

vega

V E N T U R E G A T E

>inside

Marketing <
Jam Start-up <
Finances <

Le Big dossier Réussir sa start-up <

Football Start-up <
Geomatic Start-up <
ChatGPT <
Algeria HUB <
Enveloppes <
TikTok for Pro <

grow yourself

G U E S T
EARTHY JAM ALGERIA

Y1-V02



COMPANY | START-UP | PROJECT LEADER

Découvrez comment notre projet ambitieux vous offre une visibilité exceptionnelle dans le monde "Corporate". Nous vous invitons à saisir cette opportunité unique pour partager vos idées et réussites sur nos pages prestigieuses.

Notre magazine, HOYOS Entreprises, est un véritable tourisme économique, un moteur de croissance, soutenant les entreprises et les entrepreneurs, qu'ils soient publics ou privés, de toutes envergures, dans leur développement national et international.

Joignez-vous à une économie novatrice et engagée qui englobe divers domaines tels que la technologie, l'industrie, les sciences, la santé, l'éducation, la recherche, l'agriculture et bien d'autres secteurs cruciaux comme les transports et les énergies.

Nous amplifions vos efforts en diffusant notre magazine dans les Ministères, les Ambassades et auprès d'autres acteurs économiques majeurs. Profitez de cette opportunité de faire rayonner votre entreprise et vos projets auprès des organismes influents et diversifiés, propulsons votre succès vers de nouveaux sommets.

MAGAZINE INTERNE DISTRIBUÉ AU NIVEAU DES MINISTÈRES, AMBASSADES, FOIRES, ÉVÉNEMENTS, GRANDS HÔTELS, OPÉRATEURS TÉLÉPHONIQUES, GRANDS OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES, PROFESSIONS LIBÉRALES.

H O Y O S E N T R E P R I S E S

HOYOS



Printed by e-Print

CORPORATE DESIGN AGENCY
hoyos.dz/welcome@hoyos.dz

06.

THE PRIME
Marketing
d'influence

26.

BEBOLA
Football
Startup

44.

FARAS
Fabrication
d'enveloppes

08.

EARTHY JAM
Confiture
traditionnelle

28.

AGI
Geomac
Start-up

48.

THE LATE
TikTok
for pro

12.

FINANCES
Mesures fiscales
2023

32.

ChatGPT
Human vs Ai

16.

FORMULA ONE
Collaboration
innovante

36.

MMC
Event maker

18.

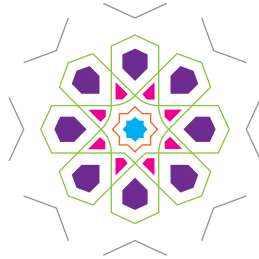
BIG DOSSIER
Start-up
beginners

38.

ICT MAGHREB
Algeria HUB

La valeur

Il est des valeurs dont nous sommes fiers de porter.
(Placement de marques et produits).



FINANCE ISLAMIQUE

CONFORME AUX PRÉCEPTES DE LA CHARIA ISLAMIQUE

› VOS VALEURS NOUS INSPIRENT ‹



Sayara



Aqar



Tadjhiz



Compte
courant



Compte
chèque



cpa-bank.dz - facebook.com/cpabank



“ THE PRIME ”

MARKETING D'INFLUENCE

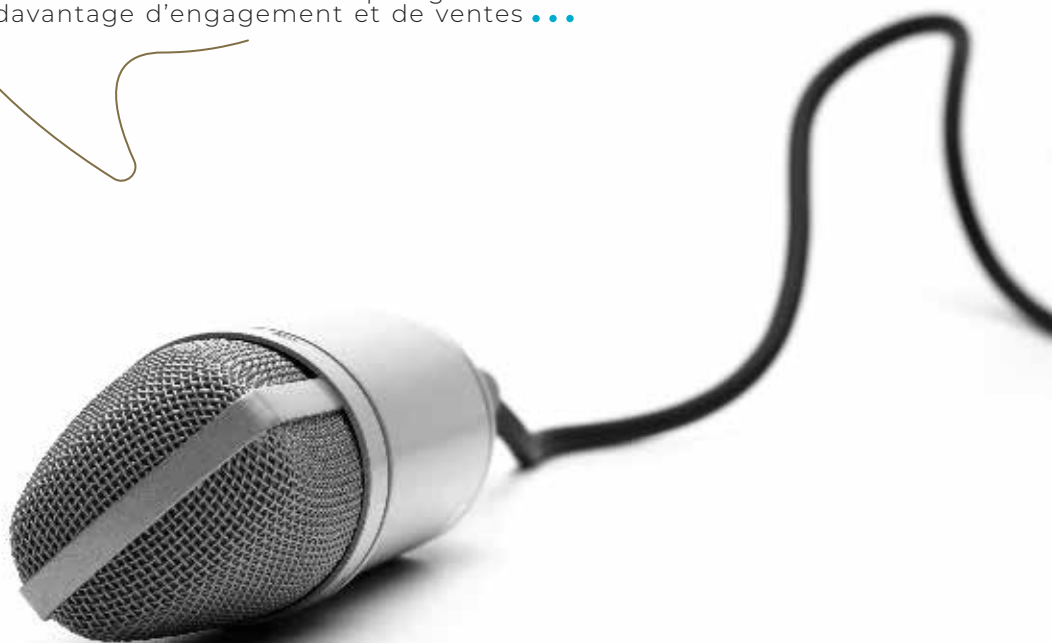
Stellar vient de dévoiler la nouvelle édition de son livre blanc sur le marketing d'influence et les réseaux sociaux, il récapitule les dix grandes tendances de 2023, trois d'entre elles s'avèrent efficaces pour accroître ses ventes et son taux d'engagement.

Booster ses ventes et améliorer son taux d'engagement sont des objectifs communs à de nombreuses marques.

Pour l'atteindre, plusieurs actions peuvent être mises en place, dont le marketing d'influence.

En effet, les jeunes générations sont bien plus réceptives aux discours des influenceurs sur les réseaux sociaux qu'aux publicités traditionnelles.

Dans son tout nouveau livre blanc, elle nous dévoile trois tendances à suivre pour générer davantage d'engagement et de ventes ...



1- LES LIVES, DES CONTENUS QUI GAGNENT LES CŒURS DES INTERNAUTES :

Les internautes sont plus que jamais à la recherche d'authenticité. C'est la raison pour laquelle ils apprécient tant les lives sur les plateformes sociales. Pas de filtre, pas de montage, pas de script ...

Les influenceurs restent eux-mêmes. Ils échangent avec leur communauté la pièce maîtresse des lives. Cette fonctionnalité brise les frontières entre streamers et abonnés, pour le plus grand plaisir de ces derniers.

Les utilisateurs peuvent également discuter entre eux et se créer leurs propres références. Ils deviennent alors de véritables membres d'une communauté, permettant au créateur de contenu de renforcer son pouvoir d'influence. Cela se reflète dans les chiffres : selon une étude menée par une plateforme française, 64% des viewers achèteraient des produits recommandés par des streamers. Autant dire que le taux de conversion peut bondir.

Que ce soit sur, Instagram, LinkedIn ou TikTok, l'interactivité et la proximité créées par les lives séduisent les utilisateurs. Pour les marques, signer un partenariat avec un influenceur qui propose ce type de contenu peut ainsi être une stratégie payante, les streamers de renommée en ont vu les retombées. Tous les mois, ils présentent de nouveaux produits de grandes marques et offrent des codes promo et des réductions. En six mois de partenariat, les communautés achètent pour plus de 1700€ de produits.

2- LE SOCIAL COMMERCE, UN CANAL DE VENTE À NE PLUS NÉGLIGER :

La crise sanitaire a profondément bouleversé notre manière de consommer et nos comportements d'achat. Nous nous tournons presque instinctivement vers des écrans pour effectuer nos achats, et parfois même vers les réseaux sociaux. C'est pour cette raison que le [Social Commerce](#) poursuivra son développement, boosté par les nouvelles fonctionnalités e-commerce et de paiements en ligne des plateformes sociales.

Vous l'aurez compris, avoir une stratégie de [Social Commerce](#) s'avère indispensable, mais encore faut-il réussir à drainer du trafic vers sa boutique. Les influenceurs sont des acteurs essentiels pour y arriver. En effet, les consommateurs sont plus susceptibles d'acheter un produit lorsqu'il a été recommandé par un créateur de contenu que par le porte-parole même de la marque. C'est justement ce qu'expliquent les experts dans ce domaine.

C'est un format très interactif, mais également très impactant. Lorsque on présente un produit, cela a eu un succès commercial incroyable, au point où il serait en rupture de stock très rapidement. Les experts sont convaincus que si les produits sont simplement présentés avec une photo, cela n'aurait pas eu autant d'impact, affirment-ils.

Live Shopping, AR/VR, QR Code, Commerce conversationnel... Les possibilités pour mêler marketing d'influence et stratégie [Social Commerce](#) sont nombreuses, et de multiples inspirations et modèles de campagnes sont à découvrir.

3- LA GAMIFICATION POUR CAPTIVER ET SÉDUIRE SA COMMUNAUTÉ :

La gamification consiste à se servir des mécanismes du jeu dans un environnement non ludique, comme le marketing. Comme le souligne Stellar, un taux d'engagement 100 % supérieur est observé dès que des mécaniques de jeux sont utilisées dans une campagne. Il peut s'agir de récompenses, d'une chasse au trésor sur un site, ou encore d'un challenge. Ces stratégies peuvent être exploitées pour booster ses inscriptions et ses ventes ou encore fédérer une communauté.

Les dispositifs les plus créatifs qui font appel aux influenceurs et à leurs audiences sont les plus efficaces. Par exemple, une influenceuse de renommée a proposé un concours Instagram en collaboration avec Milka. Il s'agissait d'une chasse en réalité augmentée (AR) via un filtre. Il fallait trouver des produits cachés dans sa story pour tenter de remporter le lot. Il s'agit d'une stratégie payante, car les expériences immersives en réalité augmentée sont très appréciées par les internautes.



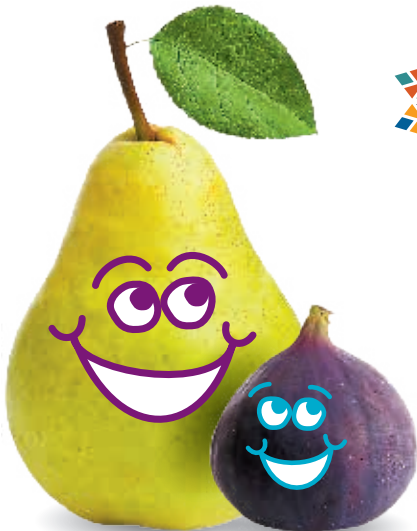
EARTHY JAM

Mme. Houria MALOUADJMI
Directrice / Productrice / Artisane
maloudj75@gmail.com
213 663858489

E

Soucieuse..

.. d'obtenir
un résultat de
haut niveau,
mon objectif
est d'atteindre
l'excellence
de fabrication
qui sera reconnue
parmi toutes
les sélections.





De nos jour, trouver un produit qui marie plaisir et santé représente une tâche nécessaire à un quotidien sain et équilibré.

Earthy Jam est un artisan confiturier, producteur et créateur qui vous offre une confiture 100% à base de fruits naturels qui plaît au palais sans pour autant limiter la consommation grâce à son taux de sucre allégé.

Moi, Malouadjmi Houria, Directrice et Fondatrice de l'Entreprise Earthy Jam, Architecte d'État de formation et amatrice de la confiture artisanale depuis que je faisait 3 paumes. J'ai décidé de donner tout mon temps à la recherche de la perfection pour un meilleur goût d'une confiture encore plus proche de la nature, ce qui implique une sélection racée de fruits et légumes.

La confiture Earthy Jam est bio, et en plus d'être un produit ami de la nature, elle a réussi à séduire de nombreux palais à haute exigence, je pense aux personnes expérimentées dans les produits du terroir, ou même le jury de compétitions qui confirme mon mérite par des récompenses, quatre (04) médailles d'or Nationales et une médaille d'or Internationale (Master chef El Arabe Liban).

Au fur et à mesure que nous avançons dans nos recherches, nous sommes arrivés aujourd'hui à un niveau supérieur, une variété de 26 parfums, agrémentés de plantes médicinales tels que le thym, la cannelle, le romarin, l'anis étoilé et bien d'autres.

Plein de Fruits,
et beaucoup d'amour.



Enfin! un parcours pas très court.

On sait tous que le lancement d'un projet connaît des difficultés, administratives soient-elles (paperasse, autorisations et autres ...) ou commerciales (trouver des fournisseurs et des acheteurs), je pense aussi à l'absence des centres de formations spécialisés dans le terroir national et la rareté des documents dans le domaine de la gastronomie artisanale.

Avec un tel patrimoine culturel et gustatif par excellence, et une richesse très diversifiée, nos régions cachent plus d'un tour dans leurs cavernes, on ne pourrait même pas compter le nombre des mets que nous ont hérité nos grand mères.

Les formations et les formateurs sont quasiment inexistant dans ce type de préparation d'art culinaire, ce qui m'a demandé un effort énorme pour pouvoir achever mes recherches et études, heureusement qu'il y avait l'héritage familiale déjà acquis dès mon enfance.

Étant un produit naturel à 100 %, je me suis demandé si on peut le rendre meilleur, en diminuant le taux de sucre dans sa composition, tâche qui n'est pas du tout facile vu que le sucre est le seul conservateur dans mes préparations, et là je me retrouve à pousser mes recherches toute seule (autodidacte) dans le domaine de la conservation.

La confiture Earthy Jam est 100% naturelle (fruits et légumes), mais cette matière noble n'est pas à la portée d'une production artisanale, ce qui perturbe notre avancée dans la commercialisation du produit.





Artisan Confitures

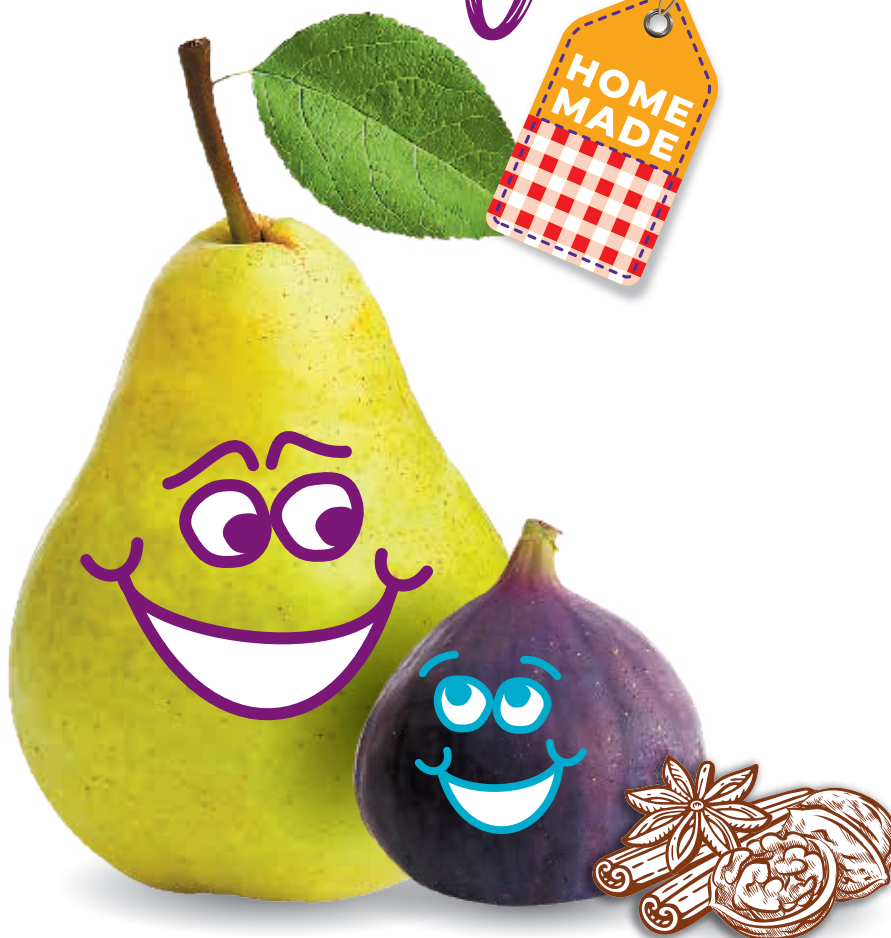
☎ 213 663858489

✉ maloudj75@gmail.com

f Earthlyjam

@ Earthlyjam

📍 Cité plateau villa n°04
Reghaia plage, Alger.



ORANGE

POIRE

FIGUE

Nos confitures sont épicées et agrémentées
à l'anis étoilée, la cannelle, le laurier, la
vanille, le piment d'espelette, le fenouil...



ABRICOT



FRAISE



ORANGE



CITRON



CAROTTE



KUMQUAT



POMME



OIGNON



BANANE



TOMATE



CITROUILLE



PRUNEUX



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة المالية

المديرية العامة للضرائب

DIRECTION GÉNÉRALE DES IMPÔTS

COMMUNIQUE RELATIF AUX PRINCIPALES MESURES FISCALES DE LA LOI DE FINANCES POUR L'ANNEE 2023

La Direction Générale des Impôts porte à votre connaissance les principales dispositions fiscales contenues dans la loi de finances pour l'année 2023, lesquelles visent la simplification et l'harmonisation des procédures fiscales (1), l'incitation à l'investissement (2), la mobilisation des ressources fiscales (3) et la lutte contre la fraude fiscale (4).

1- MESURES DE SIMPLIFICATION ET D'HARMONISATION DES PROCÉDURES FISCALES

1.1 Imposition, au titre de l'IFU, des chiffres d'affaires relatifs aux produits dont les marges sont réglementées ou plafonnées (Art 15 LF 2023) :

Application, au titre de l'IFU, de l'imposition à la marge au lieu du chiffre d'affaires, concernant les produits de large consommation dont les marges et prix sont réglementés, y compris lorsque le taux de marge dépasse le taux de l'IFU.

Cette mesure vise la réduction de la charge fiscale des détaillants qui commercialisent ces produits.

1.2 Reversement des retenues à la source afférentes aux traitements, salaires, pensions et rentes viagères opérées par les contribuables soumis au régime simplifié des professions non commerciales (Art 6 LF 2023) :

Il a été prévu dans le cadre des dispositions de la LF 2023, que les retenues à la source afférentes aux traitements, salaires, pensions et rentes viagères, opérées par les contribuables soumis au régime simplifié des professions non commerciales, sont désormais versées trimestriellement (au lieu de mensuellement), soit au plus tard le 20 du mois qui suit le trimestre civil au cours duquel elles ont été opérées, et ce au même titre que les contribuables soumis au régime de l'IFU.

1.3 Option au régime simplifié, des professions non commerciales soumises à l'IFU (Art 33 LF 2023) :

Les dispositions de la LF 2023 ont accordé, aux titulaires des professions non commerciales soumis au régime de l'IFU, la possibilité d'opter pour le régime simplifié des professions non commerciales.

1.4 Assouplissement des conditions de déductibilité des charges lors de la détermination du résultat fiscal imposable à l'IBS ou à l'IRG (Art 10 LF 2023):

- Relèvement de 300.000 DA à 1.000.000 DA en TTC, du seuil admis pour la déductibilité des charges payées en espèces;
- Admission en déduction, lors de la détermination du résultat fiscal, des charges payées par voie de versements bancaires, en sus des autres moyens de paiement admis.

1.5 Harmonisation des durées d'amortissements (art 08 LF 2023) :

Afin d'éviter des divergences de positions en matière d'appréciation des durées d'amortissements admises fiscalement, la loi de finances pour 2023 prévoit la fixation de ces durées par un arrêté du Ministre chargé des Finances.

Cette mesure constitue également une garantie fiscale pour les contribuables concernés et ce dans la mesure où elle offre une sécurité juridique pour ces derniers.

1.6 Assouplissement des conditions de déductibilité de la TVA, au titre des factures réglées en espèces (Art 23 LF 2023) :

- Relèvement de 300.000 DA à 1.000.000 DA en TTC, du seuil admis pour la déduction de la TVA ayant grevé les factures payées en espèces ;
- Octroi du droit à déduction, lorsque le règlement du montant de la facture est effectué par voie de versements bancaires, en sus des autres moyens de paiement admis.

1.7 Relèvement du seuil des revenus locatifs concernés par l'imposition libératoire (Art 05 LF 2023) :

Dans le but, d'une part, de baisser la charge fiscale, et d'autre part, de simplifier les procédures de déclaration et de paiement de l'impôt, le seuil des loyers bruts annuels imposables au taux libératoire de 7% est relevé de 600.000 DA à 1.800.000 DA.

1.8 Modification des obligations déclaratives en matière de taxe de séjour (Art 14 LF 2023):

- La taxe de séjour collectée, est reversée par l'établissement mensuellement, au moyen d'un bordereau avis de versement dans les 20 jours qui suivent le mois de la collecte de la taxe, auprès de la recette des impôts dont il relève;
- Les établissements hôteliers doivent souscrire, concomitamment avec la déclaration annuelle prévue aux articles 18 et 151 du CIDTA (Séries G n°01 et G n°4), une déclaration spéciale dont l'imprimé est fourni par l'administration fiscale et ce au niveau des services fiscaux de rattachement.

1.9 Exclusion des véhicules particuliers de neuf (09) places de l'application de la taxe annuelle sur les véhicules (Art 48 LF 2023) :

Afin de réduire la charge fiscale des entreprises établies en Algérie et disposant de voitures particulières de neuf (09) places, inscrites à l'actif de leur bilan, la LF 2023 a exclu ces véhicules de l'application de la taxe annuelle sur les véhicules de moins de cinq (05) années d'âge.

1.10 Ouverture de l'activité de collecte, de traitement et de distribution des feuilles de tabacs à d'autres opérateurs intéressés (Art.27 et Art 28 LF 2023) :

Avant l'avènement de la LF 2023, la détention des feuilles de tabacs n'était admise que pour les planteurs, les coopératives de planteurs légalement constituées et agréées et les fabricants de tabacs.

Dans un objectif de renforcement du circuit de collecte et de distribution de tabacs en feuilles, et d'inclusion fiscale, la loi de finances 2023 a étendu l'exercice de cette activité de collecte, de traitement et de distribution des feuilles de tabacs aux opérateurs intéressés, sous réserve d'une inscription préalable au registre de commerce et l'obtention d'une autorisation d'exercer délivrée par l'administration fiscale.

1.11 Institution d'un agrément de fabricant de tabacs au titre des produits tabagiques émergents (Art 29 LF 2023) :

Elargissement de la délivrance de l'agrément de fabricant de tabacs aux fabricants de la cigarette électronique et du narguilé, et ce, au même titre que les autres produits tabagiques manufacturés (tabacs à fumer, tabacs à mâcher et à priser).

1.12 Simplification des procédures de traitement du contentieux fiscal (Art 37, 38, 42, et 44 LF 2023) :

Afin de réduire les délais de traitement des dossiers contentieux et la déconcentration des décisions, les mesures ci-dessous ont été prévues par la LF 2023 :

- Relèvement, respectivement à 70.000.000 DA et 30.000.000 DA, des seuils de compétences des chefs de CDI et Chefs de CPI, pour prononcer des décisions contentieuses à la place des Directeurs des Impôts de Wilaya;
- Relèvement de 200.000.000 DA à 300.000.000 DA, du seuil du montant des droits, amendes et pénalités contestés, relatifs aux réclamations contentieuses déposées au niveau des Directions des Impôts de Wilaya, lesquelles requièrent l'avis conforme de l'administration centrale;
- Possibilité de délégation du pouvoir de décision du DGE, des DIW, des Chefs de CDI et CPI, aux agents placés sous leur autorité, pour les cas éligibles à la procédure de dégrèvement d'office, se rapportant exclusivement à des situations de doubles emplois;
- Relèvement de 400.000.000 DA à 600.000.000 DA, du seuil du montant des droits, amendes et pénalités contestés, relatifs aux réclamations contentieuses déposées au niveau de la Direction des Grandes Entreprises, lesquelles requièrent l'avis conforme de l'administration centrale

1.14 Révision à la baisse de la proportion du montant devant être acquittée pour bénéficier du sursis légal de paiement de 30% à 20% (Art.45 LF 2023).

2. MESURES D'INCITATION À L'INVESTISSEMENT

2.1 Institution d'exonérations permanentes et temporaires en matière d'IBS (Art 07 LF 2023) :

Dans le cadre de la LF 2023, les exonérations ci-dessous citées, ont été introduites en matière d'IBS :

- Une exonération permanente au profit des coopératives de la pêche et de l'aquaculture et leur union, bénéficiant d'agrément délivré par leur tutelle, en vue de favoriser leur création.

Cette exonération s'applique uniquement aux opérations réalisées entre sociétaires appartenant à la même coopérative.

- Une exonération temporaire de 5 ans, à compter du 1er janvier 2023, au profit des bénéfices issus des dépôts dans les comptes d'investissement, réalisés dans le cadre des opérations bancaires relevant de la finance islamique.

2.2 Assouplissement du dispositif régissant le réinvestissement des avantages fiscaux accordés dans le cadre des dispositifs de soutien à l'investissement (Art 9 LF 2023) :

La LF 2023 a assoupli les mesures portant sur le réinvestissement des avantages fiscaux accordés dans le cadre des dispositifs de soutien à l'investissement, en prévoyant :

- Réinvestissement de 30% des bénéfices correspondants aux exonérations ou réductions accordées;

- Le montant à réinvestir, est prélevé du montant du bénéfice distribuable de l'exercice concerné, dans la limite de 30% de ce denier;

- Ce réinvestissement doit intervenir dans un délai de quatre (4) ans, à compter de la date de clôture de l'exercice dont les résultats ont été soumis au régime préférentiel;

- Le réinvestissement peut être opéré durant la ou les année(s) qui suivent son exercice de rattachement, dans la limite du délai de quatre (4) ans cité ci-dessus;

- En cas de cumul des montants des avantages fiscaux à réinvestir se rapportant à plusieurs exercices, le décompte du délai quadriennal est calculé séparément pour chaque exercice;

- Les formes d'investissements

Désormais, les opérations de réinvestissement peuvent prendre plusieurs formes, à savoir :

- l'acquisition d'actifs, matériels ou immatériels, entrant directement dans les activités de production de biens et de services;

- l'acquisition des titres de placements;

- l'acquisition d'actions, de parts sociales ou de titres assimilés, permettant la participation dans le capital d'une autre société de production de biens, de travaux publics et de bâtiment ou de services, sous réserve de la libération de la totalité du montant de l'avantage à réinvestir;

- la participation dans le capital d'une entreprise disposant du label «start-up» ou «incubateur», sous réserve de la libération de la totalité du montant de l'avantage à réinvestir.

2.3 Encouragement de la recherche et développement dans les entreprises (Art 11 LF 2023) :

Dans le but d'encourager l'activité de recherche et développement au niveau des entreprises, la LF 2023 a introduit les aménagements ci-après :

- Révision de 100.000.000 DA à 200.000.000 DA du plafond de déductibilité, du résultat fiscal, des dépenses engagées dans le cadre de la recherche et développement au sein des entreprises, et ce à concurrence de 30% au lieu de 10% du revenu ou du bénéfice;

- Octroi du même avantage fiscal aux dépenses engagées dans le cadre d'innovation ouverte, réalisée avec les entreprises disposant du label «star-up» ou «incubateur».

Lors que ces dépenses sont engagées simultanément dans une entreprise, le montant des dépenses déductibles fiscalement est plafonné à 200.000.000 DA.

2.4 Institution d'un régime fiscal propre aux activités exercées sous le statut d'auto-entrepreneur (Art 16 et 51 LF 2023) :

Afin d'adapter la législation fiscale à la loi n°22-23 du 18 décembre 2022, portant statut d'auto-entrepreneur, la loi de finances 2023 a prévu que :

- les activités exercées sous le statut d'auto-entrepreneur, lesquelles seront fixées par voie réglementaire, sont imposables au taux de 5% en matière d'IFU;
- les contribuables éligibles à ce statut doivent réaliser un chiffre d'affaires annuel n'excédant pas 5.000.000 DA.

3. MESURES DE MOBILISATION DES RESSOURCES FISCALES

3.1 Relèvement de la limite supérieure du montant des droits de timbre de quittance (Art.18 LF 2023) :

Les dispositions de la LF 2023 ont relevé, de 2.500 DA à 10.000 DA, la limite supérieure du montant des droits de timbre de quittance devant être acquittés sur les titres (Ex : factures) payées en espèces.

3.2 Soumission de la cigarette électronique à la Taxe Intérieure de Consommation (TIC) (Art. 22 LF 2023) :

Il a été prévu dans le cadre des dispositions de la LF 2023, la soumission de la cigarette électronique à la TIC, au taux de 40%, au même titre que les autres produits tabagiques classiques à fumer, à priser ou à mâcher.

3.3 Relèvement du tarif du droit de circulation sur les alcools et les vins (Art. 25 LF 2023) :

Les dispositions de la LF pour 2023 ont révisé à la hausse les tarifs relatifs aux droits de circulation sur les alcools et les vins et ont supprimé en parallèle la taxe additionnelle de 5% qui était applicable à ces produits.

4. MESURES DE LUTTE CONTRE LA FRAUDE FISCALE

4.1 Extension de la procédure de vérification approfondie de la situation fiscale d'ensemble (VASFE) à l'impôt sur la fortune (Art 34 LF 2023) :

Afin de renforcer davantage les moyens d'intervention de l'administration fiscale lors du contrôle des obligations de déclaration et de paiement en matière de l'impôt sur la fortune, des personnes physiques éligibles à ce dernier, la loi de finances pour 2023 a modifié l'étendue de la procédure de vérification approfondie de la situation fiscale d'ensemble, en y intégrant ledit impôt.

Dés lors, le contrôle qui sera opéré en matière de VASFE portera simultanément sur l'IRG et l'IF.

4.2 Exercice du droit de reprise dans le cas du retrait partiel ou total des avantages fiscaux relatifs aux différents dispositifs préférentiels (Art. 36 LF 2023) :

Dans le cas du retrait partiel ou total des avantages fiscaux octroyés dans le cadre des différents dispositifs préférentiels, la LF 2023 a prévu que le décompte du délai de prescription commence à courir à partir de la date de l'établissement de la décision d'annulation par l'autorité administrative compétente.

Retrouvez toutes les informations de la DGI sur le site www.mfdgi.gov.dz
Ou scannez le QR Code ci-dessous



**AMG**
PETRONAS
FORMULA ONE TEAM**snapdragon**
by Qualcomm

COLLABORATION POUR DES EXPÉRIENCES INNOVANTES

C'est sur le circuit de Silverstone que l'écurie huit fois championne du monde Mercedes a dévoilé sa W 14 pour la saison 2023 de Formule 1, en présence bien entendu de ses deux pilotes britanniques, Lewis Hamilton et George Russell.

Retour de la dominante couleur noire pour la livrée et ambition pour un titre mondial pour la 3ème force du championnat 2022 qui n'a obtenu qu'une seule victoire, à Interlagos (Brésil).

Bien loin de ses standards habituels stratosphériques obtenus de 2014 à 2021. Coté sponsors, l'une des arrivées phares est celle de la marque Snapdragon, appartenant à Qualcomm Technologies, et ancien partenaire de la Scuderia Ferrari en 2022.

Cette collaboration a pour but de tirer parti de la puissance de la plateforme Snapdragon afin de créer des expériences uniques pour les fans, en réel comme en virtuel. L'écurie Mercedes explorera les opportunités de Snapdragon et des autres technologies Qualcomm pour accélérer sa transformation numérique et créer un espace spécifique sur le campus de l'équipe au Royaume-Uni, à Brackley.

Snapdragon est la marque de produits grand public de Qualcomm Technologies. Les plateformes Snapdragon enrichissent les expériences sur de nombreux smartphones, appareils de jeu, voitures connectées, PC et appareils portables haut de gamme dans le monde. Le logo Snapdragon figurera sur la monoplace 2023 de l'équipe Mercedes, sur les combinaisons de course des pilotes, sur les tenues du personnel, et dans le garage de l'équipe.

- “ **Don McGuire, SVP et CMO de Qualcomm Technologies** : Snapdragon offre des expériences haut de gamme et notre nouveau partenaire demeure le meilleur de son sport. L'équipe de Formule 1 Mercedes-AMG Petronas est la principale équipe technologique de F1, ce qui en fait le partenaire de choix idéal pour la marque Snapdragon. Ensemble, nous nous engageons à réinventer l'expérience des fans en apportant Snapdragon aux fans du monde entier.
- “ **Toto Wolff, Directeur de l'équipe Mercedes-AMG Petronas** : L'innovation est au cœur de notre activité. C'est tout aussi important dans la connexion avec nos fans et la construction du lieu de travail du futur que dans la conception et la création de nos voitures de course. Avec la marque Snapdragon, nous avons le partenaire idéal pour innover et transformer. Nous sommes impatients de créer des solutions uniques et audacieuses à mesure que nous progressons dans ces domaines.
- “ **Richard Sanders, Directeur commercial de l'équipe de Formule 1 Mercedes-AMG Petronas** : Nous sommes ravis d'annoncer notre collaboration avec Qualcomm Technologies et de les accueillir dans notre écosystème de partenaires en expansion.

Avec plusieurs projets passionnants prévus, notre passion commune pour la technologie et l'innovation apportera des avantages notables à nos fans, nos partenaires et notre équipe. C'est formidable d'accueillir la marque Snapdragon et de voir le logo sur notre nouvelle voiture 2023. Nous sommes impatients d'élargir notre collaboration alors que nous entamons notre partenariat renouvelé.



edisoft.dz

CRÉATION HÉBERGEMENT SITES WEB

Sécurisés. Flexibles. Stables

Site web e-commerce - Applications Mobiles
Site web statique - Site web dynamique - Plateforme numérique



Siège Social : B1-80 Centre Commercial El-Qods, Chéraga - Alger

Technique : Tél. : 023 135 823 - Mob. : 0660 172 446 - Fax : 021 341 576
E-mail : support@edisoft.dz

Commercial : Tél. : 023 135 823 - Mob. : 0660 172 445 - 0771 258 128
E-mail : contact@edisoft.dz

A man with dark hair tied back, wearing a brown jacket and khaki pants, is seen from behind. He is carrying a baby in a large, tan-colored backpack. The baby is wearing a light-colored hat and a striped blanket. They are standing on a rocky shore next to a calm body of water, possibly a lake or river, with a forested background.

Le Big Dossier
La start-up

Activité
prospère, à celui qui sait
la porter dans le sens
qui lui convient ;)

QU'EST-CE UNE **dm** ? **Start**

Une Entreprise qui démarre, se définit comme étant une jeune activité innovante, notamment dans le secteur des nouvelles technologies.

La start-up est à la recherche d'un développement démultiplié à travers l'apport d'innovations et de levées de fonds importantes.

Dans l'ère de la Tech, nous vous apportons une meilleure définition à ce type d'entreprise.

Whattssstart-up?

Le nom start-up vient du verbe anglais «to start up», d'origine américaine, cette jeune entreprise au concept innovant se démarque des autres formes juridiques de société. En effet, elle dispose d'un potentiel de croissance élevé et d'une envie d'imposer un produit ou une idée unique (ou peu développée) sur le marché.

- Elle est temporaire, son statut est évolutif, il ne s'agit pas d'un objectif en soi mais une phase particulière, visant à transformer une idée en entreprise stable.

- Elle présente une innovation, ce genre d'entreprise consiste à apporter de la valeur à des clients à travers un produit ou un service totalement inédit. L'enjeu est de concevoir un business model adapté à une clientèle donnée.

- Elle est industrialisable/Reproductible, le modèle conçu doit être réalisable à grande échelle, dans d'autres pays, une fois qu'il fonctionne (Airbnb, Uber).

- Elle dispose d'un potentiel de croissance exponentielle, Plus le nombre de clients augmente, plus les marges sont grandes. Ainsi, la société pourra grandir très vite et se développer assez facilement.

CARACTÉRISTIQUES

La différence fondamentale entre une entreprise lambda et une start-up, est qu'une entreprise est organisée pour exécuter et optimiser un Business Model qui fonctionne, alors qu'une jeune entreprise innovante est organisée pour en trouver un.

La start-up permet de développer et d'accroître rapidement une entreprise sur le marché, elle a pour objectif de créer et d'édifier un business model solide et efficace qui pourra être repris et amélioré par d'autres. Ainsi, elle propose un mode de lancement, de gestion et de distribution d'un produit ou d'un service d'un nouveau genre aux citoyens. Le business model qu'elle adopte doit être industrialisable et réalisable à grande échelle.

Autre caractéristique de distinction par rapport aux autres entreprises, c'est l'utilisation ou la conception des nouvelles technologies. La plupart des sociétés innovantes exercent sur le marché du numérique, de la santé, de l'environnement ou encore de la biotechnologie.

AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS

La start-up confère des avantages mais présente également quelques inconvénients.

▲ **Avantages** : L'esprit entreprise innovante est une manière différente de voir les choses différentes.

- Le développement d'un esprit créatif constitue un avantage dans ce type d'entreprise, d'ailleurs avec d'autres facteurs, ce caractère concourt certainement à la réussite de la PME. L'esprit créatif permet d'innover et d'éviter toute forme statique au sein de l'entreprise. Cette forme d'entreprise est appréciée pour l'atmosphère qui y règne. Le but est de briser les conduites conventionnelles, de simplifier les échanges afin d'améliorer les relations entre employés et employeurs.

- Un autre avantage est l'encadrement souple. En effet, lorsqu'on travaille en start-up, il existe moins de règles strictes à suivre. Par exemple, les codes vestimentaires décontractés des employés ou encore la flexibilité des horaires de travail. Ainsi, l'abolition des formules et des réglementations contraignantes permet d'instaurer une ambiance motivante au travail, et d'améliorer le rendement de la jeune entreprise.

▼ **Inconvénients** : L'absence d'encadrement strict peut parfois constituer un point contraignant dans la vie de l'entreprise.

- En raison de la discrétion de la hiérarchisation au sein de cette forme entrepreneuriale, il peut s'avérer difficile de prendre des décisions dans certains cas.

- L'entreprise n'hésitera pas à embaucher et à promouvoir rapidement, ce qui entraîne forcément des erreurs de casting et/ou une pression difficile à supporter pour les nouveaux en poste.

- Se retrouver en manque de moyens financiers nécessaires à la concrétisation de ses projets. De ce fait, il n'est pas rare de voir certaines start-up déclarer faillite après la phase de lancement.

C R É A T I O N



Sur
la base du
vocabulaire marketing,
on parle alors d'une
"innovation incrémentale".

Quelle que soit sa définition, la création d'une start-up se fait dans le but de développer une activité innovante ou d'exploiter un marché en croissance ou arrivant à maturité. De ce fait, ce type de structure ne dispose pas d'un modèle économique prédéfini.

Cela peut rendre la structuration de l'entreprise et la mise en place d'un plan d'action difficile. La création d'une start-up requiert, par ailleurs, un investissement conséquent afin de financer la croissance qui se veut être exponentielle et rapide. Pour garantir le développement d'une start-up, l'entrepreneur se doit de trouver un modèle économique innovant et pérenne.

Le choix de la forme juridique ainsi que la rédaction des statuts de l'entreprise doivent se faire de manière à garantir une certaine adaptabilité et flexibilité pour permettre la croissance de la start-up et son évolution vers une forme de plus grande envergure au fil des années.

La création d'une start-up passe par plusieurs étapes de la phase de préparation à la phase de concrétisation du projet. La première étape consiste à trouver une idée de start-up et la dernière à créer la société. ”



LES ÉTAPES À PRENDRE

Etape 1 : Trouver l'idée et faire une étude de marché : avant de penser à monter son entreprise, il est important de trouver une idée. Cette idée doit répondre à la demande et être adaptée au marché visé. Pour cela il faudra d'abord :

- Lister ses compétences
- Définir une idée qui sera utile
- Formuler clairement l'idée
- Essayer de formuler toutes les questions qu'un client potentiel pourrait se poser face à cette idée

Une fois que l'idée est claire et réfléchie, il est nécessaire de faire une étude de marché, elle consiste à utiliser un ensemble de techniques marketing (sondages, statistiques...), elle vise aussi à mesurer, analyser et comprendre les besoins et attentes d'une population définie sur un territoire donné. À la fin de son enquête, l'entrepreneur pourra définir les clients cibles et son positionnement commercial.

Etape 2 : Effectuer un business plan : la réalisation du business plan est une étape incontournable pour tout entrepreneur. Son importance est encore plus accentuée pour les start-up, car il va certainement falloir convaincre des investisseurs afin de compléter le financement du projet.

En outre, la start-up doit établir un plan d'affaires, un plan financier prévisionnel et une présentation virtuelle du projet. Cette étape permet de valoriser le projet et d'anticiper sa rentabilité.

Pour effectuer un premier pas dans le secteur d'activité, il est possible de recourir à la "Love Money", somme d'argent récoltée auprès de la famille et des amis. La love money est une alternative intéressante.

Il est possible de créer sa start-up sans argent et ensuite effectuer une levée de fonds. Pour que le lancement d'une start-up soit une réussite, il est indispensable de présenter des arguments solides et crédibles aux investisseurs.

Etape 3 : Faire connaître l'idée et dénicher des collaborateurs : il est nécessaire de faire connaître l'idée au grand public. Pour commencer, il est possible de recourir à des supports de communication gratuits qui sont utilisés par de nombreux internautes. Les groupes et les pages issus des réseaux sociaux sont d'excellents outils de communication.

En plus d'augmenter la visibilité du produit, les supports de communication offrent également la possibilité de prospecter des clients potentiels et de tester l'intérêt de la communauté pour le type de produit.

Il est assez rare qu'une entreprise qui souhaite évoluer le plus rapidement possible soit composée d'une seule personne. En effet, cette forme d'entreprise requiert des compétences dans différents domaines (commercial, linguistique, logistique, technique etc...) et donc des collaborateurs avec différentes capacités. Bien que les associés d'une start-up aient une vision et des objectifs communs, il est indispensable que chacun dispose d'un rôle qui lui est propre.

Etape 4 : Choisir un statut juridique : nous parlons d'une entreprise qui débute, il est nécessaire de choisir un statut juridique qui sera adapté à une éventuelle évolution. L'enregistrement de l'entreprise au registre du commerce et des sociétés est obligatoire. La procédure de création de la start-up dépendra de la forme juridique choisie.

Etape 5 : Lancer l'idée : une fois le statut juridique défini, et les démarches pour sa création lancées, il faut tester concrètement le produit (l'idée) sur le marché. Dans le cadre de ce lancement on effectue une pré-commercialisation. Il s'agit de concevoir un prototype et de découvrir les avis.

Cette étape permet également de connaître les premiers résultats sur l'idée, avant de continuer et de visualiser les éventuelles rectifications à effectuer.

Lorsque la phase de recherche est achevée, l'entreprise peut :

- Disparaître, puisque le projet n'a pas atteint sa finalité;
- Intégrer un groupe ou devenir une importante société.

Start-it

Surfez la bonne

Vague

An aerial photograph of a large, curling blue wave. Several surfers are riding the wave. One surfer is on a yellow surfboard, another on an orange one, and others on white and yellow boards. The wave is breaking, creating white foam. The overall color palette is dominated by various shades of blue and white.

**Pour lancer
sa propre
start up
il faut l'idée.**

**Suivez ces
conseils
pour bien
démarrer,
et éviter
les pièges.**

L'idée | ET LA MAÎTRISE

Ce n'est pas l'idée qui fait la startup : oui, on peut être fait pour l'entrepreneuriat même sans avoir une idée de génie. Une idée n'est rien, tant que vous ne la mettez pas à exécution, tout le monde peut avoir l'idée que vous venez d'avoir ou que vous allez avoir, mais peu l'ont vraiment testée et très peu ont osé la changer et la retravailler pour qu'elle s'adapte à la réalité. Penser qu'avoir une idée brillante qui deviendra virale par elle-même avec l'argent d'investisseurs, ce n'est pas de l'entrepreneuriat. C'est espérer que tout aille pour le mieux et c'est ce qu'on appelle du "hope marketing". Et malheureusement, une bonne idée sans exécution, ce n'est pas une startup, c'est juste une dissertation.

Ne trouvez pas une idée, trouvez un problème : dans sa définition la plus simple, un entrepreneur est une personne qui cherche à résoudre un problème et à tirer profit des opportunités sur le marché. Personne, vraiment personne ne veut d'une solution à un problème qu'il n'a pas. Identifiez donc vos propres frustrations du quotidien, celles de votre entourage. Observez, questionnez, intéressez-vous aux problématiques qui vous entourent.

Selon vos goûts personnels, vos compétences, vos aspirations, sélectionnez une thématique sur laquelle vous souhaitez vous pencher, et un public cible. Apprenez tout de ce dernier. Échangez avec lui, identifiez ses problèmes, reformulez-les sous tous les angles.

Sachez distinguer les (nice to have/aimerait avoir) des (must have/doit avoir). Certaines licornes peuvent difficilement être qualifiées de (must have) mais elles restent rares. Encore une fois, misez sur la frustration. À l'idéal, identifiez une niche, c'est-à-dire un marché très étroit et spécifique, qui sera le plus à même de vous donner de l'argent, non pas uniquement lorsque vous aurez trouvé la solution à leur problème mais également pour que vous la trouviez et qu'ils la testent.

Sur-veille : apprenez à connaître vos clients mais aussi votre marché et votre écosystème. Que vous soyez en quête d'idées ou que vous ayez une cible définie en tête, faites de la veille et développez votre culture. Familiarisez-vous avec les autres startups, les levées de fonds, les dernières idées et nouveaux concepts. Vous allez petit à petit acquérir un bagage solide qui apportera un souffle d'inspiration à vos idées actuelles.

Jouez avec le Business Model Canvas : le Business Model Canvas est un outil qui vous permet de détailler le modèle économique de votre entreprise. Il comprend neuf composantes, telles que la proposition de valeur, la segmentation clients, les canaux de distribution etc...

Remplissez donc votre business Model Canvas puis variez les éléments chacun à son tour. Par exemple, modifiez uniquement la case "segmentation clients" : réfléchissez alors à d'autres cibles possibles et toutes les implications qui en découleraient sur l'ensemble de votre business model. Puis changez ensuite uniquement la case "sources de revenus", et si vous faisiez de la location et non pas de la vente? Ce petit exercice de souplesse intellectuelle vous permettra de désacraliser la première idée que vous avez eue et d'identifier éventuellement des opportunités ou alternatives auxquelles vous n'auriez pas pensées.

Croisez les deux "T" Tendances et Traditionnelles : dans une démarche un peu similaire, essayez la technique de bissonation appelée aussi principe de la matrice de découverte qui consiste à combiner deux idées existantes, a priori étrangères, pour en créer une troisième innovante. Ainsi par exemple, appliquez un concept à succès sur un autre public cible ou une autre thématique. Comme le (Facebook pour les animaux, avec Yummypets, le Uber de l'avion avec Wingly, ou le Airbnb de la table d'hôte avec VizEat). Pensez également à croiser des tendances du moment avec des modèles économiques/secteurs traditionnels : la gamification du brossage de dents par exemple (Kolibree) ou le C2C du transport (BlaBlaCar). Construisez vos propres matrices ou jetez un coup d'oeil à la matrice des startups, de nombreux secteurs n'ont pas encore été touchés par les dernières tendances.

Musclez votre créativité : oui, on vous rabâche les oreilles avec ce mot, mais lorsqu'il s'agit de créer, on peut difficilement faire autrement. La créativité n'est pas innée, elle est même contre-intuitive puisqu'elle remet en question vos schémas de pensée, qui sont parfois aussi confortables qu'obsoletes. La créativité se travaille continuellement par différents exercices et techniques.

Aborder les choses autrement pour entraîner votre créativité, essayer de regarder une situation ou un problème sous un autre angle. Concentrez-vous sur des détails ou un aspect que vous auriez naturellement négligé, puis, tentez d'être de plus en plus précis et spécifique. Développez votre empathie et mettez-vous dans la peau de votre cible.

Mais, pourquoi? Une autre façon de muscler sa créativité c'est de se demander "pourquoi?" à chaque étape d'un processus quelconque largement répandu et admis, un processus administratif, technique, commercial, etc... Posez cette question. Vous identifierez plus facilement les faiblesses ou les non raisons d'être de certaines procédures ou certains matériaux utilisés et vous trouverez de nouveaux moyens de résoudre tous les problèmes.

La forme

J U R I D I Q U E

La start-up,

a besoin d'un statut juridique adapté à son activité, il est recommandé d'opter pour l'option actionnaires ou associés, et que leur responsabilité soit limitée à hauteur de leurs apports, ça permettra d'éviter tout engagement de leur patrimoine personnel en cas de faillite.

La Société Par Actions (SPA) constitue le statut juridique idéal pour une jeune entreprise par sa simplicité de création et sa souplesse, elle permet de s'adapter à différents types d'activités.

Le fonctionnement de la SPA est régi par les statuts, selon les besoins des créateurs, les différentes prises de décision sont réalisées lors d'assemblées générales.

Grâce à sa flexibilité, elle permet l'entrée et la sortie d'associés au capital.





le cuisinier
sait faire la cuisine,
les ingrédients font le
GOUT



BEBOLA, Soccer United

Abdenour SACI
Directeur de la rédaction
contact@bebola.dz

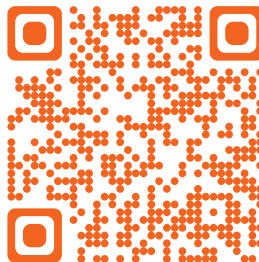
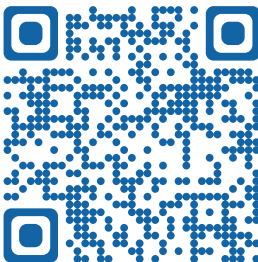
بي بولا، تطبيق جزائري مجاني وكامل المعطيات في مجال كرة القدم الجزائرية والدولية، نذكر بطولة الدوري الجزائري، الإنفليزي، الإسباني، الإيطالي، الألماني والفرنسي. إضافة لهذا بي بولا تغطي كل الكؤوس بما فيها الجزائرية و الدولية، وأهمها أبطال أوروبا، الدوري الأوروبي، كؤوس السوبر و الأندية، كأس العالم و كأس إفريقيا للأمم... سهل وبسيط الإستعمال بي بولا يسمح لمستخدميه الإطلاع على كل الأرقام، نذكر منها برامج المباريات، النتائج، عدد الأهداف المسجلة، عدد النقاط، مباريات الفوز والخسارة، أحسن هجوم و دفاع، أحسن الهذافين و المزيد. التطبيق بي بولا يسمح أيضا بمتابعة كل مباريات الكؤوس الجزائرية والدولية.

1 / نقاط قوة ببولا

- الإنفراد والمصداقية (موقع رسمي به رابط تنزيل)
- المواطنة والقرب من الجمهور
- الإشعارات الإعلامية والإعلانية
- مزيد من الأرقام ونص أقل (سهولة الوصول والتكيف والولاء للجمهور)
- برنامج مباريات البطولة والكأس (الأيام والأوقات)
- إحصائيات وبيانات وترتيب ونتائج نوادي مفصلة للغاية ، جميع المسابقات (الكؤوس والبطولات)
- ترتيب الفريق المسجل والتلقائي
- معلومات وإحصائيات حديثة ومحدثة
- قائمة النتائج المخصصة لجميع المباريات التي لعبت في المنزل من قبل الفرق
- قائمة النتائج الشخصية لجميع المباريات التي لعبتها الفرق
- سجلات الفريق الشخصية (الكؤوس والبطولات)
- نتائج المباريات المباشرة : هامش الوقت من 1 إلى 5 دقائق
- العرض المباشر والمستمر للمعلن في يد المستخدمين
- عرض متنوع ومجاني وفوري للمعلن
- يشارك ببولا في تطوير ثقافة كرة القدم للمواطن (ولاء من خلال الإشعار)
- مقابلة المواطن بإشعارات في عدة مناسبات (نص أو صورة) الأعياد الدينية والوطنية، التهنئات والتشجيعات ...

2 / ببولا vs المنافسين

- نحن افضل من منافسينا من حيث :
- التفرد (تطبيق فريد في الجزائر ومبتكر)
- التصميم
- الإحصاء
- المعلومات الفنية
- المحتويات
- التحسين
- المصداقية
- سهولة الاستخدام
- الميزات
- سهولة الوصول





bebola
كرة القدم
جزائرية و دولية

عبد النور
ساسبي
مدير التحرير ومدون





Dr. Manel NAILI
DIRECTRICE GÉNÉRALE
AGI | Algeria Geomatics Innovation
algeriageomaticsinnovation.dz
agi.info.agi@gmail.com,
0797 962 433 | 0696 749 306

ALGERIA GEOMATICS INNOVATION

Dr. Manel NAILI, experte à la délégation nationale aux risques majeurs, correspondante du réseau des Professionnels Africains de la géomatique et enseignante à l'Université des Sciences et de la Technologie Houari Boumédiène (USTHB).

Startup Algérienne des services de la
Géomatique et l'Innovation Territoriale.

Elle facilite la gestion des risques des
catastrophes avant, pendant, et après.



A woman wearing a pink hijab is seated at a white desk, viewed from behind. She is working on a laptop that displays a cityscape at night. On the desk, there are three rolled-up documents in brown paper and a small stack of papers. The background is a plain, light-colored wall.

Dr. Manel NAÏLI

Majeure de promotion

Créatrice de
AGI | Start-up

Première application
d'étude des restes
d'essais nucléaires

À la tête du
Réseau des
Professionnels
Africains de la
Géomatique
en Algérie.

AVEC LA RÉVOLUTION
TECHNOLOGIQUE NOUS NE
POUVONS PAS IMAGINER
UNE GESTION DES RISQUES
DE CATASTROPHES EN
S'APPUYANT SUR LES
DONNÉES CLASSIQUES.

LA GÉOMATISATION EST LA
MEILLEURE TECHNIQUE
INNOVANTE POUR LES
PLANS (ORSEC, PII, PPMR,
PEU, SEIU).

CETTE TECHNOLOGIE EST
LABÉLISÉE SOUS LE
NUMÉRO 0802212011, MAIS
AUSSI AVEC UN BREVET
DÉPOSÉ AU NIVEAU DE
L'INAPI SOUS LE NUMÉRO
210117.



SERVICE RAPIDE
CARTOGRAPHIE



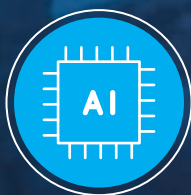
WEB GIS - DASHBOARD
BD GÉOGRAPHIQUE



TRAVAUX
TOPOGRAPHIQUES



INNOVATION
TERRITORIALE



INTELLIGENCE
ARTIFICIELLE



GEOMATISATION
2D - 3D

MON BREF PARCOURS

Algeria Geomatics Innovation AGI, trouve ses origines dans la formation de sa fondatrice. En 2015, moi, Dr. Manel NAÏLI parvient à décrocher ma licence en géomorphologie et protection de l'environnement à l'université des sciences et des technologies Houari Boumédiène. Une fois le diplôme en poche, j'ai choisi de m'aventurer encore plus, à l'université de Batna 02 afin d'étudier la géomatique pour l'action territoriale. Avec une thèse de fin d'étude qui s'intitule Géomatisation des Plans d'Organisation de la Réponse à la Sécurité Civile (ORSEC).

En 2017, j'ai soutenu avec mention et suis classée majeure de la promotion au niveau de l'institut des sciences de la terre et de l'univers. Juste après je suis directement recrutée au niveau du Bureau d'Études National pour le Développement Local (BNEDER).

En 2018 j'ai été recrutée à l'Institut National de Cartographie et de Télédétection (INCT) au niveau de la sous-direction de recherche et de développement comme ingénier chargée des travaux cartographiques. En 2018 j'ai octroyé un concours de doctorat à l'université de Badji Mokhtar dans la wilaya de Annaba.

Recrutée en 2019 à l'Agence Nationale d'Urbanisme comme chercheur, j'ai publié mon premier article sur le coronavirus tout de suite sanctionné par un prix national dans le cadre de la lutte contre ce fléau, et qui s'intitule "La géomatisation de l'offre de soins covid-19 pour le plan d'organisation de la réponse à la sécurité civile".

Dr. Manel NAÏLI, est ensuite placée à la tête du Réseau des Professionnels Africains de la Géomatique en Algérie (RPAG).

En 2021, j'ai décidé de lancer mon propre projet "Géomatisation des plans ORSEC" (GEORSEC) comme concept innovant en partenariat avec Algerian Start-up Fund (ASF), un projet concrétisé par la start-up Algeria Geomatics Innovation, puis validé et incubé par l'Agence nationale des parcs technologiques (ANPT).

SERVICES

1 - Service de cartographie rapide : C'est un service d'aide à la décision aux moments de crises :

- Risques nucléaires
- Risques d'inondations
- Risques feu de forêts
- Risques sanitaires
- Pollutions...

2 - Service GEORSEC : C'est un service innovant qui facilite l'intervention avant, pendant et après la catastrophe. Ce service consiste à minimiser les dégâts bien en avant. Notre projet consiste à prévenir les risques avec la notion qu'un dinar en prévention mieux que 5 dinars en intervention.

3 - Laboratoire de recherche en géomatique : L'AGI possède un laboratoire de recherche en géomatique composée de plusieurs consultants de différentes universités. Le laboratoire possède une revue scientifique, nous vous invitons à la trouver à travers notre site AGI : algeriageomaticsinnovation.dz/journal

Nous remercions toutes les entités Nationales publiques et privées qui nous ont fait confiance et que nous accompagnons dans un parcours qui nous a toujours passionné.

HUMAN LIVES MATTER

Devrions-nous avoir peur de l'inconnu
comme nous le conseillaient nos mamans?!



Face à l'arrivée et la vitesse de déploiement de ChatGPT, Google est bousculé et obligé à lancer le Google Bard, et par la même occasion les métiers de la prestation intellectuelle.

Avec ses réponses bluffantes de réalisme, ChatGPT, robot conversationnel créé par la startup californienne OpenAI, ne cesse de faire couler de l'encre. Rédaction d'un texte, création d'un programme informatique, réponses à un examen... ChatGPT sait presque tout faire. Jusqu'à affronter Google sur son propre terrain en permettant d'obtenir une réponse unique à une recherche et de se défaire ainsi des dizaines de pages de Google à trier.

Mais cette nouvelle technologie engendre des questions quant à ses limites et ses dérives et relance inévitablement la question du remplacement de l'humain par les robots. D'autant plus que désormais, les métiers de la prestation intellectuelle pour lesquels ce type de technologie est utile sont finalement les premiers ciblés. Alors voici quelques mesures que ChatGPT pourrait avoir un impact sur ces métiers de la prestation intellectuelle.

À QUELS MÉTIERS DE LA PRESTATION INTELLECTUELLE CHATGPT S'ADRESSE-T-IL LE PLUS ?

La technologie de ChatGPT peut être utile à tout le monde et être utilisée par tous les métiers de la prestation intellectuelle (notaire, architecte, avocat, comptable, formateur etc...). Autour de moi, tout le monde l'utilise ne serait-ce que pour rédiger un mail type. Ce qui est pratique c'est de poser la question en langage naturel et d'obtenir une réponse en langage naturel également. Le résultat reste parfois améliorable, chacun doit ensuite voir s'il est nécessaire de retravailler le rendu ou s'il peut le transmettre sans rien changer.

EN QUOI CHATGPT POURRAIT ÊTRE PLUS UTILE QUE GOOGLE POUR AIDER LES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS DE LA PRESTATION INTELLECTUELLE ?

C'était évident qu'un jour Google se ferait bousculer par l'arrivée de nouveaux acteurs mais la question était de savoir qui en serait à l'origine. Aujourd'hui nous assistons à deux accélérations parallèles : l'intelligence artificielle et le web décentralisé. Avec ChatGPT on va au plus loin possible de la décentralisation. De plus, lorsque l'on procède à une recherche, Google donne plusieurs pages de réponses qu'il faut trier alors que ChatGPT ne donne qu'une seule réponse. Réponse qui n'est pas décalée et qui, pour la plupart des sujets, est supérieure à ce que l'on serait capable de faire soi-même. La réponse est toujours très polie voire parfaite. ChatGPT résout donc le problème des trois pages de réponses trop longues proposées par Google.

PEUT-ON CONSIDÉRER CHATGPT COMME UNE LEGALTECH? PEUT-IL DÉTRÔNER LES LEGALTECHS DÉJÀ SUR LE MARCHÉ ?

Il s'agit d'une tech dans tous les domaines donc oui ! Mais il ne détrônera pas les legaltech existantes car celles-ci s'appuient sur les données de l'entreprise. D'autant qu'en posant une question à ChatGPT, celui-ci apportera une réponse puis orientera vers d'autres outils spécifiques. Toutes les Legaltech qui se basent sur les données de l'entreprise seront meilleures et plus adaptées que ChatGPT qui s'appuie davantage sur des données publiques. Les legaltech actuelles ne doivent donc pas se sentir menacées.

A QUEL POINT LA TECHNOLOGIE PEUT INFLUENCER CERTAINS MÉTIERS DE LA PRESTATION INTELLECTUELLE TELS QUE LA PRISE DE DÉCISION ?

NICE BUT NOT MUST!

Concernant la prise de décision, l'enjeu réside dans la qualité de l'analyse des données qui lui sont apportées. Ce n'est pas le rôle d'une Intelligence Générale Artificielle (AGI) comme ChatGPT mais plutôt d'une Super Intelligence Artificielle (ASI) qui, si elle est bien faite, apportera une réponse nuancée qui pourra vraiment aider. D'autant plus que ChatGPT est très poli et ne prendra donc pas le risque de formuler une prise de parti ou de décision.

Nous ne sommes pas persuadés qu'une technologie soit utile pour ce type de mission, et nous ne sommes jamais dit que l'on gagneraient du temps en utilisant une ASI ou une AGI. En fait, ce type de technologie c'est un "nice to have" mais pas un "must have".



THIS OR THAT ?

Ça pourrait coûter bonbon !



QU'EST-CE QU'IL EN EST DU DROIT PAR EXEMPLE ?

C'est une question compliquée. Alors que l'on pensait que les robots remplaceraient l'humain sur des métiers physiques, on découvre que ce sont finalement les métiers de la prestation intellectuelle qui sont davantage en danger car une profession qui nécessite une présence humaine sur le terrain ne pourra jamais échanger ses salariés contre une technologie.

Aujourd'hui, les professionnels du droit en europe doivent traiter un pourcentage très faible des litiges, une technologie telle que ChatGPT pourrait les aider à traiter un pourcentage de litiges plus élevé. Il n'y aurait donc pas de menace car, en cas de litige, ChatGPT aurait tendance à rester prudent et à orienter la personne vers un avocat, un commissaire de justice ou autre. De plus, le professionnel du droit est amené à prendre des risques dans son approche, on pense à ses décisions. ChatGPT ne prendrait jamais ce type de risque qui pourrait alors impacter la société, il serait alors techniquement possible de formuler une plaidoirie, par exemple, mais OpenAI n'aurait pas d'intérêts à pousser la technologie jusque-là. En revanche, cela pourrait contraindre les professionnels du droit à devenir encore plus experts.

CHATGPT PEUT-IL REPRÉSENTER UN RISQUE ÉTHIQUE ?

On a le sentiment qu'il y aura une réglementation mondiale. Le principal problème est celui de la réponse unique. Sam Altman, président d'OpenAI, a inondé le monde avec une technologie dont lui et son équipe ont décidé les paramètres. Mais quels sont ces paramètres? Comment les ont-ils choisis? Comment ont-ils défini ce qui était bien ou mal? Il faudrait savoir dans quelle mesure cette réponse unique donnée par ChatGPT est influencée.



Madjid IMADALOU
DIRECTEUR GÉNÉRAL
EURL MM Communication
exhibition@ictmaghreb.com



[event] makers

ORGANISATION & GESTION

ÉVÉNEMENTS
NATIONAUX &
INTERNATIONAUX

SINCE 2008

COM | EVENT | PRINT



• • •
SALON INTERNATIONAL
DES TECHNOLOGIES
DE L'INFORMATION
ET DE LA COMMUNICATION
**AU MAGHREB
ET EN AFRIQUE**
• • •

édition



**14-16
MARS
2023**

• • •
Palais de la Culture
Moufdi Zakaria
Alger, Algérie

ALGERIA TECHNOLOGY HUB



ICT MAGHREB

Information and Communications Technology Exhibition & Conference

w e l i g h t y o u r w o r l d



ICT MAGHREB

est né d'une idée simple, mais si ambitieuse
pour notre pays qu'on aimerait en faire un
HUB technologique !

Soyons fous ! Mais pas tant que cela. Quand il
s'agit d'une orientation économique pour
tout un pays, les acteurs et les «stakeholders»
doivent tous être sur la même longueur d'onde,
et y travailler ensemble.

by  MMC



act III

ICT Maghreb, Salon International des nouvelles technologies de l'information et de la communication, est parti sur des objectifs inscrits dans la nature des choses.

la révolution numérique est en train de changer la face du monde.

L'objectif général étant de donner à l'Algérie la place que lui confère sa stature historique et économique en Afrique et dans le monde arabe, pays au potentiel économique énorme, objectif qu'elle affiche clairement à travers le discours de ses autorités et que le Gouvernement s'attelle à concrétiser, il est évident que ce salon s'inscrit dans ce sillage et a l'ambition de participer à cet effort national.

Alors, en Algérie, dont tous les secteurs économiques sont en transition, les autorités publiques ont donné le "La" en créant des ministères dédiés à la numérisation, à la transition digitale, aux startups ...

Les acteurs du numérique ne s'y sont pas trompés et s'engouffrent dans la brèche largement ouverte sur un monde où ils auront leur mot à dire, en travaillant à dynamiser la créativité, ouvrir les imaginaires, car le plus magique dans le monde virtuel, c'est que les idées les plus improbables sont assez souvent les plus réussies !

Mais le monde réel a aussi besoin de se faire booster grâce aux technologies ICT comme les services, l'industrie, l'agriculture, l'écologie, la santé, l'enseignement ...

C'est à cela que se destine ICT Maghreb : être un melting pot technologique pendant trois jours où des acteurs venus d'horizons différents, avec des histoires variées, des backgrounds éloignés, se réuniront autour d'un monde qui les rassemblera par les voies et moyens qui leur offre d'avancer chacun sur son secteur.

Les première et seconde éditions (2021 et 2022) ont été marquées par un contexte particulier dû au Covid. Cela ne les a pas empêchées d'être un succès par la présence quantitative et qualitative de toutes les parties impliquées : autorités publiques, institutions, opérateurs technologiques nationaux, représentations diplomatiques et économiques de plusieurs pays africains, européens et asiatiques, et opérateurs dans le secteur (pas moins de 100 pour chaque édition).



ICT MAGHREB
Information and Communications Technology Exhibition & Conference

Objectifs du ICT MAGHREB 2023

Le succès des 2 premières éditions à tous les niveaux : qualité des participants nationaux et internationaux, partenariats enclenchés, startups lancées et projets concrétisés... Tout cela est confirmé par les rapports et sondages que nous avons effectués pendant et après le salon.

Car il s'agit d'assurer une continuité dans les idées et dans l'avancement des projets. En nous basant sur les retours du salon en 2021 et 2023, nous avons introduit de nouvelles opportunités pour nos exposants et nos visiteurs, et tout autant pour notre économie.

Essentiellement, ICT MAGHREB 2023 vivra des moments intenses grâce à :

1- L'Afrique au cœur ! L'Afrique à l'honneur : Si l'Algérie ouvre ses frontières terrestres pour aller se reconnecter à l'Afrique, berceau de sa propre civilisation la plus lointaine, dans la Tassili N'adjer, dans les confins de sa mémoire millénaire à Sefar, il est d'autant plus indiqué de s'y reconnecter par les nouvelles technologies !

C'est pour cela que ICT MAGHREB construit un pavillon entier de 200 m² dédié à l'Afrique qui sera présente à travers pas moins de 20 pays. Il s'agit bien sûr de (re)tisser ces liens économiques si indispensables à l'avenir du continent et dans lequel l'Algérie représente l'un des pôles économiques les plus dynamiques et les plus ambitieux en termes de ressources pour l'avenir : énergies renouvelables, jeunesse à l'affût des technologies, espaces à exploiter pour des smart cities.

2-Hub technologique et démonstrations on site : ICT Maghreb ne serait pas ce salon des technologies s'il ne devient pas un monde ouvert sur la création numérique et digitale !

L'espace «Démonstration et expérimentation» où tous les exposants peuvent faire des démonstrations et montrer leurs produits mis en œuvre et activés à des clients et des utilisateurs potentiels. Ce sera probablement un espace bien animé !

En 2023, ICT Maghreb sera une vraie vitrine technologique, avec la présentation de quelques-unes des dernières innovations et la découverte des grandes tendances du marché de la technologie !

3- ICT Healthcare : Le Baromètre e-Santé : A l'ère où les systèmes de santé sont à la recherche d'efficacité, la téléconsultation, le télédiagnostic et la télé-expertise s'imposent comme solutions pour répondre à la demande de soin croissante.

Le Baromètre e-Santé proposé est une sorte d'observatoire des comportements face au développement du digital dans la santé dans le but d'améliorer la prise en charge du patient et l'amélioration du parcours du patient.

Le Baromètre e-santé est donc un outil technologique pour l'observation de la propagation des maladies chroniques essentiellement (mise en place d'une cartographie) tels que le diabète, les maladies cardiovasculaires, les maladies neuro-dégénératives; mais aussi les risques de pandémies au vu des nombreux enjeux futurs. Le ministère de la santé a déjà pris une option pour mettre en œuvre ce nouvel outil sanitaire.

J O I N
h e a l t h & t e c h

La Santé : secteur d'exportation d'expertise à partir de l'Algérie ?

Au-delà de l'Algérie, il s'agit d'une solution que nous pouvons proposer à nos partenaires africains à un niveau institutionnel et opérationnel.

L'espace ICT Healthcare, c'est un chemin vers la mise en œuvre d'applications efficaces et peu coûteuses dans le domaine de la santé, comme celles proposées par «Doctus» et «Cleverzone», toutes deux primées lors des concours des ICT Maghreb 2021 et 2022. En 2023, il y en aura d'autres !

4- Conférences et ateliers : ont apporté, en 2021 et 2022, des éclairages sur la vision future et le nouveau monde qui se profile, bâti sur les nouvelles technologies de toute évidence, dans tous les domaines. Cela sera plus confirmé durant cette édition puisque le mode séminaire statique ne sera plus de mise et les conférences prendront un aspect plus pédagogique, plus interactif, plus actif pour les participants, qui en sortiront avec des certifications sur certaines de leurs compétences.

Les thèmes, portés par des personnalités reconnues pour leur savoir et/ou leur savoir-faire, ne seront pas un simple bavardage, mais un véritable enseignement que nous consignerons, en tant qu'organismes, sous forme de recommandations et orientations.

La E-santé et ce qu'elle peut apporter au développement des soins aux personnes, la femme dans les TIC, est-ce une nouvelle forme d'indépendance, l'Afrique peut-elle se dépasser grâce aux nouvelles technologies ? La finance avec la technologie, est-ce la panacée ?

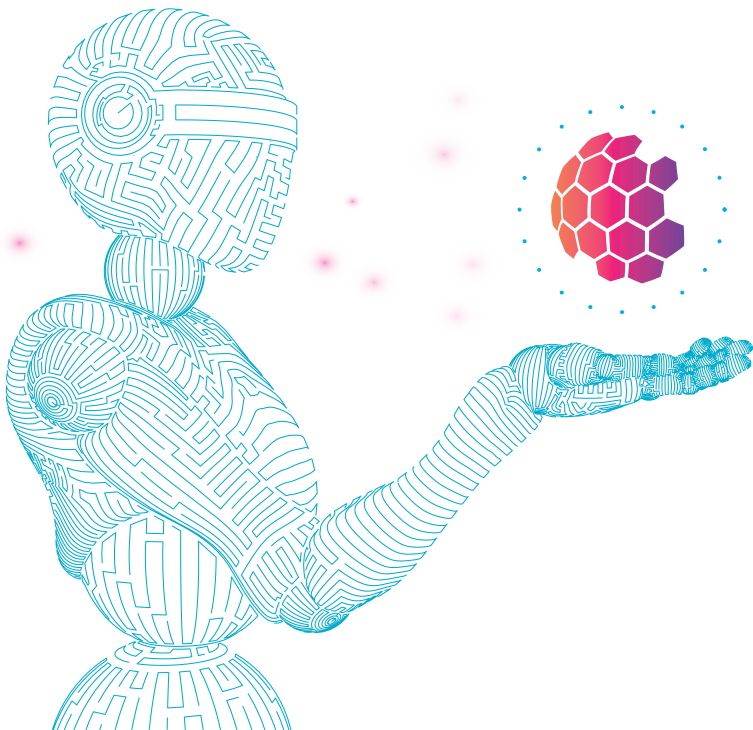
Les nouveaux défis du monde virtuel (cybersécurité, cloud, ...) sont autant de thématiques qui rempliront l'espace du Palais de la Culture d'idées, de questionnements, de propositions, de démonstrations, de thématiques....

5- JunctionX Algérie : un concours pour la créativité IT : Inspiré d'un concours finlandais qui s'est propagé dans le monde entier, preuve que l'Algérien est connecté au monde à travers les moyens technologiques dont il dispose, il s'agit de mettre en relation des entreprises et des jeunes talents innovateurs, porteurs d'idées, pour les mettre en pratique.

ICT Maghreb, s'est associé à ce concours et lui donne plus de visibilité pour les jeunes talents et plus d'opportunités aux entreprises d'en découvrir car il s'agit de trouver des solutions techniques à des problématiques industrielles ou sociales !

Les ingénieurs qui y participent commencent à concourir dès le mois de décembre et proposeront plein d'idées innovantes. Techmology est la startup qui l'organise et Techmology a été soutenue par ICT Maghreb à sa naissance pour devenir aujourd'hui un producteur de services et promoteur de l'intelligence artificielle !

Si l'Algérie se place aux starting-blocks pour (re) devenir leader en Afrique, il est évident que le passage par les TIC sont incontournables. Il s'agit donc d'apporter notre pierre, pour revenir à une expression traditionnelle, à l'édifice de cette ambition !



I C T H E A L T H C A R E

**digital
revolution
is changing
the face of the
world**





IMPRIMERIE NUMÉRIQUE
POUR LES PROFESSIONNELS
DES ARTS GRAPHIQUES

CARTERIE-PAPETERIE
SUPPORT D'AIDE À LA VENTE
DOCUMENTS RELIÉS
BANNER & AFFICHE GRAND FORMAT



044

025 519
025 719

www.eprint-dz.com

info@eprint-dz.com

VILLA N°66 FERME FERROUDJA, BEN OMAR, KOUBA - ALGER-ALGÉRIE



L ' e n v e l o p p e • s u r m e s u r e 



**ENVELOPPES
TOUS FORMATS**

ENVELOPPES & POCHETTES
PRODUITS EN PAQUETS
COURRIER SÉCURISÉ
IMPRESSION PERSONNALISÉE
ENVELOPPES EN POLYPROPYLENE



Z.A. BEN DHANOUN
BP A68, Khemis El-Khechna
35350 Boumerdes, Algérie

T: 024 976 073 / 78 - F: 024 976 055
0770 941 111 / 0555 010 360

faras-international.com



PLAYSTORE



WEB SITE



FARAS INTERNATIONAL
FABRICATION D'ENVELOPPES
T: 024 976 073 / 78 - F: 024 976 055
0770 941 111 / 0555 010 360
faras-international.com
info@faras-international.com

FONDÉE PAR DES PROFESSIONNELS DU MÉTIER DEPUIS

1986



Une marque très répandue en Algérie, créée en 1986 par des professionnels qui ont eux même débuté cette activité depuis 1975, soit 47 ans de savoir faire.

Nous offrons à notre clientèle une gamme d'enveloppe très diversifiée, par le type de papier, les formats ou les couleurs.

36 **ANS**
de savoir
faire



Ozez

l'envelope

Tous nos produits sont disponibles directement sur notre site pour être toujours près, plusieurs points de ventes sont aussi à la portée du citoyen désireux de vivre une qualité irréprochable.

Pour faire voyager une belle image de marque sur une valeureuse enveloppe, nous vous offrons une personnalisation toute en couleur sur toute la gamme d'enveloppes.

Et enfin pour faire la bonne mesure, nous vous livrons à domicile. ”

「 Ils ont osé 」

Ministères •
Banques •
Assurances •
Administrations •
Cliniques •
Laboratoires •

...」

IMPRESSION

PERSONNALISATION COULEUR

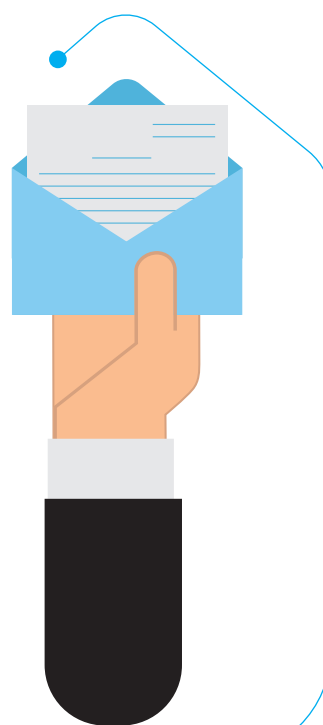
O F F S E T E T F L E X O

L'enveloppe est un vecteur de l'identité visuelle de l'entreprise, elle est au même titre qu'une carte de visite, un papier en-tête ou un document commercial. L'enveloppe porte l'identité de la marque de l'entreprise.

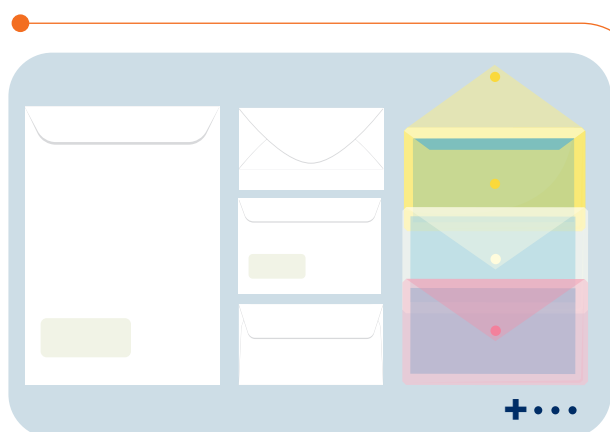
Nous mettons à votre disposition un nouveau présentoir pour la mise en valeur de nos produits avec un explicatif caractéristique :

- Code
- Papier
- Format
- Dimension
- Type de fermeture
- Matière (papier, polypropylène)
- Schémas de l'enveloppe
- Grammage
- Quantité
- Code à barres (EAN13)

ENVELOPPES personnalisées



l'enveloppe
sur mesure



CHOISIR SON ENVELOPPE

Les professionnels font une grande différence entre ces deux types de produits que, bien souvent, les consommateurs appellent petite enveloppe ou grande enveloppe.

L'enveloppe, s'ouvre par le grand côté.
Elle facilite l'insertion des documents (plis peu épais).

La pochette, s'ouvre par le petit côté, en cas de soufflets, les pochettes permettent l'envoi de dossiers épais.

Le bon format classiques avec exemples de pliage de votre feuille A4, ainsi pour une feuille au format A4, A5, etc ..., correspond une enveloppe au format C4, C5... :

- Le format C6 (11,4 x 16,2 cm) pour une feuille A6 (un A4 plié en quatre).
- Le format DL (11 x 22 cm) accueille un A4 plié en trois en accordéon. Ce format est le plus utilisé au monde. Il est aussi appelé C6/5. Toutefois ce format est en train d'être supplanté par le C5/6, qui est légèrement plus grand (114 x 229 mm) destinée surtout pour l'insertion automatique.
- Le format C5 (16,2 x 22,9 cm) est adapté à une feuille A5 (soit un A4 plié en deux).
- Le format C4 (22,9 x 32,4 cm) est destiné à contenir une feuille A4 (21 x 29,7 cm).
- Les formats 24 (26 x 33 cm) ou 26 (28 x 36,5 cm) pour des volumes légèrement plus épais.
- Les formats C4 (22,9 x 32,4 cm), 24 (26 x 33 cm) ou 26 (28 x 36,5 cm) soufflet sont destinées pour des volumes plus épais (dossiers catalogues,...).

Pour rendre le courrier plus officiel et augmenter son impact de communication, beaucoup utilisent une pochette blanche pour l'envoi d'un courrier A4. Plus rigide, plus résistante et souvent réalisée dans un papier de plus fort grammage (blanc, kraft, kraft armé et tyvek), elle est plus belle à l'arrivée et le document qu'elle contient aussi.

CHOISIR LA BONNE FERMETURE

- Patte gommée, patte de rabat à humecter pour fermer utilisée pour les envois mécanisés temps approximatif de conservation du système de fermeture : 2 ans.

- Autocollante, le système le plus rapide : les deux pattes se collent l'une sur l'autre idéal pour les envois manuels ponctuels temps approximatif de conservation du système de fermeture : 6 mois.

- Bande siliconée ou auto-adhésive, le système de fermeture manuelle le plus durable et efficace. Il suffit d'ôter la bande de protection et de plier. Temps approximatif de conservation du système de fermeture : 2 ans.

Ouverture facile : Certaines gammes de produits (exemple : 15211,15215,15251,...) bénéficient d'un système d'ouverture facile : grâce à un pré-découpage dentelé, le destinataire peut ouvrir de manière nette et efficace son enveloppe avec un doigt (pas besoin de couteau).

Enveloppes à fenêtre : Les fenêtres d'enveloppe sont fabriquées principalement avec du Film PVC , ou le papier cristal (sur commande). Les fenêtres sont disponibles en deux dimensions :

- Principale : 45 x 100 mm pour une adresse sur 4 lignes
- Secondaire : 35 x 100 mm pour une adresse sur 3 lignes

Sens de lecture des dimensions de fenêtre et de leurs marges
(utile pour la compatibilité des envois mécanisables)

Enveloppes PP (Polypropylène) : trois formats C5, C4 et FC, transparents et en couleurs, en paquets de 5 boîtes de 125 enveloppes .

ENVELOPPES & POCHETTES

Une large gamme vous est proposée pour vos courriers quotidiens, de la plus simple lettre jusqu'aux dossiers volumineux.

PRODUITS EN PAQUETS

Nos produits en paquets adaptés aux différents usages et cibles (particuliers entreprise).

COURRIER SÉCURISÉ

Un produit protégé et sécurisé pour vos courriers, une gamme de pochettes sécurisées et des produits e-commerce répondant aux besoins de transport sensible.

IMPRESSION PERSONNALISÉE

Un support de campagne à l'occasion d'un mailing par exemple, l'enveloppe est un des vecteurs de l'identité visuelle de l'entreprise.

THE LATE,
by Hoyos

 PRO

TikTok
donne aux
entreprises des
informations
utiles sur
l'audience

*Un nouvel outil commercial de TikTok révèle
des informations sur l'audience qui peuvent
aider à planifier des stratégies de contenu
payant et organique.*



TikTok for companies
Source : TikTok

Destiné aux annonceurs, l'outil d'analyse d'audience réside dans TikTok Ads Manager, les informations de l'outil peuvent aider à guider les plans de contenu organique et payant, car ils sont basés sur les données de tous les utilisateurs de TikTok. Vous pouvez explorer les centres d'intérêt, les comportements et les données démographiques des utilisateurs pour trouver de nouvelles façons d'atteindre vos clients.

L'une de ses fonctionnalités les plus intrigantes est la possibilité d'explorer les dix principaux hashtags avec lesquels votre audience interagit. Vous pouvez commencer à ajouter ces hashtags à vos vidéos pour stimuler rapidement et facilement l'engagement.

Présentation de TikTok Audience Insights : Aujourd'hui, pour aider les annonceurs à mieux comprendre leurs audiences sur TikTok, TikTok lance Audience Insights. Audience Insights est désormais disponible dans le monde entier dans le Gestionnaire de publicités TikTok.

Avec TikTok Audience Insights, vous pouvez :

- Explorer les intérêts, les comportements et les données démographiques des utilisateurs de TikTok pour maximiser les résultats publicitaires et trouver de nouvelles façons d'évoluer.
- Découvrir des informations d'audience agrégées grâce à des paramètres de filtrage faciles à utiliser, le tout avant même d'avoir créé une campagne.
- Renforcer votre flux de travail de planification d'audience avec des données quantitatives et qualitatives pour donner vie à votre persona.

En outre, vous pouvez définir votre propre audience et filtrer les informations à l'aide d'un ensemble robuste de filtres. Voici plus d'informations sur les données fournies par TikTok Audience Insights.

Audience Insights dans le Gestionnaire de publicités TikTok : Accessible via TikTok Ads Manager (Gestionnaire de publicités TikTok), TikTok Audience Insights fournit des informations agrégées sur les utilisateurs qui ont été actifs au cours des 30 derniers jours.

Accédez à l'outil en accédant au Gestionnaire de publicités, en sélectionnant «Rapports» dans le menu de navigation supérieur, puis en cliquant sur «Statistiques sur l'audience».

Définir votre audience : Commencez à configurer votre audience en utilisant le panneau de gauche. Vous pouvez définir votre audience en personnalisant les filtres suivants : les lieux, la traduction, la démographie, les appareils et les centres d'intérêt et comportements (inclut des sous-filtres facultatifs) :

- Catégories des centres d'intérêt pour les annonces affinez votre audience en fonction des personnes qui ont interagi avec des catégories spécifiques d'annonces.
- Interactions vidéo : affinez votre audience par des personnes qui ont visionné et interagi avec des vidéos.
- Interactions avec les créateurs : affinez votre public en fonction des types de créateurs avec lesquels ils ont interagi.
- Interactions avec les hashtags : affinez votre audience par les personnes qui ont regardé des vidéos avec un hashtag spécifique.

Vue d'ensemble de l'audience : Le premier onglet que vous verrez après avoir défini votre audience est l'onglet «Vue d'ensemble de l'audience».

Dans l'onglet «Vue d'ensemble de l'audience», vous pouvez afficher la composition suivante de votre audience : âge, genre, pays, état, système d'exploitation de l'appareil, prix de l'appareil, les 10 principaux centres d'intérêt, les 10 derniers centres d'intérêt

Centres d'intérêt de l'audience : À côté de l'onglet «Vue d'ensemble» se trouve les centres d'intérêt de l'audience, où vous pouvez découvrir les types de contenu et d'annonces avec lesquels votre audience interagit.

L'onglet «Centres d'intérêt» comprend les sections suivantes :

- Top Hashtags : affichez le top 10 des hashtags qui résonnent avec votre audience.
- Catégories des centres d'intérêt pour les annonces : consultez les catégories d'annonces avec lesquelles votre audience a interagi.

Rappelez-vous facilement les informations d'audience que vous découvrez à l'aide de la fonction «Exporter tout», cela téléchargera les données dans Excel pour que vous puissiez y accéder à tout moment.





V E N T U R E G A T E

