs et nos propres usines. Nous ne sous-traitons pas. Nous avons en outre un service après-vente opérationnel et efficace.

Comment expliquer vos prix aussi bas ?

Wiko fait en fait des choix très malins, surtout du point de vue technologique. De plus, nous ne sous-traitons pas ce qui nous donne beaucoup d'avantages dont le contrôle de toute la chaîne de production. Et côté marketing, nous sommes aussi très malins. Nous ne dépensons pas des millions dans la publicité ce qui se reflète dans les prix bas de nos smartphones. Wiko se base beaucoup sur Internet pour communiquer, notamment sur les réseaux sociaux. C'est justement ce qu'aiment

les jeunes qui sont attentifs et très réactifs. Ils partagent rapidement les informations. Le bouche-à-oreille nous aide beaucoup. Notre politique de communication est transparente, le consommateur sait à quels prix il va trouver son Wiko en boutique. Et pour suivre cette logique de transparence, il nous a fallu trouver un partenaire professionnel, sérieux, avec beaucoup d'expériences, capable de suivre notre logique. Notre choix s'est donc rapidement porté sur Darkom qui a une excellente réputation dans toutes les wilayas du pays.

Votre principal cible sont donc les jeunes, pas les autres ?

Les jeunes principalement mais nous proposons des terminaux qui correspondent à tous, petits et grands, novices ou friands de nouvelles technologies. Pour le consommateur qui cherche un téléphone basique, qui n'est intéressé que par la voix, nous avons trois modèles qui lui correspondront parfaitement. Et pour ceux qui en veulent plus, nous avons des téléphones haut de gamme. On est là pour tout le monde, sans exception.

Comment se porte Wiko depuis son installation en Algérie ?

Nous sommes ici depuis le début de l'année 2014. Nous avons pris le temps de bien nous organiser et d'organiser notre distribution. Wiko se porte très bien, les ventes augmentent de jour en jour.

Un dernier mot pour le consommateur algérien.

Ne vous prenez pas la tête, achetez un Wiko (rires) !

L'Ascend Mate 7 de Huawei prochainement disponible dans la région MENA

■ Huawei vient d'annoncer la commercialisation prochaine de son nouveau terminal, l'Ascend Mate 7, dans les régions du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord. Le constructeur a également décidé de s'entourer de la chanteuse libanaise Nancy Ajram pour devenir l'ambassadrice de la marque dans la région MENA.



Elle a accepté d'être l'égérie de campagne de l'Ascend Mate 7 qui sera bientôt disponible dans nos contrées. Un smartphone embarquant un écran Full HD de 6 pouces, un capteur d'empreintes digitales, un processeur 8 coeurs, une batterie longue durée, un capteur de 13 mégapixels intégré à l'arrière de l'appareil et de 5 mégapixels en façade, une nouvelle interface EMUI 3.0. Il est compatible LTE et est très fin, 7.9 mm d'épaisseur seulement. Le consommateur aura le choix entre trois couleurs : gris argent, noir ou or. Une édition limitée baptisée « **Nancy Ascend P7** » sera disponible chez certains distributeurs au Moyen-Orient avec une illustration représentant la chanteuse, accompagnée de sa signature à l'arrière du téléphone.

« Je suis en fait une grande fan de nouvelles technologies et j'aime être en possession des dernières innovations. Je connais depuis longtemps les smartphones Huawei vendus dans la région,

et je suis ravie de devenir une ambassadrice de marque pour cette entreprise en pleine croissance qui invente des produits à la fois innovants et élégants. J'espère que mon engagement comme Ambassadrice de marque aidera à faire davantage connaître les produits premium de Huawei qui propose un grand choix de produits aux consommateurs », a déclaré Nancy Ajram.

Quant au président de Huawei Devices Business Group au Moyen Orient, Jiao Jian, il a déclaré être « ravi d'avoir à nos côtés la merveilleuse Nancy Ajram comme ambassadrice de nos produits. Nous attendons avec impatience de travailler avec elle afin d'accroître la notoriété de nos produits innovants. Par ailleurs, nous avons également souhaité marquer l'introduction dans la

région du smartphone grand écran 'Ascend Mate 7', lequel nous pensons plaira dans la région. Ce dernier est un vrai symbole de notre engagement incessant de bâtir un monde plus connecté, et permettre aux gens d'utiliser des produits Premium innovants ».





Les MOBA

■ Le monde des jeux vidéo nous a habitués aux abréviations bizarres qui larguent toute personne étrangère au milieu fermé du jeu virtuel. MOBA, qui signifie « arène de bataille en ligne multi-joueurs », risque de laisser sur le carreau même certains vieux aficionados, car c'est là un genre qui débute à peine son ascension fulgurante, qui l'a vu devenir l'obsession de nombreux développeurs qui y voient le filon magique où aller puiser des records de vente. Tant mieux pour un genre qui malgré ses millions de joueurs est totalement inspiré d'un simple mode disponible sur un jeu paru en 2003 !

10 années après, le concept est devenu un aimant à abonnement. Entrons dans le détail !

Hammou ISSAD ■



L'origine des MOBA

Tout débute lorsque Blizzard sort le 3ème opus de sa désormais célèbre saga Warcraft. Innocemment nommé **Reign of Chaos**, c'est un véritable choc dans le milieu de la stratégie et de l'aventure. Le jeu mêle un scénario très riche et cohérent qui met en exergue l'évolution des personnages au cours de l'histoire, à travers la lente décadence de certains et la montée sublime d'autres. Ajoutons à cela des cinématiques épiques et 4 campagnes différentes pour autant de races jouables et on obtient la référence de ce début des années 2000. Pourtant, c'est un petit mode intégré à Warcraft III qui va attirer l'attention des développeurs. Il se nomme « **Defense of the Ancient** » dont sera tiré l'acronyme DotA. Il s'agit d'un affrontement entre équipes de 5 joueurs dont le but est de prendre la base de son ennemi.

La carte divise ainsi le terrain en 3 zones, deux occupées par les protagonistes et tout le reste du terrain qui les sépare et qui leur est invisible sur la carte, ce qui pousse à la curiosité pour découvrir le premier la base de l'autre et ainsi jouir d'un avantage tactique certain en vue d'une attaque future.

Le terrain est parsemé de tours de défenses érigées par chaque partie et d'éléments neutres du jeu, qui attaqueront au hasard ceux qui auront le malheur de croiser leurs routes au cours d'un repérage hâtif.

Les raisons d'un succès

Les jeux qui ont suivi se sont inspirés de Warcraft III et ont conservé les codes du genre. Ils ont complexifié les Maps, le système de combat et démultiplié le nombre de personnages que l'on peut incarner, allant d'un guérisseur à

un nécromancien selon le titre joué. Cela sans forcément imposer un graphisme de pointe, qui aurait disqualifié les possesseurs de vieux PC et a pu ainsi fidéliser leurs publics sur le long terme.

Mais si les MOBAs ont connu un tel succès, c'est aussi à cause de leurs orientations vers le Free-to-play, qui offre une réelle alternative aux abonnements onéreux de World of Warcraft ou aux titres classiques qui détoussent la bourse des Ga-





mers. Le côté multijoueur est aussi un facteur important, puisqu'il offre l'opportunité de jouer dans la même équipe avec ses amis, sans avoir à acheter tous le même jeu au prix fort.

L'importance de la gratuité est illustrée par les débuts du MOBA « Heroes of Newerth » en 2010, qui réunissait plusieurs millions d'utilisateurs dans sa version Beta gratuite, puis s'est écroulé à sa sortie officielle lorsqu'il fallut payer pour jouer. Cela obligea le studio développeur à revoir sa politique et rendre le titre gratuit peu après. Pour gagner de l'argent, le modèle économique de ces jeux a donc été pensé de manière à faire payer les joueurs au cours du jeu pour obtenir des améliorations esthétiques et des objets. Sur Dota 2, il est carré-



ment possible de créer ses propres objets et si ceux-ci attirent l'intérêt des développeurs, ils peuvent être mis en vente et rapporter des profits à leurs créateurs.

Ils jouent donc sur la popularité de leurs titres pour engranger des bénéfices et sur la vivacité de la communauté de joueurs, qui crée un intérêt pour les micro-investissements que sont ces achats. Pour consolider cette base, la plupart des studios organisent de grandes compétitions internationales. Valve, créateur de Dota 2, a ainsi organisé un tournoi mondial nommé « l'international » dont le premier prix était de plus de 2 millions de dollars. La saison 3

du tournoi de League of Legends, se déroulant au Staples Center de Los Angeles, a été visionnée par plus de 32 millions de passionnés qui ont ainsi participé à l'établissement d'un record, devenant l'événement le plus vu dans l'histoire du Sport électronique.

La promotion des MOBA passe aussi par une migration sur les nouveaux appareils multimédia dont le plus important est le smartphone. Le développeur pour téléphone Zynga a ainsi sorti un MOBA nommé « Solstice Arena », ouvrant la voie à d'autres pour coloniser le mobile.

League of Legends, référence du genre

MOBA le plus populaire actuellement, c'est le premier véritable héritier du mode de Warcraft III. Il a été conçu par le studio Riot Games avec l'aide de deux développeurs déjà à l'origine de ce dernier. Il reprend les principes en améliorant le concept avec l'introduction du personnage de l'invocateur, qui est l'incarnation du joueur et lui permet d'invoquer des champions qui se battront pour lui dans la partie. L'invocateur sert à conserver l'historique des parties, les champions invoqués, les gains en expérience,...

Du côté des affrontements, on a

droit à plusieurs modes :

- **Le mode normal**, où des équipes de 5 ou 3 tentent de détruire la base de l'autre après avoir éliminé ses tours de garde. Mais pour atteindre cet objectif, encore faut-il avoir exploré la carte, tué les ennemis neutres pour gagner de l'or et des objets afin de prendre l'avantage sur l'équipe adverse, que l'on rencontre souvent durant cette opération vu que les deux partis se disputent le même territoire.

- **Le mode Dominion**, où la possession du plus de points de capture détermine la victoire en drainant les points de vie de la base de l'adversaire.

- **Le mode ARAM**, basé sur le hasard total et dans lequel on ne choisit pas son héros. Il n'y a qu'une voie d'accès vers l'ennemi et cela débouche sur des parties bien plus rapides que la normale.



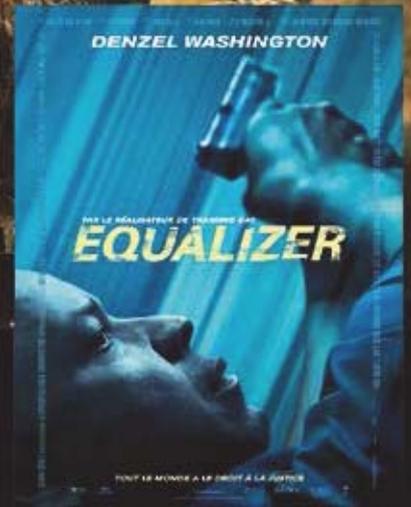
LEAGUE of LEGENDS





Equalizer

Réalisé par : Antoine Fuqua
Avec : Denzel Washington, Chloë Grace Moretz, Marton Csokas, ...
Genre : Thriller, Policier, Action



Pour McCall, la page était tournée. Il pensait en avoir fini avec son mystérieux passé. Mais lorsqu'il fait la connaissance de Teri, une jeune fille victime de gangsters russes violents, il lui est impossible de ne pas réagir. Sa soif de justice se réveille et il sort de sa retraite pour lui venir en aide. McCall n'a pas oublié ses talents d'autrefois...

Les sorties de ce mois

On a marché sur Bangkok



Avec: Kad Merad, Alice Taglioni, Peter Coyote, ...

Serge Renart, un journaliste TV devenu has-been et Natacha Bison, une reporter de guerre écartée du métier parce que trop dangereuse pour ses collègues, se retrouvent obligés d'enquêter ensemble sur une affaire qui les mènera en Thaïlande à la recherche d'un des secrets les mieux gardés de l'histoire contemporaine...

Ninja Turtles



Avec: Megan Fox, Will Arnett, William Fichtner, ...

Tenez-vous prêts : quatre héros de légende vont bientôt faire parler d'eux à New York... Leonardo, le leader, Michelangelo, le beau gosse, Raphael, le rebelle et Donatello, le cerveau, vont tout faire pour défendre la ville de New York, prise entre les griffes de Shredder.

Fury



Avec: Brad Pitt, Shia LaBeouf, Logan Lerman, ...

Les aventures de cinq militaires, combattant dans un tank appelé Fury, pendant les derniers jours de la Seconde Guerre mondiale...

Gone Girl



Avec: Ben Affleck, Rosamund Pike, Neil Patrick Harris, ...

A l'occasion de son cinquième anniversaire de mariage, Nick Dunne signale la disparition de sa femme, Amy. Sous la pression de la police et l'affolement des médias, l'image du couple modèle commence à s'effriter. Très vite, les mensonges de Nick et son étrange comportement amènent tout le monde à se poser la même question : a-t-il tué sa femme ?

The November Man



Avec: Pierce Brosnan, Olga Kurylenko, Luke Bracey, ...

Il n'y a pas pire ennemi que celui que l'on a formé. Peter Devereaux est un ex-agent de la CIA. Contacté pour assurer la protection d'Alice Fourrier, responsable d'un centre d'accueil pour réfugiés, dont le témoignage pourrait compromettre l'un des favoris à l'élection présidentielle russe, Devereaux comprend rapidement qu'il a été manipulé et qu'il est devenu la cible de son ancien élève, David Mason...

Samba



Avec: Omar Sy, Charlotte Gainsbourg, Tahar Rahim, ...

Samba, sénégalais en France depuis 10 ans, collectionne les petits boulots ; Alice est une cadre supérieure épuisée par un burn out. Lui essaye par tous les moyens d'obtenir ses papiers, alors qu'elle tente de se reconstruire par le bénévolat dans une association. Chacun cherche à sortir de son impasse jusqu'au jour où leurs destins se croisent...



Gagnez du temps au bureau

Le site Rescuetime.com fait dans le littéral ! En effet, ce site sympa s'offre d'analyser la manière dont vous utilisez votre PC et le temps que vous passez sur chaque application et site web. C'est une véritable analyse personnelle de votre activité quotidienne qui vous est proposée, ce qui vous permettra donc d'en tirer des conclusions sur les passe-temps qui grignotent votre journée.

Le site propose de s'assigner des objectifs et de recevoir des rapports hebdomadaires pour gérer son temps de manière optimale. Bien entendu, ceci est inclus dans la version gratuite et n'atteint nullement le potentiel réel du site, qui dans son utilisation payante va jusqu'à bloquer les sites qui vous distraient trop du travail, vous alerter immédiatement quand un objectif est atteint et une analyse plus rapide des



données.

Préparez vos présentations

Il y a bien une tâche au bureau qui est vorace en temps et en efforts, c'est la préparation de présentations pour ses clients, supérieurs ou simples collègues.

En effet, à gager que l'idée générale de l'ordre des Slides soit dans votre tête, encore faut-il trouver les bonnes images pour illustrer cela et dans l'immensité du Web, il vous faudra toute la patience du monde pour filtrer le

contenu trouvé sur les moteurs de recherche. Qu'en est-il alors de ceux qui se lancent dans une présentation, en ayant aucune inspiration quelconque et aucune référence pour débroussailler le chemin de leurs réussites ?

C'est là qu'intervient Slideshare.net. Le plus grand site de partage d'infographies, présentations, documents,... qui agit aussi dans le sens contraire en offrant de la notoriété aux travaux d'éminents conférenciers qui viennent offrir à tous la possibilité de travailler en se basant sur leurs œuvres. Tous les domaines sont couverts par cette bibliothèque accessible à tous, allant de la culture au management, etc.

Modifier une vidéo en ligne

Le site popcorn.webmaker.org est un outil fourni gratuitement par Mozilla qui permet de remixer des vidéos trouvées sur les sites de partage de vidéo (YouTube, Vimeo,...) en y ajoutant du texte, des liens et des images. Il permet aussi de créer des Gifs animés et d'implanter une bande son différente à un film ou une présentation.



ou créer soi-même une bande son originale. Puis, à travers la boîte à outil fournie, on commence à triturer le film en y insérant images, liens google map, bulles,... On peut aussi découper des pans du clip ou en modifier qu'une partie préalablement sélectionnée

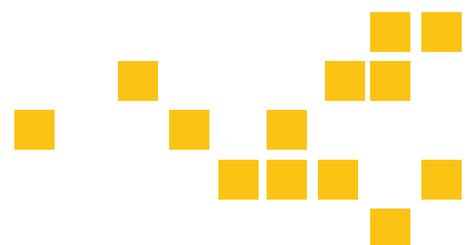
Créer son diagramme en quelques minutes

Elément essentiel des études de projet ou de viabilité, le dia-

gramme est un moyen rapide de faire passer l'information en s'affranchissant du poids d'une littérature inutile.

A chaque cas présenté, on doit trouver la manière la plus subtile de présenter ses cases et ses bulles, l'ordre des flèches qui les relient et l'aspect esthétique de l'œuvre. Sur Creatly.com, un outil de création de diagrammes en ligne, on crée le sien en se basant sur d'innombrables exemples et autres squelettes de diagramme, qui raccourcissent le temps nécessaire à l'élaboration laborieuse de son propre travail.

C'est donc tout le contenu multimédia du web qui est modifiable à travers Popcorn Webmaker. Tout d'abord, on importe la vidéo ou les images qui serviront de base au travail futur. On peut y ajouter une musique importée de Soundcloud



POST-IT

IRIS Sat lance sa gamme de terminaux mobiles

" LES FIRMES ALGÉRIENNES COMME IRIS ET CONDOR DOIVENT AVOIR UNE POLITIQUE DE VENTE AGRESSIVE ET UNE VISIBILITÉ SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS ET SURTOUT FRANÇAIS CAR LES TABLETTES ET SMARTPHONES «LOW COST» SONT TROP DEMANDÉS EN CES TEMPS DE CRISES ". *GHOSTS MÉTROPOLE*

L'An 1 de la 3G : le bilan et les perspectives

« OUI JE CONFIRME, ON EST LOIN. C'EST VRAIMENT PAS SUFFISANT ET NOUS NE SOMMES PAS SATISFAITS AUSSI ». *SELMA AYAA*

« MON BILAN À MOI, EN TANT QUE CONSULTANT IT : LA 3G EN ALGÉRIE, C'EST KHIR MEN OUALOU ». *ADLENE BENNAMANE*

Les Studios Jeux vidéo

« CHAQUE GAMER QUI SE RESPECTE SAIT DE QUOI PARLE CET ARTICLE SANS MÊME LE LIRE ». *NACER CATALAN ÜLTRA*

L'Algérie gagnera-t-elle son match contre le piratage ?

« IL FAUT METTRE EN PLACE LES VOIES LÉGALES AVANT DE COMBATTRE LE PIRATAGE ! COMME LES CARTES DE PAIEMENT EN LIGNE, LA DISPONIBILITÉ DE CONTENUS POUR L'ALGÉRIE, DES SITES VOD, NETFLIX, HULU, CARTES ITUNES, ... ». *SOFIANE MOHAMED DJERAD*

Le High-Tech «made in Algeria» fait-il vendre ?

« JE SUIS FIER DE TOUS LES PRODUITS MADE IN ALGERIA MÊME SI JE SAIS PERTINEMMENT QU'IL N'EST PAS À 100% ALGÉRIEN. AU MOINS IL Y A DE LA MAIN D'ŒUVRE ALGÉRIENNE DANS CES PRODUITS QUI NOURRISSENT BEAUCOUP DE FAMILLE ». *KHELIFA BOUROUBA*

« AUCUNE CHANCE. SAUF QUAND ARRIVERA LE TEMPS DU CLOUD POUR TOUTES APPLICATIONS ET PLATEFORMES CONFONDUES ». *NADIR ATTOUMI*

60^{ème}

Anniversaire de la révolution

1 Novembre 1954



1 Novembre 2014



Toujours plus proche

Pass internet

Facebook/whatsapp



*600*3#

30 DA



facebook



WhatsApp



Facebook
Messenger



Toute la journée

