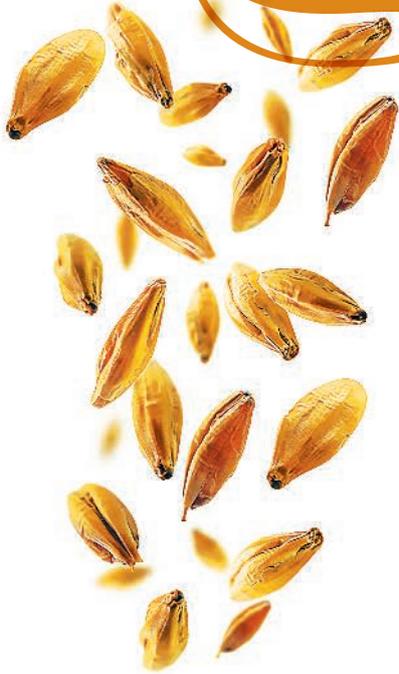


vega

V E N T U R E G A T E



I N N O V A T I V E E C O N O M Y
LES INGRÉDIENTS QUI FONT L'ENTREPRISE MODERNE



G U E S T
B E B O L A

Y1-V05



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, VEGA "Venture Gate", 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 diversifié, 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.

V E N T U R E G A T E



SOMMAIRE

06.

THE PRIME
Creative & Happy
Libérez vos enfants

08.

TISSU ÉCONOMIQUE
weave partnership

12.

ECONOMIE INNOVANTE
simple & efficient

16.

ÉDUCATION & FORMATION
Learn better

20.

INFRASTRUCTURES
ÉCONOMIQUES
Beyond the next

26.

BEBOLA
Football
Startup

30.

MARKETING EN DIRECT
Let's market

34.

MARKETING MOBILE
Play & buy

36.

ESSOR DES ACHATS
Rise market

42.

DEMAIN L'ALGÉRIE
Together we will

48.

INTELLIGENCE
ARTIFICIELLE
Automation

54.

FOCUS
Samsung Galaxy
S23 ultra

56.

THE LATE
Entreprise modèle



Si tu vois des moutons voler,
c'est pas le ciel que tu regardes.

On imagine un projet dans notre tête, sur le terrain on le prouve.



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

“ THE PRIME ”

C R E A T I V E & H A P P Y



Les enfants d'aujourd'hui sont exposés à la technologie dès leur plus jeune âge. Les nouvelles technologies, en particulier l'apprentissage machine et l'intelligence artificielle (IA), peuvent-elles réellement aider les enfants à devenir plus créatifs ?

Ces modèles basés sur l'IA fournissent de l'inspiration, génèrent des idées et offrent des informations qui peuvent aider à stimuler la créativité et encourager les enfants à sortir des sentiers battus. Comment l'IA peut-elle renforcer les compétences créatives des enfants ?

L'économie de l'Algérie a connu un historique positif marqué par une croissance soutenue et une diversification progressive. Malgré les défis auxquels le pays a été confronté, l'Algérie a réussi à développer des secteurs clés, tels que l'industrie pétrolière, l'industrie manufacturière et les services.

Les investissements dans les infrastructures et les politiques de soutien aux PME ont également contribué à une économie solide et prospère. L'Algérie continue de travailler sur la diversification économique et la promotion de l'innovation pour assurer un développement durable et inclusif à l'avenir.

Aujourd'hui l'Algérie est un pays avec une histoire riche et complexe qui a façonné son présent. Depuis son indépendance en 1962, l'Algérie a connu des transformations importantes sur les plans politique, économique et social.

L'économie Algérienne repose en premier lieu sur les ressources naturelles, notamment les hydrocarbures. Le pays est l'un des plus grands producteurs de pétrole et de gaz en Afrique et possède d'importantes réserves. Cependant, l'Algérie s'efforce également de diversifier son économie en développant d'autres secteurs tels que l'agriculture, le tourisme, l'industrie manufacturière et les énergies renouvelables.

L'Algérie joue également un rôle actif sur la scène internationale. Le pays est membre des Nations Unies, de l'Union africaine, de l'Organisation des pays exportateurs de pétrole (OPEP) et d'autres organisations régionales et internationales. Il entretient des relations diplomatiques avec de nombreux pays et participe à des initiatives régionales visant à promouvoir la coopération et la stabilité dans la région.

En somme, l'Algérie d'aujourd'hui est le résultat d'une histoire riche et complexe. Le pays continue de faire face à des défis, mais il s'efforce également de saisir les opportunités pour construire un avenir prometteur.

RECONSTRUCTION POST-INDÉPENDANCE : Après avoir recouvré son indépendance, l'Algérie a concentré ses ressources sur la reconstruction du pays. Des efforts considérables ont été déployés pour réparer et reconstruire les infrastructures endommagées pendant la guerre. Des routes, des ponts, des écoles et des hôpitaux ont été construits pour rétablir les services essentiels et stimuler l'économie.

INVESTISSEMENTS DANS LES SECTEURS CLÉS : L'Algérie a identifié des secteurs clés pour stimuler son développement économique. Des investissements importants ont été réalisés dans l'industrie pétrolière et gazière, qui a joué un rôle majeur dans la croissance économique du pays. De plus, des mesures ont été prises pour développer l'agriculture, l'industrie manufacturière et les secteurs des services.

Diversification de l'économie : Consciente de l'importance de diversifier son économie, l'Algérie a entrepris des actions pour réduire sa dépendance excessive aux revenus pétroliers. Des efforts ont été déployés pour promouvoir d'autres secteurs tels que le tourisme, les énergies renouvelables, l'agro-industrie et les technologies de l'information et de la communication.

CRÉATION D'UN CLIMAT FAVORABLE AUX INVESTISSEMENTS : L'Algérie a mis en place des politiques et des mesures pour attirer les investissements étrangers et encourager l'entrepreneuriat local. Des réformes ont été entreprises pour faciliter les procédures administratives, améliorer la gouvernance économique et offrir des incitations fiscales et financières aux investisseurs.

PROMOTION DE L'ÉDUCATION ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE : La formation de la main-d'œuvre qualifiée est un élément essentiel du développement économique. L'Algérie a accordé une attention particulière à l'éducation et à la formation professionnelle, en investissant dans la création d'établissements d'enseignement supérieur et de centres de formation technique. Cela a permis de développer les compétences nécessaires pour répondre aux besoins du marché du travail et favoriser l'innovation.

VOICI LES PRINCIPALES GRANDES DÉCISIONS POUR UNE ÉCONOMIE SOLIDE ET PROSPÈRE

L'ESSOR DE L'INDUSTRIE PÉTROLIÈRE ET GAZIÈRE :

L'expansion de la production d'hydrocarbures et l'augmentation des revenus pétroliers.
Les investissements dans l'exploration et la production pour accroître les réserves d'hydrocarbures.
La création de sociétés nationales, telles que Sonatrach, pour gérer les ressources énergétiques.

LA DIVERSIFICATION ÉCONOMIQUE ET INDUSTRIALISATION :

Les politiques visant à diversifier l'économie algérienne au-delà des hydrocarbures.
L'encouragement de l'investissement dans des secteurs tels que l'agriculture, l'industrie manufacturière et les services.
La création de zones industrielles et de parcs technologiques pour attirer les investissements étrangers.

LE DÉVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES :

Les investissements massifs dans les infrastructures, y compris les routes, les ports, les aéroports et les réseaux de communication.
La modernisation des infrastructures de transport pour faciliter le commerce intérieur et international.
L'amélioration de l'accès à l'électricité, à l'eau potable et aux services de télécommunications.

L'EXPANSION DU SECTEUR FINANCIER ET BANCAIRE :

La consolidation du secteur financier et l'établissement de banques solides.
La promotion de l'inclusion financière et l'accès aux services bancaires pour la population.
Le développement du marché des capitaux et des institutions financières non bancaires.

LES POLITIQUES DE SOUTIEN AUX PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (PME) :

Les mesures visant à stimuler l'entrepreneuriat et à soutenir les PME.
La création de fonds d'investissement pour financer les start-ups et les entreprises innovantes.
Les initiatives pour promouvoir l'innovation et la créativité dans le secteur privé.

LES PARTENARIATS ÉCONOMIQUES INTERNATIONAUX :

La recherche d'une intégration économique régionale, notamment à travers l'Union du Maghreb arabe (UMA).
Les accords de libre-échange avec des partenaires commerciaux clés.
La diversification des marchés d'exportation pour les produits algériens.

TISSU ÉCONOMIQUE



weave
partnership

L'aiguille, le fil et le tailleur.



La collaboration fructueuse est une communication ouverte et régulière, les parties impliquées doivent maintenir des canaux de communication transparents, partager des informations pertinentes et discuter des objectifs communs.

Lorsqu'il s'agit d'établir un partenariat entre une ambassade, un ministère et un opérateur économique, plusieurs éléments clés doivent être pris en compte pour assurer une collaboration fructueuse.

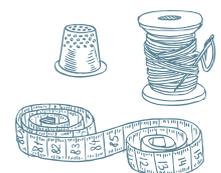
Tout d'abord, une communication ouverte et régulière est essentielle, les parties impliquées doivent maintenir des canaux de communication transparents, partager des informations pertinentes et discuter des objectifs communs. Il est également important de comprendre les besoins et les intérêts de chaque partie. Cela permet d'identifier les domaines de convergence et de trouver des moyens de coopération mutuels.

Il faut aussi définir d'es objectifs communs clairs et mesurables, c'est une étape cruciale. Ces objectifs peuvent être liés à l'exportation, à l'investissement étranger, à la promotion commerciale ou à la résolution de problèmes commerciaux. Ils serviront de base pour les actions conjointes.

Pour assurer le succès du partenariat, il est essentiel de mettre en place des mécanismes de suivi et d'évaluation, ça permet de mesurer les progrès réalisés, d'apporter des ajustements si nécessaire et de s'assurer que le partenariat est sur la bonne voie.

L'échange d'expertise et de ressources est une autre dimension clé du partenariat. L'ambassade ou le ministère peut fournir une expertise, des informations, des réseaux et des ressources gouvernementales, tandis que l'opérateur économique peut apporter son savoir-faire, ses connaissances locales et ses ressources privées.

Alors, pour favoriser la durabilité du partenariat, il est préférable voir important d'encourager l'engagement à long terme, en développant des relations de confiance, en soutenant la continuité des projets et en explorant de nouvelles opportunités de collaboration.



LES OUTILS DU SUCCÈS

DÉVELOPPER LES ÉCHANGES ÉCONOMIQUES

Un partenariat solide entre une ambassade, un ministère et un opérateur économique est un processus complexe, mais essentiel pour stimuler le développement économique et favoriser les échanges commerciaux. Il faut bien noter que conseils ci-après sont primordiaux pour réussir dans cette entreprise.

- **Communication ouverte et transparente** : La communication est la pierre angulaire d'un partenariat solide. Établir dès le départ des canaux de communication ouverts et transparents entre toutes les parties concernées, et s'assurer de partager régulièrement des informations pertinentes, sans oublier de discuter des objectifs communs et de clarifier les attentes mutuelles, ouvre beaucoup de portes aux avancements économiques.
- **Compréhension mutuelle des besoins et des intérêts** : Pour établir une collaboration mutuellement bénéfique, il est essentiel de comprendre les besoins et les intérêts de chaque partie. Il faut prendre le temps d'écouter et de comprendre les priorités de l'opérateur économique, tout en exposant clairement les objectifs et les politiques de l'ambassade ou du ministère. Cela permettra d'identifier les domaines de convergence et de trouver des solutions gagnant-gagnant.
- **Fixation d'objectifs communs** : Définir des objectifs clairs et mesurables pour le partenariat. Ces objectifs doivent être mutuellement bénéfiques et contribuer à la croissance économique des deux parties. Qu'il s'agisse d'encourager les exportations, d'attirer des investissements étrangers ou de faciliter les échanges commerciaux, il faut s'assurer d'avoir une vision commune et partagée de ce qu'il faut accomplir.
- **Mécanismes de suivi et d'évaluation** : La mise en place de mécanismes de suivi et d'évaluation est essentielle pour mesurer les progrès réalisés et apporter des ajustements si nécessaire. Établir des indicateurs clés de performance et planifier régulièrement des évaluations pour évaluer l'efficacité du partenariat est aussi primordial que nécessaire. Cela permettra de corriger les problèmes potentiels à un stade précoce et de maintenir une trajectoire positive.
- **Partage d'expertise et de ressources** : Un partenariat réussi repose sur un échange mutuel d'expertise et de ressources. L'ambassade ou le ministère peut fournir des informations stratégiques, des contacts et des ressources gouvernementales, tandis que l'opérateur économique peut apporter son savoir-faire, son expérience du marché local et ses ressources privées. Encouragez cette collaboration pour maximiser les avantages pour les deux parties.
- **Engagement à long terme** : Pour réussir, un partenariat doit être basé sur un engagement à long terme. Il faut faire preuve de persévérance et de patience, car les résultats peuvent prendre du temps à se concrétiser. Il est aussi important de cultiver des relations de confiance et maintenir un dialogue continu pour favoriser la continuité du partenariat et explorer de nouvelles opportunités de collaboration.

UNE VALEUR AJOUTÉE À L'ÉCONOMIE

La construction d'un partenariat solide entre une ambassade, un ministère et un opérateur économique nécessite un investissement en termes de communication, de compréhension mutuelle, d'objectifs communs, de suivi et d'évaluation, de partage d'expertise et d'engagement à long terme. En suivant ces conseils, c'est la voie du succès qui vous mènera vers le partenariat souhaité, créant ainsi un environnement propice à la croissance économique et aux échanges commerciaux mutuellement avantageux.

- **Promotion des exportations** : Les ambassades jouent un rôle clé dans la promotion des produits et services du pays d'origine auprès du pays hôte. Elles identifient les opportunités commerciales, organisent des événements de promotion commerciale, participent à des foires et des expositions, et facilitent les rencontres entre les entreprises locales et celles du pays d'origine. Cela favorise les exportations en augmentant la visibilité des produits et en établissant des contacts commerciaux entre les entreprises et les pays hôtes.
- **Encouragement de l'investissement étranger** : Les ambassades sont souvent impliquées dans la promotion de l'investissement étranger dans leur pays d'origine. Elles identifient les opportunités d'investissement, fournissent des informations sur le climat des affaires, les réglementations et les incitations, organisent des rencontres entre les investisseurs potentiels et les acteurs économiques locaux, et facilitent les démarches administratives. L'investissement étranger contribue à la création d'emplois, au transfert de technologies et au développement économique.
- **Facilitation des relations commerciales** : Les ambassades jouent un rôle de médiation et de facilitation entre les entreprises du pays d'origine et celles du pays hôte. Elles aident à résoudre les problèmes et les obstacles commerciaux, facilitent les contacts avec les autorités locales, les institutions financières et les partenaires commerciaux potentiels. Elles contribuent ainsi à renforcer la confiance entre les acteurs économiques et à faciliter les échanges commerciaux.
- **Veille économique et information stratégique** : Les ambassades collectent et analysent des informations économiques, politiques et commerciales sur le pays hôte. Elles fournissent des rapports, des analyses et des conseils aux entreprises de leur pays d'origine, ce qui leur permet de prendre des décisions éclairées et d'adapter leurs stratégies commerciales en fonction des conditions du marché. Cette veille économique constitue une valeur ajoutée importante pour les entreprises qui souhaitent s'implanter ou étendre leurs activités à l'étranger.

UN RÔLE TRÈS FLUIDE

Les ambassades apportent une valeur ajoutée économique en favorisant les exportations, en encourageant l'investissement étranger, en facilitant les relations commerciales et en fournissant des informations stratégiques. Leur rôle de promotion, de facilitation et de veille contribue au développement économique du pays d'origine et renforce les liens économiques avec le pays hôte.

Le tissu économique entre l'ambassade et le ministère concerné peut varier en fonction du pays et de ses structures gouvernementales spécifiques. Cependant, généralement, il existe une relation étroite entre l'ambassade et le ministère des Affaires étrangères (ou un ministère équivalent) du pays d'origine.

L'ambassade agit comme un lien entre le ministère des Affaires étrangères et les acteurs économiques. Elle communique régulièrement avec le ministère pour échanger des informations, discuter des stratégies économiques, rendre compte des développements sur le terrain et recevoir des orientations.

L'ambassade est chargée de mettre en œuvre les politiques économiques et commerciales définies par le ministère concerné. Elle peut jouer un rôle de conseil en fournissant des informations et des analyses sur le pays hôte, notamment en ce qui concerne le climat des affaires, les opportunités économiques, les réglementations et les obstacles potentiels.

De plus, l'ambassade collabore souvent avec d'autres ministères du pays d'origine qui ont des compétences spécifiques liées à l'économie, au commerce ou à l'investissement. Par exemple, elle peut travailler en étroite collaboration avec le ministère du Commerce, le ministère de l'Industrie, le ministère du Développement économique, etc. Cette collaboration permet d'aligner les efforts et les ressources pour promouvoir les intérêts économiques du pays d'origine dans le pays hôte.

En résumé, le tissu économique entre l'ambassade et le ministère concerné repose sur une relation de collaboration et de coordination. L'ambassade agit comme un relais entre le ministère des Affaires étrangères et les acteurs économiques, en mettant en œuvre les politiques économiques définies par le ministère et en fournissant des informations stratégiques pour faciliter la prise de décision.

LES CONSEILS D'UN PARTENARIAT

- **Établir une communication ouverte et régulière** : La clé d'un partenariat réussi est une communication transparente et constante entre toutes les parties concernées. L'ambassade / ministère et l'opérateur économique doivent maintenir des canaux de communication ouverts, partager des informations pertinentes, discuter des objectifs communs et des attentes mutuelles.
- **Comprendre les besoins et les intérêts de chaque partie** : Il est important de prendre le temps de comprendre les besoins, les intérêts et les priorités de l'opérateur économique ainsi que ceux de l'ambassade / ministère. Cela permettra d'identifier les domaines de convergence et de trouver des moyens de coopération mutuellement bénéfiques.
- **Définir des objectifs communs** : L'ambassade / ministère et l'opérateur économique doivent définir des objectifs communs clairs et mesurables pour leur partenariat. Cela peut inclure des objectifs liés à l'exportation, à l'investissement étranger, à la promotion commerciale, à la résolution de problèmes commerciaux, etc. Ces objectifs partagés serviront de base pour les actions conjointes.
- **Mettre en place des mécanismes de suivi et d'évaluation** : Il est essentiel de mettre en place des mécanismes de suivi et d'évaluation pour mesurer les progrès réalisés et apporter d'éventuels ajustements. Cela permettra de s'assurer que le partenariat est sur la bonne voie et d'apporter les modifications nécessaires pour atteindre les objectifs fixés.
- **Favoriser l'échange d'expertise et de ressources** : Le partenariat doit être mutuellement bénéfique, où chaque partie apporte une valeur ajoutée. L'ambassade / ministère peut fournir une expertise, des informations, des réseaux et des ressources gouvernementales, tandis que l'opérateur économique peut apporter son savoir-faire, ses connaissances du marché local et ses ressources privées. L'échange d'expertise et de ressources renforce la collaboration et accroît les chances de succès.
- **Encourager l'engagement à long terme** : Les partenariats solides se construisent sur la durée. Il est important d'encourager l'engagement à long terme entre l'ambassade / ministère et l'opérateur économique, en développant des relations de confiance, en soutenant la continuité des projets et en explorant de nouvelles opportunités de collaboration.

En se basant sur ces points, l'ambassade, le ministère et l'opérateur économique peuvent établir un partenariat solide et bénéfique à toutes les parties, favorisant ainsi le développement économique et les échanges commerciaux entre les deux pays.



**& simple
efficient**



INNOVATIVE
& MODERN
COMPANY

ten again

- 01 ■ **Encourager la recherche et le développement (R&D)** : Investir dans la recherche scientifique et technologique est essentiel pour favoriser l'innovation. Il est important de soutenir les universités, les centres de recherche et les entreprises innovantes, en leur accordant des ressources financières et logistiques adéquates.
- 02 ■ **Favoriser l'entrepreneuriat et l'innovation** : Créer un environnement propice à l'entrepreneuriat en simplifiant les procédures administratives, en offrant des incitations fiscales et en établissant des programmes d'accompagnement pour les start-ups et les entrepreneurs. Encourager l'innovation ouverte, la collaboration entre les entreprises, les universités et les institutions de recherche.
- 03 ■ **Investir dans l'éducation et la formation** : Développer un système éducatif axé sur les compétences du 21^e siècle, avec une emphase sur les domaines liés à la science, à la technologie, à l'ingénierie et aux mathématiques (STIM). Former une main-d'œuvre qualifiée, capable d'adopter et d'appliquer de nouvelles technologies.
- 04 ■ **Créer des clusters et des écosystèmes d'innovation** : Favoriser la concentration géographique d'entreprises, d'institutions de recherche et de fournisseurs de services dans des domaines spécifiques, pour stimuler les synergies et les collaborations. Ces clusters peuvent favoriser le partage des connaissances, l'accès aux ressources et l'échange d'idées.
- 05 ■ **Renforcer la protection de la propriété intellectuelle** : Mettre en place des lois et des mécanismes de protection de la propriété intellectuelle pour encourager l'innovation en garantissant aux innovateurs et aux entreprises le droit de bénéficier des fruits de leurs efforts.
- 06 ■ **Stimuler l'investissement dans les infrastructures** : Développer des infrastructures modernes, telles que les réseaux de télécommunications à haut débit, les parcs technologiques et les incubateurs d'entreprises. Ces infrastructures sont essentielles pour soutenir l'innovation et attirer des investissements nationaux et étrangers.
- 07 ■ **Encourager la collaboration entre le secteur public et le secteur privé** : Faciliter les partenariats entre les gouvernements, les entreprises privées et les institutions académiques pour promouvoir la recherche collaborative, le transfert de technologie et le partage des ressources.
- 08 ■ **Promouvoir l'accès au financement** : Mettre en place des mécanismes de financement adaptés aux besoins des entreprises innovantes, tels que des subventions, des fonds de capital-risque et des incitations fiscales pour encourager les investissements dans les projets innovants.
- 09 ■ **Favoriser l'adoption des nouvelles technologies** : Encourager les entreprises à adopter les technologies émergentes telles que l'intelligence artificielle, l'Internet des objets, la blockchain, les énergies renouvelables, etc. Cela peut se faire par le biais de politiques incitatives, de programmes de formation et de sensibilisation.
- 10 ■ **Promouvoir l'exportation des produits et services innovants** : Faciliter l'accès aux marchés internationaux en éliminant les barrières commerciales.

01 - ENCOURAGER LA RECHERCHE ET LE DÉVELOPPEMENT (R&D)

UN CATALYSEUR DE L'INNOVATION

Investir dans la recherche scientifique et technologique est essentiel pour stimuler l'innovation et assurer le progrès économique et social d'un pays. La recherche et le développement permettent de repousser les limites de la connaissance, de créer de nouvelles technologies et de trouver des solutions innovantes aux défis contemporains. Pour encourager cette dynamique d'innovation, il est primordial de soutenir activement les universités, les centres de recherche et les entreprises innovantes.

Les universités jouent un rôle clé dans le domaine de la recherche. Elles sont les foyers du savoir et des idées novatrices. Il est crucial de leur accorder les ressources financières et logistiques nécessaires pour mener des projets de recherche ambitieux. Les subventions et les bourses de recherche sont des outils efficaces pour encourager les chercheurs à entreprendre des travaux novateurs. De plus, la mise en place de programmes de collaboration entre universités et entreprises favorise le transfert de connaissances et le développement de solutions pratiques basées sur la recherche.

Les centres de recherche, qu'ils soient publics ou privés, sont des moteurs d'innovation. Ils sont spécialisés dans des domaines spécifiques et jouent un rôle crucial dans l'avancement des connaissances scientifiques et technologiques. En soutenant ces centres avec des financements adéquats, on leur donne les moyens de réaliser des découvertes révolutionnaires et d'élaborer des technologies de pointe. Les collaborations internationales et les échanges entre chercheurs sont également essentiels pour stimuler l'innovation en permettant le partage d'idées et de connaissances à l'échelle mondiale.

Les entreprises innovantes sont un pilier de l'économie moderne. Elles sont souvent à l'avant-garde de la recherche appliquée et du développement de nouvelles technologies. Pour encourager leur contribution à l'innovation, il est crucial de créer un environnement favorable à l'entrepreneuriat et de mettre en place des incitations financières et fiscales pour les investissements en R&D. Des partenariats public-privé peuvent être établis pour faciliter le transfert de technologie entre les centres de recherche et les entreprises, favorisant ainsi la transformation des idées en produits et services commercialement viables.

En conclusion, encourager la recherche et le développement est essentiel pour favoriser l'innovation et garantir le progrès. En investissant dans la recherche scientifique et technologique, en soutenant les universités, les centres de recherche et les entreprises innovantes, nous créons un environnement propice à l'émergence de nouvelles idées, de technologies avancées et de solutions novatrices. Cette démarche contribue à la compétitivité économique, à l'amélioration de la qualité de vie et à la résolution des défis sociétaux. Il est donc primordial d'accorder les ressources nécessaires et de promouvoir une culture de l'innovation pour construire un avenir prospère et durable.



02 - FAVORISER L'ENTREPRENEURIAT ET L'INNOVATION

CONSTRUIRE UN ENVIRONNEMENT PROPICE À LA CRÉATIVITÉ

L'entrepreneuriat et l'innovation sont des moteurs essentiels de la croissance économique et de la création d'emplois. Pour stimuler ces domaines clés, il est crucial de créer un environnement propice à l'entrepreneuriat en simplifiant les procédures administratives, en offrant des incitations fiscales et en établissant des programmes d'accompagnement pour les start-ups et les entrepreneurs. De plus, encourager l'innovation ouverte et la collaboration entre les entreprises, les universités et les institutions de recherche joue un rôle clé dans le développement d'une culture d'innovation dynamique.

- **Simplification administrative pour faciliter les démarches entrepreneuriales** : la complexité administrative peut être un obstacle majeur pour les entrepreneurs. Afin de favoriser l'entrepreneuriat, il est important de simplifier les procédures administratives liées à la création et à la gestion d'entreprises. Cela comprend la réduction des formalités administratives, la simplification des processus de la création d'entreprise et l'amélioration de l'accès aux financements. En allégeant ces contraintes, on encourage les entrepreneurs à concrétiser leurs idées et à créer des entreprises viables.
- **Incitations fiscales pour encourager l'investissement dans les start-ups** : Les incitations fiscales peuvent jouer un rôle clé dans le soutien aux start-ups et aux entreprises innovantes. En offrant des avantages fiscaux tels que des réductions d'impôts, des crédits d'impôt ou des régimes fiscaux spéciaux, les gouvernements peuvent encourager les investissements dans les start-ups et les projets innovants. Ces incitations attirent les investisseurs et stimulent l'activité entrepreneuriale en réduisant les risques financiers associés à la création et au développement d'entreprises novatrices.
- **Programmes d'accompagnement pour les start-ups et les entrepreneurs** : Les start-ups et les entrepreneurs ont souvent besoin de soutien et de conseils pour transformer leurs idées en succès commercial. La mise en place de programmes d'accompagnement spécifiques, tels que des incubateurs d'entreprises, des accélérateurs ou des centres d'innovation, permet de fournir aux entrepreneurs les ressources, les connaissances et les réseaux nécessaires pour développer leurs projets. Ces programmes offrent des formations, du mentorat, des services de conseil et des opportunités de networking, créant ainsi un environnement favorable à la croissance des entreprises émergentes.
- **Encourager l'innovation ouverte et la collaboration** : L'innovation ne se limite pas aux frontières des entreprises individuelles. La collaboration entre les entreprises, les universités et les institutions de recherche est une source d'innovation puissante. En favorisant l'innovation ouverte, les organisations peuvent partager leurs connaissances, leurs compétences et leurs ressources pour développer des solutions novatrices. Les partenariats public-privé, les consortiums de recherche et les projets collaboratifs permettent de stimuler la créativité et de maximiser l'impact des innovations.



Pour favoriser l'entrepreneuriat et l'innovation, il est essentiel de créer un environnement propice à la créativité et à la collaboration.

Simplifier les procédures administratives, offrir des incitations fiscales et établir des programmes d'accompagnement.



**learn
better**

03 - INVESTIR DANS L'ÉDUCATION ET LA FORMATION :

PRÉPARER UNE MAIN-D'ŒUVRE COMPÉTENTE POUR L'AVENIR

Dans un monde en constante évolution, où les avancées technologiques transforment rapidement les industries et les marchés du travail, investir dans l'éducation et la formation devient essentiel pour préparer une main-d'œuvre compétente et adaptée aux défis du 21^e siècle. Un système éducatif axé sur les compétences du 21^e siècle, avec une emphase sur les domaines liés à la Science, à la Technologie, à l'Ingénierie et aux Mathématiques (STIM), est indispensable pour former une force qualifiée, capable d'adopter et d'appliquer de nouvelles technologies.

- **Développer un système éducatif axé sur les compétences de notre ère** : Dans un monde de plus en plus numérisé et axé sur la technologie, il est crucial d'adapter notre système éducatif pour répondre aux exigences changeantes du marché du travail. Cela implique de mettre l'accent sur les compétences du 21^e siècle telles que la pensée critique, la créativité, la résolution de problèmes, la collaboration et la communication. Les programmes d'études doivent intégrer des approches pédagogiques innovantes qui encouragent l'apprentissage actif, l'expérimentation et la résolution de problèmes réels.
- **Une emphase sur les domaines STIM** : Les domaines de la Science, de la Technologie, de l'Ingénierie et des Mathématiques (STIM) sont au cœur de l'innovation et de la croissance économique. Il est donc essentiel de mettre en place des programmes éducatifs qui favorisent l'intérêt et l'engagement des étudiants dans ces domaines. Cela peut se faire en proposant des cours spécialisés, en fournissant des ressources pédagogiques adaptées et en encourageant la participation des étudiants à des projets de recherche et à des compétitions scientifiques.
- **Former une main-d'œuvre apte à adopter l'environnement des nouvelles technologies** : L'adoption et l'application de nouvelles technologies sont des facteurs clés de la compétitivité économique. Il est donc important de former une main-d'œuvre qualifiée, capable de s'adapter rapidement aux avancées technologiques et de les appliquer de manière efficace. Cela nécessite de mettre en place des programmes de formation continue pour les travailleurs, afin de renforcer leurs compétences et de les familiariser avec les dernières innovations. De plus, des partenariats entre les établissements d'enseignement et les entreprises peuvent permettre de créer des programmes de formation professionnelle spécifiques aux besoins du marché du travail.

L'ÉDUCATION ET LA FORMATION
SONT L'ORIGINE D'UNE
NAISSANCE DE GRAINES
COMPÉTENTES POUR L'AVENIR

EN DÉVELOPPANT UN SYSTÈME
ÉDUCATIF AXÉ SUR LES
NOUVELLES COMPÉTENCES
AVEC UN ACCENT SUR LES
DOMAINES STIM, NOUS
POUVONS FORMER UNE FORCE
CAPABLE DE PENSER DE
MANIÈRE CRITIQUE, D'INNOVER
ET DE S'ADAPTER AUX
ÉVOLUTIONS
TECHNOLOGIQUES

ALORS NOUS POUVONS
STIMULER LA CROISSANCE
ÉCONOMIQUE ET RENFORÇER
LA COMPÉTITIVITÉ DE NOTRE
PAYS SUR LA SCÈNE MONDIALE



04 - CRÉER DES CLUSTERS ET DES ÉCOSYSTÈMES D'INNOVATION :

STIMULER LA COLLABORATION ET LA SYNERGIE POUR FAVORISER L'INNOVATION

Les clusters et les écosystèmes d'innovation sont des structures dynamiques qui favorisent la concentration géographique d'entreprises, d'institutions de recherche et de fournisseurs de services dans des domaines spécifiques. Ces regroupements stratégiques visent à stimuler les synergies, les collaborations et l'échange d'idées, créant ainsi un environnement propice à l'innovation. En favorisant le partage des connaissances, l'accès aux ressources et la coopération entre les acteurs, les clusters et les écosystèmes d'innovation jouent un rôle clé dans le développement économique et la compétitivité.

- **Stimulation de la collaboration et de la synergie** : L'un des principaux objectifs des clusters et des écosystèmes d'innovation est de rassembler des acteurs du même domaine afin de favoriser la collaboration et la synergie. En réunissant des entreprises, des institutions de recherche, des organismes gouvernementaux et d'autres acteurs clés au sein d'un même cluster, on crée un environnement propice aux échanges, aux partenariats et aux projets collaboratifs. Cette collaboration permet de combiner les compétences, les ressources et les expertises de différentes entités, créant ainsi une dynamique d'innovation enrichissante pour tous les participants.
- **Partage des connaissances et des ressources** : Les clusters et les écosystèmes d'innovation offrent un cadre idéal pour le partage des connaissances et des ressources. En regroupant des entreprises et des institutions de recherche spécialisées dans un domaine spécifique, on facilite l'échange d'informations, d'expertise et de bonnes pratiques. Les partenariats entre les entreprises et les universités, par exemple, permettent de transférer les connaissances scientifiques et technologiques vers le secteur privé, favorisant ainsi l'innovation et l'adoption de nouvelles technologies.
- **Accès aux ressources et aux infrastructures** : Les clusters d'innovation offrent aux entreprises et aux entrepreneurs un accès privilégié aux ressources et aux infrastructures nécessaires à leur développement. Ces regroupements géographiques peuvent bénéficier d'infrastructures de pointe, de laboratoires spécialisés, de centres de recherche et de plateformes technologiques, qui seraient souvent difficiles d'accès pour une entreprise individuelle. Cela permet aux acteurs du cluster de tirer parti des infrastructures existantes, d'économiser des coûts de recherche et de développement, et d'accélérer le processus d'innovation.
- **Stimulation de l'échange d'idées et de l'émulation** : La proximité géographique des acteurs au sein d'un cluster favorise l'échange d'idées et l'émulation entre les entreprises et les chercheurs. Les interactions informelles, les événements de networking, les conférences et les séminaires organisés au sein du cluster permettent de stimuler la créativité, d'inspirer de nouvelles idées et de favoriser l'apprentissage mutuel. Cette émulation contribue à créer une culture d'innovation dynamique et à renforcer la compétitivité des entreprises présentes dans le cluster.



Les clusters et les écosystèmes d'innovation sont des moteurs essentiels pour stimuler la collaboration, la synergie et l'innovation. En favorisant la concentration géographique d'entreprises et d'institutions de recherche, on crée un environnement propice au partage des connaissances, à l'accès aux ressources et à l'échange d'idées. Ces initiatives renforcent la compétitivité des acteurs impliqués et contribuent au développement économique et technologique d'une région ou d'un pays.

05 - RENFORCER LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

UN LEVIER POUR L'INNOVATION ET LA CRÉATIVITÉ

La protection de la propriété intellectuelle joue un rôle crucial dans la promotion de l'innovation et de la créativité. En mettant en place des lois et des mécanismes solides pour protéger les droits de propriété intellectuelle, on encourage les innovateurs et les entreprises à investir dans la recherche et le développement, en leur garantissant le droit de bénéficier des fruits de leurs efforts. Cette protection renforce la confiance, favorise l'innovation continue et contribue au développement économique.

- **Encourager l'innovation et la créativité** : La protection de la propriété intellectuelle est essentielle pour encourager l'innovation et la créativité. En accordant aux innovateurs et aux créateurs des droits exclusifs sur leurs inventions, leurs œuvres artistiques, leurs marques et leurs designs, on leur offre une incitation à investir dans de nouvelles idées, technologies et produits. Cette protection leur permet de tirer profit de leurs créations, d'amortir leurs investissements et de réinvestir dans de nouvelles innovations.

- **Garantir les droits des innovateurs et des entreprises** : La protection de la propriété intellectuelle assure aux innovateurs et aux entreprises le droit exclusif de commercialiser leurs inventions et leurs créations. Cela signifie qu'ils peuvent contrôler l'utilisation, la reproduction et la distribution de leurs produits ou services. Cette protection les protège contre la contrefaçon et l'utilisation non autorisée de leurs droits de propriété intellectuelle, leur permettant ainsi de bénéficier de leur travail et de maintenir leur avantage concurrentiel.

- **Stimuler la confiance et les investissements** : Une protection solide de la propriété intellectuelle renforce la confiance des innovateurs, des investisseurs et des entreprises. En sachant que leurs droits seront respectés et défendus, ils sont encouragés à investir davantage dans la recherche, le développement et la commercialisation de leurs idées. La protection de la propriété intellectuelle crée un environnement favorable à l'innovation, en attirant les investissements nationaux et étrangers, et en favorisant la croissance économique.

- **Promouvoir l'échange de connaissances et la collaboration** : La protection de la propriété intellectuelle encourage également l'échange de connaissances et la collaboration entre les innovateurs et les entreprises. En permettant aux titulaires de droits de propriété intellectuelle de négocier des accords de licence, des partenariats et des collaborations, on favorise la diffusion des innovations, la création de synergies et le développement de nouvelles idées. Cela conduit à une accélération de l'innovation, à une augmentation de la productivité et à des avantages mutuels pour toutes les parties impliquées.



La protection de la propriété intellectuelle est un levier essentiel pour stimuler l'innovation et la créativité. En mettant en place des lois et des mécanismes de protection solides, on encourage les innovateurs et les entreprises à investir dans la recherche et le développement.

Cela favorise la confiance, attire les investissements et contribue à la croissance économique à long terme.



**beyond the
next**

06 - STIMULER L'INVESTISSEMENT DANS LES INFRASTRUCTURES

UN MOTEUR POUR L'INNOVATION ET L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

L'investissement dans les infrastructures modernes développe la stimulation de l'innovation, de la compétitivité et de l'attractivité économique d'un pays. En développant des infrastructures de pointe, telles que les réseaux de télécommunications à haut débit, les parcs technologiques et les incubateurs d'entreprises, on crée un environnement propice à l'innovation, à la collaboration et à l'attraction d'investissements nationaux et étrangers.

- **Faciliter l'innovation et la collaboration** : Les infrastructures modernes, notamment les réseaux de télécommunications à haut débit, sont essentielles pour faciliter l'innovation et la collaboration. Elles permettent une connectivité rapide et fiable, favorisant ainsi l'échange d'informations, le partage de connaissances et la coopération entre les acteurs du secteur privé, les institutions de recherche et les universités. Ces infrastructures jouent un rôle clé dans le développement de l'économie numérique, en encourageant la création de start-ups, la numérisation des entreprises et l'adoption de nouvelles technologies.
- **Créer des hubs technologiques et des parcs d'innovation** : Le développement de parcs technologiques et d'incubateurs d'entreprises favorise la concentration géographique d'acteurs innovants et crée un écosystème dynamique propice à l'innovation. Ces espaces offrent aux entreprises un environnement favorable à la recherche, au développement et à la commercialisation de nouvelles technologies et de produits innovants. En regroupant des entreprises, des centres de recherche, des infrastructures de soutien et des services aux entreprises, ces hubs technologiques stimulent la collaboration, la créativité et l'échange d'idées.
- **Attirer des investissements nationaux et étrangers** : Les infrastructures modernes jouent un rôle clé dans l'attraction d'investissements nationaux et étrangers. Un environnement doté d'infrastructures de qualité, telles que des réseaux de télécommunications performants, des parcs technologiques bien équipés et des incubateurs d'entreprises attractifs, renforce la confiance des investisseurs. Ces infrastructures créent un écosystème favorable à l'innovation et offrent aux entreprises des conditions propices au développement et à la croissance. En attirant des investissements, on stimule l'activité économique, la création d'emplois et le transfert de connaissances.
- **Promouvoir l'accès à l'information et aux services** : Les infrastructures modernes facilitent l'accès à l'information et aux services essentiels pour l'innovation. Les réseaux de télécommunications à haut débit permettent aux entreprises d'accéder rapidement aux ressources en ligne, aux bases de données, aux outils de recherche et aux plateformes collaboratives. Ils offrent également un accès facile aux services financiers, aux marchés internationaux et aux partenaires potentiels. L'accès à ces informations et services favorise la croissance des entreprises, la diversification des activités et la compétitivité sur le marché mondial.



L'investissement dans les infrastructures modernes est essentiel pour booster l'innovation, attirer des investissements et renforcer l'attractivité économique.

En développant aussi des réseaux de télécommunications à haut débit, des parcs technologiques et des incubateurs d'entreprises, on crée un environnement propice à l'innovation, à la collaboration et à la croissance économique.

Ces infrastructures sont les fondations sur lesquelles repose le développement d'une économie moderne et compétitive.

07 - CONNECTER LE SECTEUR PUBLIC AU SECTEUR PRIVÉ

UN LEVIER POUR L'INNOVATION ET LE DÉVELOPPEMENT

La collaboration entre le secteur public et le secteur privé est essentielle pour promouvoir l'innovation, stimuler le développement économique et relever les défis sociétaux. En facilitant les partenariats entre les gouvernements, les entreprises privées et les institutions académiques, on favorise la recherche collaborative, le transfert de technologie et le partage des ressources, créant ainsi un écosystème propice à l'innovation et à la croissance.

- **Promouvoir la recherche collaborative** : La collaboration entre le secteur public et le secteur privé permet de réunir l'expertise et les ressources de différents acteurs. Les partenariats de recherche collaborative favorisent l'échange de connaissances, la mise en commun des compétences et la résolution de problèmes complexes. En encourageant ces collaborations, on accélère la découverte de nouvelles idées, de solutions innovantes et de technologies avancées, bénéficiant ainsi à la société dans son ensemble.

- **Faciliter le transfert de technologie** : Le secteur public détient souvent des connaissances et des technologies développées dans les universités, les centres de recherche et les institutions gouvernementales. En facilitant le transfert de ces connaissances et technologies vers le secteur privé, on favorise leur commercialisation et leur application pratique. Les partenariats public-privé permettent aux entreprises d'accéder à des innovations prêtes à être exploitées, tout en offrant aux chercheurs et aux institutions publiques une voie pour valoriser leurs travaux de recherche.

- **Partager les ressources** : La collaboration entre le secteur public et le secteur privé permet également de partager les ressources, qu'il s'agisse d'infrastructures, d'équipements ou de données. Les partenariats public-privé offrent aux entreprises un accès à des ressources qui leur seraient autrement inaccessibles, leur permettant ainsi d'accélérer leurs projets de recherche et de développement. Parallèlement, les institutions publiques bénéficient des investissements et de l'expertise du secteur privé, renforçant ainsi leurs capacités de recherche et d'innovation.

- **Créer un environnement propice à la collaboration** : Pour encourager la collaboration entre le secteur public et le secteur privé, il est essentiel de créer un environnement propice à cette coopération. Cela peut passer par la mise en place de politiques et de programmes de soutien, tels que des incitations fiscales, des subventions à la recherche collaborative et des mécanismes de propriété intellectuelle favorables aux partenariats. Il est également important de faciliter les échanges et la communication entre les acteurs des différents secteurs, en organisant des forums, des conférences et des événements favorisant les rencontres et les échanges d'idées.



En connectant le secteur public au secteur privé, on pourra alors promouvoir l'innovation, stimuler le développement et relever les défis. En favorisant la recherche collaborative, le transfert de technologie et le partage des ressources, on crée un écosystème dynamique où les connaissances et les compétences sont mises en commun, conduisant à des résultats plus rapides et plus impactants.



L'accès au financement est essentielle pour soutenir l'innovation, nourrir la croissance économique et favoriser la création d'emplois. En mettant en place des financements adaptés, tels que des subventions, et en facilitant l'accès à ces ressources financières, on crée un environnement propice à l'innovation et à l'émergence de projets ambitieux. Cela permet aux entreprises innovantes de contribuer à la dynamique économique et sociale de leur pays.

08 - PROMOUVOIR L'ACCÈS AU FINANCEMENT

LE NERF L'INNOVATION ET LA CROISSANCE DES ENTREPRISES

L'accès au financement est une condition essentielle pour favoriser l'innovation et la croissance des entreprises, en particulier des entreprises innovantes. Pour promouvoir l'innovation, il est crucial de mettre en place des mécanismes de financement adaptés aux besoins spécifiques de ces entreprises, afin de leur permettre de développer leurs projets et de concrétiser leurs idées novatrices.

- **Subventions pour la recherche et le développement** : Les subventions sont l'un des mécanismes de financement clés pour soutenir la recherche et le développement (R&D) des entreprises innovantes. Elles fournissent un soutien financier direct pour la réalisation des projets, permettant aux entreprises d'explorer de nouvelles idées, de développer des prototypes et de mener des tests. Les subventions peuvent également couvrir les coûts liés à l'acquisition d'équipements spécialisés, à la formation du personnel et à la protection de la propriété intellectuelle. En offrant un financement non remboursable, les subventions réduisent les risques associés à l'innovation et encouragent les entreprises à investir dans des projets ambitieux.

- **Fonds de capital-risque et investisseurs providentiels** : Les entreprises innovantes ont souvent besoin de financements plus importants pour soutenir leur croissance et leur expansion. Les fonds de capital-risque et les investisseurs providentiels (business angels) jouent un rôle crucial dans le financement de ces entreprises à fort potentiel. Ces investisseurs spécialisés sont prêts à prendre des risques en investissant dans des entreprises en phase de démarrage ou en croissance, en échange d'une participation dans le capital de l'entreprise. Ils apportent non seulement des ressources financières, mais aussi leur expertise et leur réseau de contacts, ce qui contribue à stimuler la croissance et le développement des entreprises innovantes.

- **Incitations fiscales pour l'investissement dans l'innovation** : Les incitations fiscales sont un moyen efficace d'encourager les investissements dans des projets innovants. Les gouvernements peuvent mettre en place des mesures fiscales spécifiques, telles que des crédits d'impôt pour la recherche et le développement, des déductions fiscales pour les investissements en capital-risque ou des exemptions fiscales pour les revenus générés par des produits ou des technologies innovantes. Ces incitations fiscales réduisent le coût de l'innovation et encouragent les entreprises à investir davantage dans la recherche et le développement et l'adoption de nouvelles technologies.

- **Faciliter l'accès aux mécanismes de financement** : Outre la mise en place de mécanismes de financement adaptés, il est également essentiel de faciliter l'accès des entreprises innovantes à ces ressources financières. Cela peut passer par la simplification des procédures administratives, la création de guichets uniques pour le financement de l'innovation, la sensibilisation des entreprises aux différentes sources de financement disponibles et le renforcement des liens entre les acteurs de l'innovation, tels que les entreprises, les investisseurs et les institutions financières.

09 - FAVORISER L'ADOPTION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

UN MOTEUR POUR L'INNOVATION ET LA COMPÉTITIVITÉ

L'adoption des nouvelles technologies est essentielle pour stimuler l'innovation, renforcer la compétitivité des entreprises et favoriser le développement économique. Encourager les entreprises à adopter les technologies émergentes, telles que l'intelligence artificielle, l'Internet des objets, la blockchain et les énergies renouvelables, est crucial pour rester à la pointe de l'innovation et saisir les opportunités offertes par la révolution technologique.

- **Créer des politiques incitatives** : Pour encourager l'adoption des nouvelles technologies, il est important de mettre en place des politiques incitatives. Cela peut prendre la forme d'avantages fiscaux, de subventions ou de programmes de soutien financier spécifiques aux entreprises qui investissent dans les technologies émergentes. Ces politiques incitatives allègent le fardeau financier initial associé à l'adoption de nouvelles technologies et motivent les entreprises à franchir le pas.

- **Programmes de formation et de sensibilisation** : La familiarisation et la compréhension des nouvelles technologies sont essentielles pour encourager leur adoption. Les entreprises ont besoin de personnel qualifié capable de mettre en œuvre et de tirer parti de ces technologies. La mise en place de programmes de formation adaptés aux besoins des entreprises, axés sur les compétences nécessaires à l'utilisation des nouvelles technologies, est un moyen efficace de favoriser leur adoption. Parallèlement, des campagnes de sensibilisation peuvent être menées pour informer les entreprises des avantages et des opportunités offerts par ces technologies.

- **Partenariats avec les universités et les centres de recherche** : Les universités et les centres de recherche sont souvent à la pointe de l'innovation technologique. Encourager les partenariats entre les entreprises et ces institutions permet de faciliter le transfert de connaissances et de technologies. Les entreprises peuvent ainsi bénéficier de l'expertise des chercheurs et des ressources des laboratoires de recherche pour accélérer l'adoption des nouvelles technologies. Ces partenariats favorisent également la création d'un écosystème d'innovation, où les idées et les connaissances circulent librement entre les acteurs du monde académique et celui de l'entreprise.

- **Accompagnement et soutien aux entreprises** : L'adoption des nouvelles technologies peut représenter un défi pour certaines entreprises, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME). Il est donc important de mettre en place des programmes d'accompagnement et de soutien, tels que des conseils d'experts, des services de consultation et des plateformes d'échange d'expériences entre les entreprises. Ces initiatives permettent d'atténuer les difficultés liées à l'adoption des nouvelles technologies et d'accélérer leur intégration dans le fonctionnement des entreprises.



En conclusion, favoriser l'adoption des nouvelles technologies est essentiel pour rester compétitif dans un monde en constante évolution. En mettant en place des politiques incitatives, des programmes de formation et de sensibilisation, des partenariats avec les universités et les centres de recherche, et en offrant un accompagnement aux entreprises, on crée un environnement propice à l'adoption et à l'exploitation des nouvelles technologies. Cela permet aux entreprises d'accroître leur efficacité, d'explorer de nouvelles opportunités et de contribuer à la transformation économique et sociale de leur pays.

10 - PROMOUVOIR L'EXPORTATION DES PRODUITS INNOVANTS

FACILITER L'ACCÈS AUX MARCHÉS INTERNATIONAUX

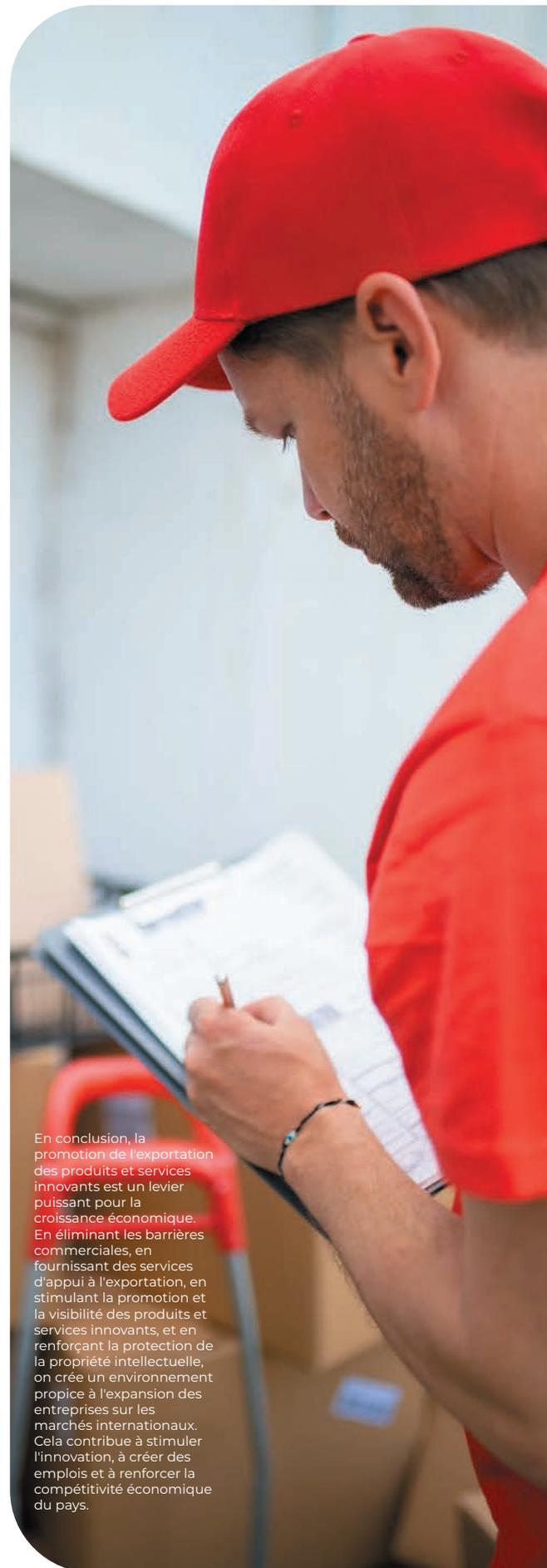
En éliminant les barrières commerciales les barrières commerciales et en mettant en place des politiques favorables à l'exportation des produits et services innovants. Encourager les entreprises à se tourner vers les marchés internationaux permet d'élargir leur clientèle, d'augmenter leurs revenus et de stimuler leur croissance.

- **Éliminer les barrières commerciales** : Les barrières commerciales, telles que les droits de douane élevés, les restrictions réglementaires et les obstacles non tarifaires, peuvent entraver l'exportation des produits et services innovants. Il est essentiel de travailler à la réduction de ces barrières et à la facilitation des échanges internationaux. Les accords commerciaux bilatéraux et multilatéraux, les négociations commerciales et les réformes réglementaires peuvent contribuer à créer un environnement commercial plus ouvert et favorable à l'exportation.

- **Promouvoir les services d'appui à l'exportation** : Les entreprises innovantes ont souvent besoin d'un soutien supplémentaire pour se lancer sur les marchés internationaux. Les services d'appui à l'exportation, tels que les agences gouvernementales spécialisées, les chambres de commerce et les consultants en commerce international, peuvent jouer un rôle clé dans l'accompagnement des entreprises dans leurs démarches d'exportation. Ces services peuvent fournir des conseils sur les réglementations et les normes internationales, aider à trouver des partenaires commerciaux, faciliter l'accès aux financements spécifiques à l'exportation et offrir une assistance logistique pour le transport et la distribution des produits à l'étranger.

- **Stimuler la promotion et la visibilité des produits et services innovants** : La promotion efficace des produits et services innovants sur les marchés internationaux est cruciale pour attirer l'attention des clients potentiels et susciter leur intérêt. Il est important de développer des stratégies de marketing adaptées, en mettant l'accent sur les avantages concurrentiels des produits innovants, leur valeur ajoutée et leur pertinence pour les besoins du marché cible. Les foires commerciales internationales, les missions commerciales et les plateformes en ligne peuvent être des outils précieux pour promouvoir les produits et services innovants et établir des contacts commerciaux avec des partenaires potentiels à l'étranger.

- **Renforcer la protection de la propriété intellectuelle** : La protection de la propriété intellectuelle est d'une importance capitale pour les entreprises innovantes qui cherchent à exporter leurs produits et services. Les droits de propriété intellectuelle, tels que les brevets, les marques et les droits d'auteur, garantissent aux entreprises innovantes la protection de leurs innovations contre la contrefaçon et les violations. Il est essentiel de renforcer le cadre juridique et réglementaire relatif à la propriété intellectuelle et de sensibiliser les entreprises à l'importance de protéger leurs droits de propriété intellectuelle lorsqu'elles exportent leurs produits et services.



En conclusion, la promotion de l'exportation des produits et services innovants est un levier puissant pour la croissance économique. En éliminant les barrières commerciales, en fournissant des services d'appui à l'exportation, en stimulant la promotion et la visibilité des produits et services innovants, et en renforçant la protection de la propriété intellectuelle, on crée un environnement propice à l'expansion des entreprises sur les marchés internationaux. Cela contribue à stimuler l'innovation, à créer des emplois et à renforcer la compétitivité économique du pays.



BEBOLA, Soccer United

Abdenour SADI
Directeur de la rédaction
contact@bebola.dz

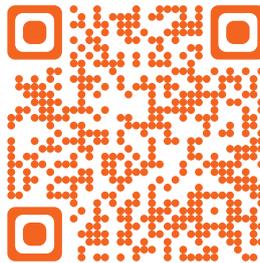
بي بولا، تطبيق جزائري مجاني وكامل المعطيات في مجال كرة القدم الجزائرية والدولية، نذكر بطولة الدوري الجزائري، الإنفليزي، الإسباني، الإيطالي، الألماني والفرنسي. إضافة لهذا بي بولا تغطي كل الكؤوس بما فيها الجزائرية و الدولية، وأهمها أبطال أوروبا، الدوري الأوروبي، كؤوس السوبر و الأندية، كأس العالم و كأس 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.

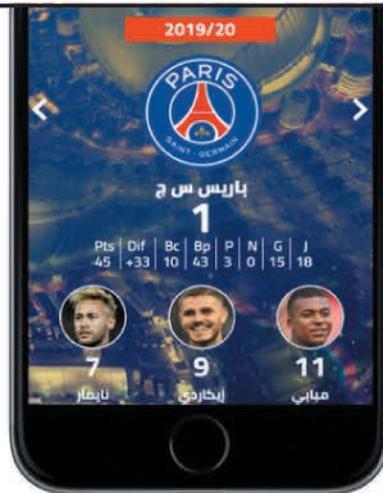
1 / نقاط قوة بيبولا

- 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 بيبولا في تطوير ثقافة كرة القدم للمواطن (ولاء من خلال الإشعار)
- مقابلة المواطن بإشعارات في عدّة مناسبات (نص أو صورة) الأعياد الدينية والوطنية، التهنئات والتشجيعات ...

2 / بيبولا vs المنافسين

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





bebola
كرة القدم
جزائرية و دولية

عبد النور
ساسبي
مدير التحرير ومدون





15"_{M3}

MacBook Air

Your
business
wherever



Tous produits Apple

71 A, Rue Ali Heddad, El Mouradia, Alger
Tél : 023 551 667 / 668 / 681
contact@admac-dz.com
sav@admac-dz.com



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



L E T ' S M A R K E T

le live market est une méthode de commerce électronique dans laquelle les consommateurs peuvent effectuer des achats en temps réel tout en regardant une diffusion vidéo en direct.

Cela combine le divertissement et le shopping, offrant une expérience interactive où les consommateurs peuvent interagir avec les présentateurs et acheter directement les produits présentés pendant la diffusion en direct.

LIVE ON LINE

Le live market, également connu sous le nom de shopping en direct ou de vente en direct, sont une forme de commerce électronique dans laquelle les consommateurs peuvent effectuer des achats en temps réel tout en regardant une diffusion vidéo en direct. C'est une méthode qui combine le divertissement et le shopping en offrant aux consommateurs une expérience interactive et immersive.

Lors des achats en direct, les entreprises ou les individus diffusent des vidéos en direct sur des plateformes en ligne telles que les réseaux sociaux, les applications mobiles ou les sites web dédiés. Au cours de ces diffusions, les présentateurs, souvent des influenceurs ou des experts produits, mettent en avant différents produits et en discutent tout en interagissant avec les spectateurs.

Les consommateurs peuvent alors poser des questions, donner leur avis, demander des démonstrations, voire acheter directement les produits présentés en utilisant des fonctionnalités d'achat intégrées dans la diffusion en direct. Les commandes peuvent être passées instantanément, généralement via des boutons d'achat ou des liens spéciaux fournis pendant la vidéo en direct.

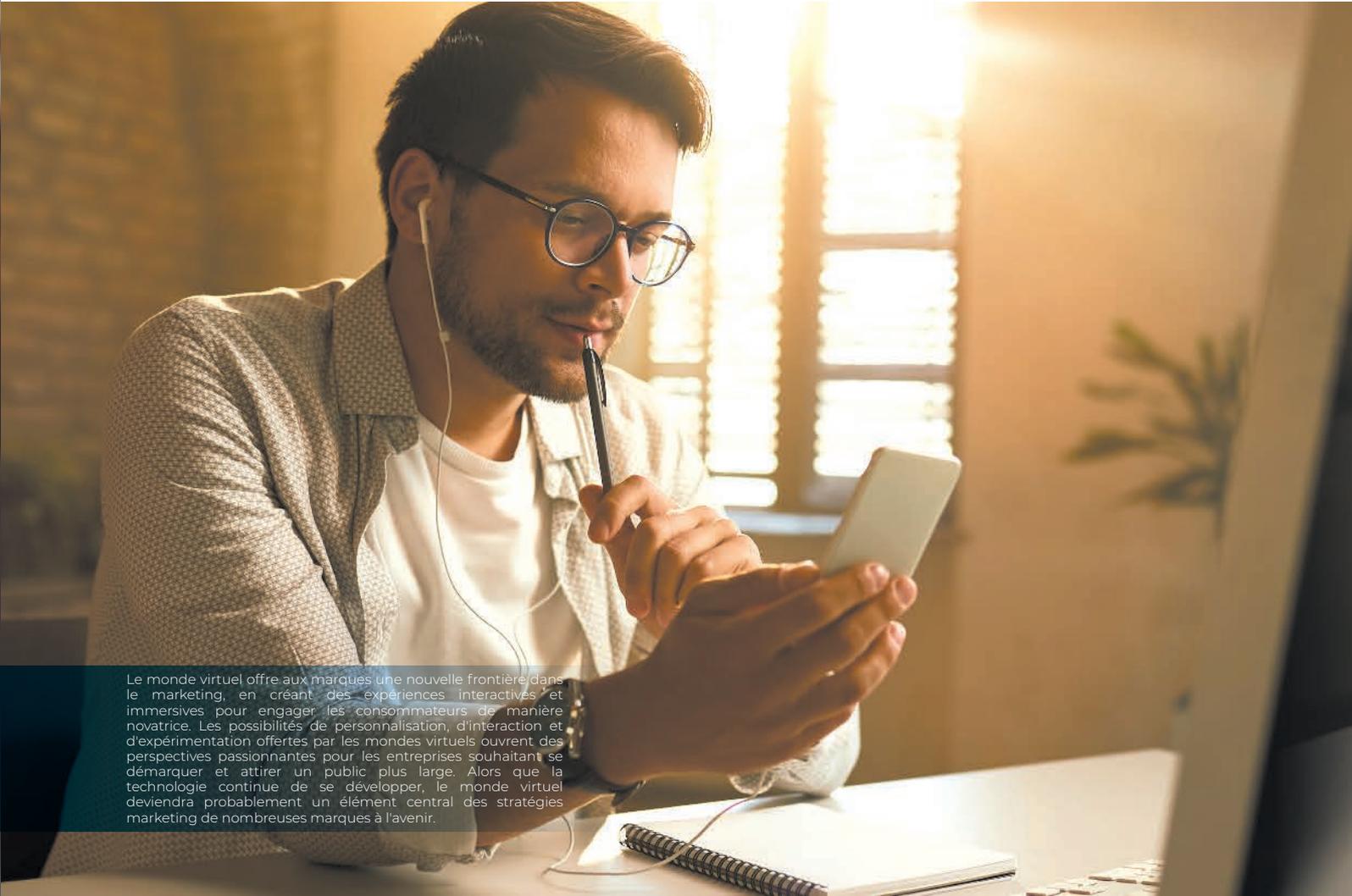
Les achats en direct offrent plusieurs avantages tant pour les consommateurs que pour les entreprises. Pour les consommateurs, cela crée une expérience de magasinage interactive et immersive, leur permettant d'obtenir des informations en temps réel sur les produits et de poser des questions directement aux présentateurs. Pour les entreprises, cela crée une opportunité de présenter leurs produits de manière plus engageante, de susciter l'enthousiasme et d'accélérer le processus d'achat.

Cette forme de commerce électronique en direct est devenue particulièrement populaire dans certains secteurs tels que la mode, la beauté, le fitness, les produits électroniques et les articles ménagers. Les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Instagram, TikTok et YouTube ont intégré des fonctionnalités spécifiques pour faciliter les achats en direct, permettant ainsi aux entreprises et aux consommateurs de tirer parti de cette tendance.

LE MONDE VIRTUEL DANS LE MARKETING : PLONGEZ DANS UNE EXPÉRIENCE INTERACTIVE

Le marketing évolue sans cesse pour s'adapter aux nouvelles technologies et aux préférences des consommateurs. L'un des développements les plus excitants est l'utilisation du monde virtuel dans le marketing. Les mondes virtuels offrent une expérience immersive et interactive, permettant aux marques d'engager les consommateurs de manière innovante et de créer des liens plus étroits avec leur public cible. Comment les mondes virtuels sont utilisés dans le marketing et comment ils stimulent la croissance des entreprises.

- **Création d'une expérience unique** : Les mondes virtuels offrent aux marques la possibilité de créer des expériences uniques pour leurs clients. Que ce soit en organisant des événements virtuels, des expositions ou des défilés de mode, les marques peuvent utiliser ces plateformes pour offrir une expérience immersive à leur public. Les utilisateurs peuvent interagir avec les produits de manière virtuelle, les essayer ou même les personnaliser selon leurs préférences. Cela permet aux marques de mettre en valeur leurs produits de manière originale et d'attirer l'attention des consommateurs.
- **Engagement et interaction** : Les mondes virtuels offrent un potentiel énorme pour l'engagement et l'interaction avec les consommateurs. Les utilisateurs peuvent interagir avec des avatars d'autres participants, des représentants de marque ou même des chatbots. Cela permet aux marques de créer des liens personnels avec leur public et de recueillir des commentaires précieux. Les consommateurs peuvent poser des questions, partager leurs expériences et exprimer leurs opinions, ce qui offre aux marques une rétroaction directe pour améliorer leurs produits ou services.
- **Expérimentation et personnalisation** : Les mondes virtuels offrent aux marques un environnement sûr pour expérimenter de nouvelles idées et concepts. Les entreprises peuvent tester des prototypes virtuels, recueillir des données sur les préférences des utilisateurs et ajuster leurs produits en conséquence. De plus, les utilisateurs peuvent personnaliser leur expérience dans le monde virtuel en créant des avatars uniques, en choisissant leur environnement ou en sélectionnant des produits selon leurs goûts. Cela crée une expérience personnalisée qui renforce l'engagement et la loyauté envers la marque.
- **Expanding Reach** : Les mondes virtuels permettent aux marques de repousser les limites géographiques et d'atteindre un public mondial. Les événements virtuels peuvent rassembler des participants du monde entier, ce qui élargit considérablement la portée et l'impact des efforts marketing. Les marques peuvent également tirer parti des réseaux sociaux et des plateformes de streaming pour partager leurs expériences virtuelles et générer une visibilité accrue.
- **Économie virtuelle et opportunités commerciales** : Certains mondes virtuels ont leur propre économie virtuelle où les utilisateurs peuvent acheter et vendre des biens virtuels. Les marques peuvent capitaliser sur ces opportunités en créant des produits exclusifs dans le monde virtuel, en offrant des récompenses ou en organisant des ventes spéciales. De plus, les partenariats entre les marques et les développeurs de mondes virtuels peuvent ouvrir de nouvelles possibilités de co-marketing et de promotions croisées.



Le monde virtuel offre aux marques une nouvelle frontière dans le marketing, en créant des expériences interactives et immersives pour engager les consommateurs de manière novatrice. Les possibilités de personnalisation, d'interaction et d'expérimentation offertes par les mondes virtuels ouvrent des perspectives passionnantes pour les entreprises souhaitant se démarquer et attirer un public plus large. Alors que la technologie continue de se développer, le monde virtuel deviendra probablement un élément central des stratégies marketing de nombreuses marques à l'avenir.

LE SUCCÈS DU LIVE DANS LA STRATÉGIE DU MARKETING : CRÉEZ UNE CONNEXION EN TEMPS RÉEL

Dans le monde numérique en constante évolution, les marques cherchent continuellement de nouvelles façons de se connecter avec leur public. Les lives, ou diffusions en direct, sont devenus un outil puissant dans la stratégie marketing, offrant aux marques la possibilité de créer une connexion authentique et en temps réel avec leur audience. Cet article explorera comment les lives peuvent être utilisés dans la stratégie marketing, en mettant en évidence les avantages et les meilleures pratiques pour une utilisation efficace.

- Engagement en temps réel :

Les lives permettent aux marques de s'engager directement avec leur public en temps réel. Que ce soit pour des annonces de nouveaux produits, des événements spéciaux, des démonstrations ou des séances de questions-réponses, les lives offrent une plateforme interactive où les spectateurs peuvent poser des questions, commenter et interagir avec la marque. Cette interaction en direct crée un sentiment d'authenticité et de proximité, renforçant ainsi l'engagement et la fidélité des consommateurs.

- Création d'une expérience immersive :

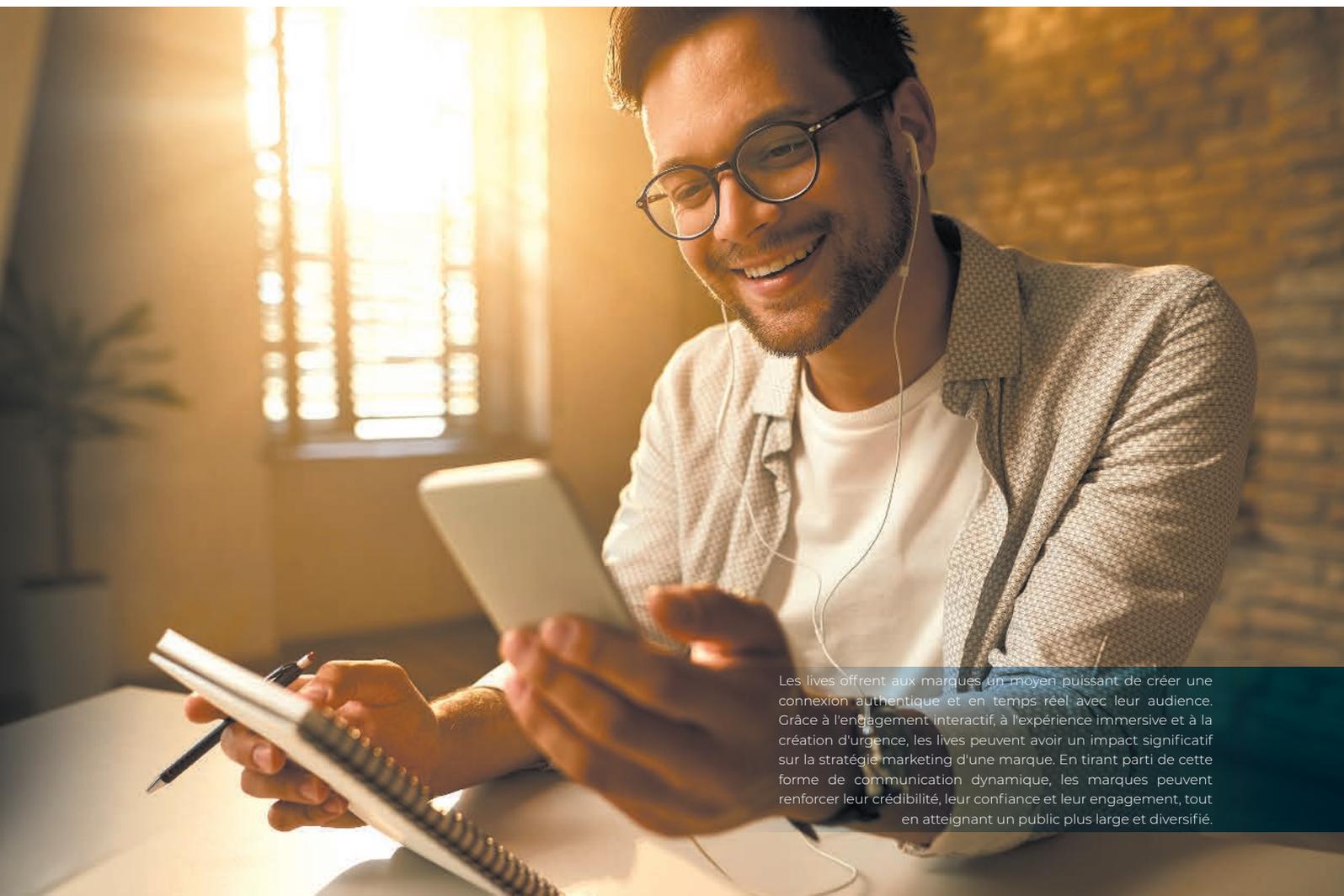
Les lives permettent aux marques de créer une expérience immersive pour leur public. Que ce soit en diffusant des événements en direct tels que des conférences, des concerts ou des défilés de mode, les spectateurs peuvent vivre l'événement comme s'ils y étaient physiquement. Les lives peuvent également être utilisés pour des démonstrations de produits en temps réel, offrant aux consommateurs un aperçu authentique de l'utilisation et des fonctionnalités des produits.

- Génération d'urgence et d'excitation :

Les lives créent un sentiment d'urgence et d'excitation parmi le public. En annonçant à l'avance la tenue d'un live et en créant une attente, les marques peuvent stimuler l'intérêt et l'anticipation des spectateurs. Les offres spéciales, les ventes flash ou les promotions exclusives annoncées pendant les lives incitent les spectateurs à agir rapidement, générant ainsi des conversions et des ventes.

- **Crédibilité et confiance :** Les lives offrent aux marques l'opportunité de renforcer leur crédibilité et leur confiance auprès du public. En montrant l'envers du décor, en partageant des informations exclusives ou en présentant des experts de l'industrie, les marques peuvent établir leur autorité et leur expertise. Les spectateurs apprécient la transparence et l'authenticité des lives, renforçant ainsi la confiance dans la marque et ses produits.

- **Accessibilité et portée élargie :** Les lives permettent aux marques de toucher un public plus large et diversifié. Les spectateurs peuvent se connecter depuis n'importe où dans le monde, ce qui élargit considérablement la portée géographique de la marque. De plus, les lives peuvent être enregistrés et archivés pour être visionnés ultérieurement, permettant ainsi à un plus grand nombre de personnes d'accéder au contenu et de l'apprécier à leur propre rythme.



Les lives offrent aux marques un moyen puissant de créer une connexion authentique et en temps réel avec leur audience. Grâce à l'engagement interactif, à l'expérience immersive et à la création d'urgence, les lives peuvent avoir un impact significatif sur la stratégie marketing d'une marque. En tirant parti de cette forme de communication dynamique, les marques peuvent renforcer leur crédibilité, leur confiance et leur engagement, tout en atteignant un public plus large et diversifié.



P L A Y & B U Y

Les jeux mobiles ont pris d'assaut nos smartphones et sont devenus une industrie lucrative. Avec des millions de jeux disponibles sur les plateformes d'applications mobiles, les développeurs doivent mettre en place des stratégies de marketing efficaces pour se démarquer de la concurrence et attirer les joueurs. Nous explorons les différentes facettes du marketing dans les jeux des applications mobiles, en mettant en évidence les stratégies clés pour réussir dans cet environnement compétitif.

LE MARKETING DANS LES JEUX DES APPLICATIONS MOBILES : GAGNEZ LA PARTIE !

Le marketing intégré aux jeux mobiles est une pratique qui consiste à intégrer des éléments promotionnels et publicitaires directement dans les jeux mobiles. Cela permet aux annonceurs de promouvoir leurs produits ou services de manière non intrusive tout en offrant une expérience de jeu fluide pour les utilisateurs.

Les éléments de marketing intégrés aux jeux mobiles peuvent inclure des publicités vidéo interstitielles qui apparaissent entre les niveaux ou les sessions de jeu, des bannières publicitaires affichées à l'écran pendant le jeu, des offres promotionnelles spéciales intégrées dans le gameplay, des partenariats de marque où les produits de l'annonceur sont présents dans le jeu, ou même des récompenses offertes aux joueurs en échange de regarder une publicité.

L'objectif du marketing intégré aux jeux mobiles est de capturer l'attention des joueurs sans perturber leur expérience de jeu et en offrant des opportunités de promotion pertinentes. Cela peut aider les annonceurs à atteindre un public cible précis, en tirant parti de la popularité et du temps d'engagement élevé des jeux mobiles.

Il est important pour les développeurs de jeux mobiles de trouver un équilibre entre les éléments publicitaires et l'expérience de jeu pour éviter de frustrer les joueurs. Une intégration bien conçue et ciblée peut offrir une source de revenus supplémentaire pour les développeurs tout en permettant aux annonceurs de toucher efficacement leur public.

- **Compréhension du public cible** : Avant de lancer une campagne de marketing pour un jeu mobile, il est essentiel de comprendre le public cible. Quels sont les caractéristiques démographiques de vos joueurs potentiels ? Quels sont leurs intérêts et leurs préférences en matière de jeux ? Cette connaissance approfondie du public cible permet de créer des messages marketing pertinents et de choisir les canaux de communication les plus appropriés.
- **Optimisation pour les app stores** : Les app stores sont les principales vitrines pour les jeux mobiles. Pour augmenter les chances de visibilité et de téléchargement, il est essentiel d'optimiser la fiche de l'application. Cela comprend l'utilisation de mots-clés pertinents, des descriptions attrayantes, des captures d'écran engageantes et des vidéos promotionnelles convaincantes. Une fiche bien optimisée peut améliorer le classement de l'application dans les résultats de recherche et inciter les utilisateurs à télécharger le jeu.
- **Stratégie d'acquisition des utilisateurs (UA)** : L'acquisition des utilisateurs est un aspect clé du marketing dans les jeux des applications mobiles. Les développeurs peuvent utiliser une combinaison de stratégies pour attirer de nouveaux joueurs. Cela peut inclure la publicité sur les réseaux sociaux, les campagnes de marketing d'influence, la publicité sur d'autres applications, le marketing par e-mail, les relations publiques et bien plus encore. Il est important de mesurer les performances de chaque canal d'acquisition pour optimiser les investissements marketing.
- **Monétisation et modèles économiques** : La monétisation est un élément crucial du marketing dans les jeux mobiles. Les développeurs doivent décider du modèle économique à adopter, qu'il s'agisse de publicités, d'achats intégrés (in-app purchases), d'abonnements ou d'une combinaison de ces options. Il est essentiel de trouver le bon équilibre entre la rentabilité et l'expérience utilisateur, en offrant des incitations pour les joueurs à dépenser de l'argent tout en évitant une surcharge publicitaire qui pourrait les décourager.
- **Engagement et rétention des joueurs** : Il est essentiel de garder les joueurs engagés et de les fidéliser. Les mises à jour régulières du jeu, l'introduction de nouveaux niveaux ou de fonctionnalités, les événements spéciaux et les récompenses peuvent contribuer à maintenir l'intérêt des joueurs. Les mécanismes de jeu tels que les classements, les défis quotidiens, les récompenses virtuelles et les systèmes de progression peuvent également encourager la rétention des joueurs à long terme.
- **Communauté et réseaux sociaux** : Les jeux mobiles peuvent bénéficier d'une communauté active et engagée. Les développeurs peuvent encourager les joueurs à interagir sur les réseaux sociaux, à partager leurs réalisations, à participer à des discussions et à inviter leurs amis à rejoindre le jeu. Cela peut créer un bouche-à-oreille positif et générer une croissance organique de l'utilisateur.

Enfin le marketing dans les jeux des applications mobiles est essentiel pour attirer, engager et fidéliser les joueurs. En comprenant le public cible, en optimisant les app stores, en mettant en place des stratégies d'acquisition d'utilisateurs efficaces, en trouvant des modèles économiques rentables et en favorisant l'engagement et la rétention des joueurs, les développeurs peuvent réussir dans cette industrie compétitive. En combinant une approche créative, des données analytiques et une adaptation continue, les jeux mobiles peuvent conquérir le marché et gagner la partie.

ESSOR DES ACHATS



R I S E M A R K E T

Cette tendance s'est rapidement répandue en Chine et continue de séduire d'autres marchés dans le monde. Les achats en direct signifient que les prospects peuvent acheter des produits via un flux en direct : les influenceurs se connectent en direct sur une application comme Instagram, Facebook ou Amazon pour décrire et essayer les produits. Les téléspectateurs peuvent ensuite poser des questions concernant le produit qu'ils pourraient avoir. D'ailleurs, Instagram a lancé Live Shopping pour que les utilisateurs puissent acheter des produits directement à partir d'Instagram Live.

L'ESSOR DES ACHATS EN DIRECT : LA RÉVOLUTION DU SHOPPING EN TEMPS RÉEL

Dans l'ère numérique en constante évolution, de nouvelles formes d'e-commerce émergent pour offrir aux consommateurs une expérience d'achat plus immersive et interactive. Les achats en direct, également connus sous le nom de "live buying" ou "live shopping", connaissent une popularité croissante. Nous découvrirons dans cet article le phénomène des achats en direct, en détaillant ce que c'est, comment cela fonctionne et les raisons pour lesquelles cette nouvelle tendance transforme le paysage du commerce électronique.

Cette tendance s'est rapidement répandue en Chine et continue de séduire d'autres marchés dans le monde. Les achats en direct signifient que les prospects peuvent acheter des produits via un flux en direct : les influenceurs se connectent en direct sur une application comme Instagram, Facebook pour décrire et essayer les produits. Les téléspectateurs peuvent ensuite poser des questions concernant le produit qu'ils pourraient avoir. D'ailleurs, Instagram a lancé Live Shopping pour que les utilisateurs puissent acheter des produits directement à partir d'Instagram Live.

- **Qu'est-ce que les achats en direct ?** Les achats en direct sont une méthode d'e-commerce qui permet aux consommateurs d'acheter des produits en temps réel lors de diffusions en direct sur des plateformes en ligne. Les marques ou les influenceurs présentent les produits, en démontrant leurs caractéristiques, leurs avantages et en répondant aux questions des spectateurs en direct. Les téléspectateurs peuvent ensuite effectuer des achats instantanés via des liens ou des fonctionnalités intégrées dans la diffusion en direct.

- **Comment fonctionnent les achats en direct ?** Les achats en direct se déroulent généralement sur des plateformes de médias sociaux ou des applications dédiées. Les marques ou les influenceurs créent des événements de diffusion en direct, annonçant à l'avance les produits qui seront présentés. Pendant la diffusion, ils interagissent avec les spectateurs, répondent à leurs questions, partagent des détails sur les produits et proposent des offres spéciales. Les spectateurs peuvent acheter les produits présentés en cliquant sur des liens d'achat ou en utilisant des fonctionnalités intégrées dans la diffusion en direct.

- **Les avantages des achats en direct :** Les achats en direct offrent plusieurs avantages pour les consommateurs et les marques. Pour les consommateurs, cela crée une expérience d'achat plus interactive et engageante. Ils peuvent poser des questions en direct, obtenir des réponses immédiates, voir les produits en action et profiter d'offres exclusives. Pour les marques, les achats en direct permettent de présenter leurs produits de manière plus authentique, de renforcer la confiance des consommateurs, de générer un sentiment d'urgence et de stimuler les ventes.

- **Les secteurs qui bénéficient des achats en direct :** Les achats en direct ne se limitent pas à un secteur spécifique. De nombreuses industries, telles que la mode, la beauté, le fitness, la maison et la technologie, ont adopté cette nouvelle méthode de vente. Les achats en direct offrent une valeur particulière pour les produits visuels ou démonstratifs, où les consommateurs peuvent voir le produit en action avant de prendre une décision d'achat.

- **Les défis et les meilleures pratiques des achats en direct :** Bien que les achats en direct offrent de nombreux avantages, ils présentent également des défis. Les marques doivent s'assurer que leurs diffusions en direct sont de haute qualité, avec un bon éclairage, un son clair et une narration engageante. Il est essentiel de promouvoir les diffusions en direct à l'avance pour attirer un public plus large. De plus, les marques doivent traiter efficacement les commandes et la logistique pour garantir une expérience d'achat fluide et satisfaisante pour les consommateurs.

Nous concluons alors que les achats en direct révolutionnent l'expérience d'achat en ligne, offrant une interaction en temps réel entre les marques et les consommateurs. Cette nouvelle forme d'e-commerce offre des avantages uniques, tels qu'une expérience interactive, des réponses instantanées aux questions des consommateurs et des offres spéciales. Les achats en direct ouvrent de nouvelles opportunités aux marques pour promouvoir leurs produits, de renforcer la confiance des consommateurs et de stimuler les ventes.

Avec la popularité croissante de cette tendance, il est essentiel pour les marques de comprendre les meilleures pratiques et de tirer parti de cette méthode de vente innovante pour rester compétitives dans le paysage du commerce électronique.

..> la paire

CRÉNEAU & BESOIN

1 - CRÉNEAU : LE CHOIX D'UNE NICHE

Ces deux étapes sont très importantes, si elles sont bien exécutées, elles aideront à accroître de façon significative les chances de succès d'une campagne de promotion.

Vous serez alors en mesure de choisir un créneau dans lequel vous offrirez vos produits via des plateformes d'affiliation. Également vous serez en mesure de comprendre beaucoup mieux quels besoins vos clients potentiels tentent de combler, ce qui est important.

Ce que vous lirez est le fruit des recherches exhaustives sur les techniques de vente par affiliation avec un blog de niche. Plusieurs personnes ont utilisé le même processus afin d'en bénéficier en ligne et dans la vie de tous les jours.

Créer par exemple un site vous permettra de faire de l'argent à partir de quelques formes d'annonces contextuelles vendues au CPM (coût par impressions), des revenus passifs. Par contre, les vrais revenus proviennent de la vente de produits d'informations en ligne, que ce soit vos produits ou les produits de quelqu'un d'autre via une plateforme de vente par affiliation.

Utilisez le modèle classique de vente par affiliation :

- Diriger du trafic vers une page web;
- Capturer le «lead» (informations du client comme le nom et l'adresse courriel);
- Envoyer le client potentiel vers la page de vente du commerçant;
- Collecter la commission si le client potentiel achète le produit;
- Faire la promotion par campagne emailing de produits différents dans la même niche.

Bien que cette méthode permette de gagner de l'argent, le processus de vente est assez simple. Par contre, avant de pointer du trafic internet vers un site web afin d'y vendre des produits d'informations, il faut savoir ce que l'on veut vendre et à qui. Plusieurs personnes choisissent un produit à vendre avant de trouver un segment du marché à cibler. Cela est une grave erreur !

Le processus idéal consiste à :

- Choisir la bonne niche ou le bon segment de marché;
- Trouver les besoins réels des gens qui composent ce marché;
- Dénicher des (bons) produits qui répondent à ces besoins.

Si vous négligez une des deux premières étapes, alors il n'y a aucune façon de le corriger. Vous n'aurez pas de succès ! Vous vous battrez dans une guerre qui est perdue à l'avance. C'est pour cette raison qu'il faut mettre beaucoup d'efforts dans cette partie du processus.

Si au contraire, vous réussissez à trouver une bonne niche et à cerner les besoins véritables de vos clients potentiels, alors la moitié de la bataille sera gagnée d'avance.

CHOISIR LA BONNE NICHE : La première chose que vous devriez faire lorsque vous mettez sur pied votre propre campagne de vente par affiliation est de choisir la niche que vous voulez cibler. Cette niche fera partie d'un marché plus grand.

Une préférence, s'attaquer à une niche ou un créneau qui provient d'un des trois grands marchés suivants :

LA SANTÉ - L'ARGENT - LES RELATIONS HUMAINES.

Ces marchés ont fait leurs preuves ! En plus d'avoir suffisamment de clients potentiels, ces derniers répondent bien aux promotions sur internet.

Il faut s'assurer également que la niche du blog que vous choisissez est en lien avec vos intérêts personnels. Ce dernier conseil est optionnel, mais c'est beaucoup plus facile et intéressant de promouvoir un produit ou un service dans un marché qui vous intéresse.

Ceci est particulièrement vrai si après avoir fait de la vente par affiliation, vous décidez de produire votre propre produit dans cette niche. Alors, vous êtes mieux dans une niche dans laquelle vous opérez, le but étant de construire votre propre entreprise autour d'un mode de vie et non pas une entreprise qui devient un travail.

Par contre, si vous choisissez de promouvoir des produits dans des niches qui ne vous intéressent pas, vous sentirez que la mise sur pied de votre business devient un travail comme les autres.

À titre d'exemple, voici une liste des choses qui pourrait vous passionner :

Le marketing internet, l'alimentation, la technologie, la téléphonie, les voyages et la mode.

TROUVER UN SEGMENT DE MARCHÉ HYPER SPÉCIFIQUE : Une fois le marché trouvé, il est temps de dénicher un segment de marché plus petit. La raison pour laquelle il faut cibler un marché plus petit est fort simple. Plus un marché est spécifique, plus il est facile de le comprendre, de trouver ce que sont vraiment les besoins et de mieux comprendre ce que les personnes qui composent ce marché recherchent.

Si par contre, vous choisissez une niche trop générale, il sera très difficile de bien cerner les clients potentiels et les raisons pour lesquelles ils devraient acheter le produit que vous tentez de vendre.

La plupart des marketeurs internet classiques négligent cette étape, pourtant, elle est une des plus importantes. En ciblant un créneau plus spécifique, il sera beaucoup plus facile de créer un lien plus étroit avec les acheteurs potentiels.

COMMENT TROUVER UNE NICHE HYPER SPÉCIFIQUE ? Les trois grands marchés sont composés de centaines (et même de milliers) de niches différentes.

La niche que vous choisirez existe probablement déjà, mais la compétition est un très bon outil, cela est un signe qu'il y a de l'argent à faire.

Voici la façon qui me permet de trouver des niches qui sont émotionnelles et payantes.

La première chose c'est de faire une recherche de niche renversée. C'est une tactique dont vous n'avez probablement jamais entendu parler et qui va à l'encontre de tout, ce qui est enseigné aujourd'hui dans les cours de vente par internet. Mais elle fonctionne... La plupart des cours sur le marketing digital vont suggérer à leurs étudiants de trouver un produit qui se vend comme de petits pains et ensuite de trouver des prospects qui voudront acheter le produit en question.

Le problème avec ce système est que le produit choisi ne te donne pas de renseignements spécifiques sur les besoins à combler de la clientèle cible. La vraie raison pour laquelle les gens achètent le produit demeure un mystère. La responsabilité de trouver le public cible demeure ta responsabilité et cela peut se révéler comme un problème très onéreux à régler, en temps et en argent. C'est pour cette raison que choisir un produit avant un marché est une approche vouée à l'échec.

Voici une méthode meilleure pour choisir une niche spécifique à l'intérieur des 3 grands marchés :

- Choisir un des grands marchés;
- Choisir une niche générale à l'intérieur du marché choisi;
- Choisir une niche spécifique à l'intérieur de la niche générale;
- Choisir une niche hyper spécifique contenue à l'intérieur de cette dernière.

Probablement en ciblant uniquement un segment très précis, on pourrait rétrécir considérablement le marché... Et bien oui ! Mais par contre, il sera beaucoup plus facile de comprendre ce marché, ses peurs, ses besoins, ses objectifs et ses défis, afin de pouvoir vendre efficacement un produit de remise en forme ou de perte de poids.

Plus la niche choisie est spécifique, plus il sera facile de convaincre les gens qui composent ce marché qu'ils doivent acheter ce que vous leur proposez. Vos outils de marketing seront plus ciblés et efficaces.

La plus grande erreur sur les sites marchands, est qu'ils ciblent un marché qui est trop vaste. Ils essaient de cibler tout le monde, et le résultat est souvent un message faible, qui n'accroche pas et des ventes plus faibles.

Investissez votre argent et votre temps dans un site sans cible précise ne va sans doute pas donner les résultats recherchés.

Une règle en or, Si vous devez retenir une seule chose, alors retenez ceci :
"Ciblez un segment plus spécifique, et ensuite d'oublier tous les autres !"

2 - BESOINS : LES DEMANDES DU MARCHÉ

COMPRENDRE POURQUOI LES GENS CONSOMMENT : Avant de tenter des campagnes de promotion sur internet, il est important que vous compreniez la psychologie du consommateur. Il est primordial que vous sachiez pourquoi les gens achètent et consomment des produits et des services.

Si vous voulez connaître du succès en ligne, il est primordial que vous saisissiez que les gens qui font des recherches sur Google, ou qui cliquent sur les bannières de publicités, le font pour remplir un besoin.

Votre rôle comme marketeur internet consiste à trouver et à remplir ce besoin. Avant de le remplir, il faut que vous l'identifiez adéquatement, car le besoin n'est parfois pas celui qui semble évident.

Les personnes qui cherchent un jeu en ligne sont peut-être plus intéressées par le fait d'éviter du travail qu'ils pourraient, voire devraient être en train d'effectuer.

Les personnes qui cliquent sur une annonce pour un nouveau programme de perte de poids le font peut-être pour être plus capables d'être à la mode plutôt que pour des raisons de santé.

Le besoin ultime et souvent inconscient, il se trouve au deuxième, troisième ou même quatrième niveau. La clé pour devenir un marketeur internet qui connaît beaucoup de succès est d'être capable de comprendre et de circonscrire les besoins réels des clients potentiels.

Beaucoup de marketeurs se concentrent plus sur les aspects techniques de leur produit ou service que comment ce dernier peut contribuer à aider le client potentiel à combler son besoin.

C'est une grave erreur ! Le produit importe peu votre produit, ce qu'il veut est de combler son besoin.

Afin de devenir un très bon marketeur, vous ne devez pas seulement être capable d'identifier le besoin primaire du consommateur, mais également penser à son besoin final.

EXEMPLE : COMMENT CHOISIR UN PRODUIT

Voici comment mieux toucher son but : Examinons les raisons pour lesquelles les gens choisissent des aliments à acheter à l'épicerie. Vous vous dites probablement que le besoin primaire est de manger. Il est vrai que les gens qui achètent des aliments à l'épicerie le font parce qu'ils veulent combler un besoin vital qui est celui de manger.

Par contre, si la multinationale Pepsi faisait de la promotion pour le Pepsi Diète en mettant l'emphase sur le besoin des gens de s'abreuver, ils connaîtraient un succès très mitigé. Certes, les gens achètent des aliments, car ils doivent manger et boire pour rester en vie, mais qu'est-ce qui motive vraiment leurs choix d'aliments à l'épicerie ? Quels sont les véritables besoins qu'ils tentent de combler ?

Revenons à l'exemple du Pepsi Diète. Pourquoi les gens choisissent-ils le Pepsi Diète au lieu d'un autre type de boisson gazeuse ? Est-il meilleur pour la santé ? Pas vraiment...

Selon une récente étude, 87% des consommateurs choisissent le Pepsi Diète au lieu du Pepsi original parce qu'il est moins calorique. Il faut donc creuser plus profondément afin de mieux cerner le besoin final que ces consommateurs essaient de combler. Pourquoi ces derniers veulent-ils consommer moins de kilojoules ?

Prenons comme hypothèse qu'ils veulent perdre du poids : Pour perdre du poids, pour maintenir la forme ou tout simplement pour avoir un beau corps pour la mode ?



Encore une fois, choisissons une hypothèse et creusons un peu plus loin. Disons qu'ils le font pour pouvoir être plus séduisants et à la mode.

Pourquoi veulent-ils être plus séduisants ? Pour pouvoir attirer le regard, pour pouvoir se sentir heureux, et surtout pour être à la page, etc.

À la lumière de ce qui vient d'être exposé, il est possible de dire qu'une certaine partie de la population qui achète des aliments dans un supermarché le fait pour répondre à un besoin secondaire, souvent inconscient de devenir plus attrayant et/ou plus heureux.

Comprenez-vous maintenant pourquoi il est primordial de comprendre le client cible et de savoir exactement quel est son vrai besoin qu'il tente de combler.

Un marketeur brillant aura validé chacune des étapes à l'aide de sondages en ligne ou d'entrevues avec des personnes qui consomment déjà le produit.

VENDRE DES MONTRES QUI NE DONNENT PAS L'HEURE : MONTRE HUBLOT

Dans une entrevue avec le PDG des montres Hublot, il indique à la journaliste qu'il réussit à vendre des montres qui valent des milliers d'euros, non pas en vantant la propriété qu'elles avaient à dire l'heure, mais en insistant sur l'image qu'elles projettent.

La journaliste demande, quelle est la logique derrière la mise en marché des montres en occultant totalement la capacité qu'elles ont de tenir l'heure juste.

À cette question, il répond : *"Vous lisez encore l'heure sur votre montre ? Moi pas. Pour ça, j'ai un smartphone. Les montres Hublot servent à montrer que vous êtes riche, élégant ou sportif. Vous avez autant de choix pour exprimer votre personnalité que nous avons des modèles"*.

Il en rajoute un peu plus loin : *"Croyez-vous que tout le monde qui achète des produits Nike font du sport ?"*.

Wow, voilà quelqu'un qui a compris la psychologie du consommateur !

COMMENT TROUVER LES BESOINS DES CLIENTS

Vous vous demandez probablement, comment il est possible de trouver les vrais besoins souvent inconscients des clients potentiels qui composent votre marché ?

Il faut utiliser beaucoup les entrevues, à faire passer à des lecteurs de forum qui sont fréquentés par les mêmes personnes qui composent votre public cible.

Si vous ciblez par exemple les hommes qui veulent reprendre le sport, vous devriez chercher dans les forums des hommes qui posent ce genre de question.

Il y a aussi la possibilité de poser des questions dans des groupes Facebook, vous aurez rapidement des réponses.

Encore une fois, cette étape est cruciale et vous devriez collecter le plus d'informations possible sur votre clientèle cible, afin de pouvoir bien cerner les besoins des personnes qui la composent.

Bernard Bondy, web marketing



DEMAIN, L'ALGÉRIE...

together we
will

L'entreprise algérienne et l'économie innovante constituent un thème intéressant. L'Algérie, tout comme de nombreux autres pays, cherche à promouvoir l'innovation et à encourager le développement d'une économie basée sur la créativité, la technologie et l'entrepreneuriat. Nous évoquons quelques clés pour des fenêtres donnant une meilleure vue sur ce sujet :

Écosystème innovatif : L'Algérie s'efforce de créer un écosystème favorable à l'innovation et à l'entrepreneuriat. Cela comprend la mise en place de parcs technologiques, d'incubateurs d'entreprises, de centres de recherche et de développement, ainsi que le soutien à la création de start-ups et à l'innovation technologique.

Technologies émergentes : L'intégration des technologies émergentes est un aspect important de l'économie innovante en Algérie. Cela peut inclure des domaines tels que l'intelligence artificielle, l'Internet des objets, la cybersécurité, les technologies propres, les solutions du e-commerce, et autres applications mobiles.

Start-up et entrepreneurs : L'économie innovante en Algérie repose en grande partie sur l'émergence de start-ups et d'entrepreneurs locaux. Ces acteurs jouent un rôle clé dans la création de solutions novatrices, la stimulation de la concurrence et la promotion de l'innovation dans différents secteurs économiques.

Collaboration public-privé : La promotion de l'économie innovante nécessite une collaboration étroite entre les acteurs publics et privés. Les gouvernements, les institutions académiques, les entreprises et les investisseurs travaillent ensemble pour créer un environnement propice à l'innovation, en encourageant la recherche et le développement, la formation, le financement et la commercialisation des idées novatrices.

Défis et opportunités : L'établissement d'une économie innovante en Algérie peut faire face à des défis tels que le manque de financement, les contraintes réglementaires, l'accès aux ressources et aux compétences techniques, ainsi que la nécessité de changer les mentalités et de favoriser une culture innovante. Cependant, cela présente également de nombreuses opportunités en termes de croissance économique, de création d'emplois, de développement durable et d'amélioration de la compétitivité.

Il est important de noter que les informations spécifiques sur les entreprises algériennes impliquées dans l'économie innovante peuvent évoluer rapidement. Pour des informations à jour, il peut être utile de consulter les sites web des organismes gouvernementaux, des institutions académiques, des organisations de soutien aux start-up et des médias spécialisés dans l'innovation en Algérie.

Le cuisinier sait
faire de la cuisine,
les ingrédients
font le goût.



LES ENTREPRISES PUBLIQUES : C'est un équilibre et un poids très significatif pour l'économie du pays. En ce qui concerne l'économie innovante, le secteur public algérien est également impliqué dans la promotion de l'innovation et de l'entrepreneuriat.

Incubateurs et centres de recherche publics : Les autorités algériennes ont mis en place des incubateurs d'entreprises et des centres de recherche publics pour soutenir l'innovation. Ces institutions fournissent des ressources, des infrastructures et des programmes d'accompagnement pour les entrepreneurs et les start-ups innovantes.

Financement public : Les entreprises publiques nationales peuvent jouer un rôle dans le financement de projets innovants. Les organismes gouvernementaux et les fonds d'investissement publics peuvent allouer des ressources financières pour soutenir le développement de technologies nouvelles et prometteuses.

Partenariats avec le secteur privé : Pour favoriser l'innovation, les entreprises publiques algériennes sont très favorables pour établir des partenariats avec des entreprises privées, des universités et des centres de recherche. Ces collaborations permettent d'échanger des connaissances, des compétences techniques et des ressources pour développer des solutions innovantes.

Programme de soutien à l'innovation : Le gouvernement algérien a lancé plusieurs programmes de soutien à l'innovation, tels que des concours, des subventions et des initiatives visant à encourager les entreprises publiques à adopter des pratiques innovantes et à développer de nouvelles technologies.

Transition vers l'économie du savoir : L'Algérie cherche à diversifier son économie et à passer d'une économie basée sur les ressources naturelles à une économie du savoir axée sur l'innovation. Les entreprises publiques jouent un rôle clé dans cette transition en investissant dans la recherche et le développement, en favorisant la création de centres d'excellence technologique et en encourageant l'adoption de technologies de pointe.

Il convient de noter que le secteur public en Algérie peut également faire face à des défis, tels que la bureaucratie, la lenteur des processus décisionnels et la nécessité de réformes pour encourager davantage l'innovation et l'entrepreneuriat. Cependant, le gouvernement algérien reconnaît l'importance de l'économie innovante et travaille à la promotion de l'innovation dans le secteur public et à la collaboration avec le secteur privé pour stimuler le développement économique.





LES ENTREPRISES PRIVÉES : Elles jouent un rôle essentiel dans la promotion de l'économie innovante. En tant qu'acteurs dynamiques et flexibles, les entreprises privées ont souvent une plus grande agilité pour adopter de nouvelles technologies, développer des produits innovants et saisir les opportunités du marché. Voici quelques aspects à considérer concernant les entreprises privées algériennes et l'économie innovante :

Esprit entrepreneurial : Les entreprises privées sont souvent le moteur de l'innovation en Algérie. Les entrepreneurs privés ont la liberté d'explorer de nouveaux domaines, de développer des idées novatrices et de prendre des risques pour stimuler la croissance économique et la compétitivité.

Investissement dans la recherche et le développement : Les entreprises privées peuvent investir dans la recherche et le développement (R&D) pour améliorer leurs produits, processus et services. Cela favorise l'innovation technologique et permet de rester compétitif sur le marché.

Collaboration avec des partenaires internationaux : Les entreprises privées Algériennes peuvent nouer des partenariats avec des entreprises étrangères, des instituts de recherche et des universités pour bénéficier de transferts de connaissances, de technologies et d'expertise. Ces collaborations favorisent l'échange d'idées, l'innovation et l'adoption de meilleures pratiques.

Encouragement du gouvernement : Le gouvernement algérien a mis en place des politiques et des mesures visant à encourager l'innovation dans le secteur privé. Cela peut inclure des incitations fiscales, des subventions, des programmes de soutien financier et des initiatives de formation pour les entrepreneurs et les start-up.

Participation à des réseaux et des événements : Les entreprises privées peuvent participer à des réseaux professionnels, des événements, des conférences et des salons pour favoriser les échanges d'idées, l'apprentissage mutuel et la création de partenariats stratégiques. Ces plateformes offrent des opportunités de collaboration et d'innovation.

Il ne faut pas oublier que malgré les opportunités offertes aux entreprises privées, certains défis persistent, notamment l'accès au financement, la réglementation, les infrastructures, les compétences spécialisées et la protection de la propriété intellectuelle. Cependant, de nombreuses entreprises privées en Algérie démontrent une grande capacité d'innovation et contribuent à façonner l'économie innovante du pays.

DÉCISION EFFICACE L'IMPÉRATIF POUR LES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Dans une économie moderne et hautement innovante, la prise de décision efficace revêt une importance cruciale pour les entrepreneurs et les acteurs économiques. Face à des défis complexes, des technologies émergentes et des opportunités en constante évolution, il est essentiel de développer des compétences décisionnelles solides pour naviguer avec succès dans ce contexte dynamique.

La prise de décision efficace commence par une vision claire et stratégique. Les entrepreneurs et les acteurs économiques doivent avoir une compréhension approfondie de leur marché. Cela leur permet de prendre des décisions alignées sur leurs objectifs à long terme, en évitant les pièges des décisions à court terme qui pourraient compromettre leur avantage concurrentiel.

Dans une économie moderne et innovante, les données jouent un rôle central dans la prise de décision. Les entrepreneurs et les acteurs économiques doivent collecter et analyser des données pertinentes pour évaluer les opportunités, comprendre les besoins des clients, identifier les tendances du marché et évaluer les performances de leur entreprise.

La prise de décision efficace exige une pensée critique et une évaluation rigoureuse des risques. Les entrepreneurs doivent être en mesure d'analyser les différentes options, d'évaluer les avantages et les inconvénients, ainsi que les risques associés à chaque décision. Cela leur permet de prendre des décisions éclairées, basées sur des informations factuelles plutôt que sur des conjectures.

Il est essentiel d'être adaptable et réactif aux changements rapides. Les entrepreneurs doivent être prêts à ajuster leurs décisions en fonction des nouvelles informations et des évolutions du marché. La capacité d'apprentissage rapide, la souplesse organisationnelle et la volonté de remettre en question les décisions précédentes peuvent être des atouts précieux dans un environnement en constante évolution.

La prise de décision efficace ne se limite pas à une seule personne. Les entrepreneurs et les acteurs économiques doivent cultiver des réseaux solides et collaborer avec des experts, des mentors et d'autres parties prenantes. Le partage d'idées, les discussions et la recherche de conseils peuvent enrichir la prise de décision en apportant des perspectives différentes et en identifiant des solutions innovantes.

En développant une vision stratégique en étant adaptable et en favorisant la collaboration, les entreprises peuvent prendre des décisions éclairées et réactives qui les positionnent avantageusement dans un paysage économique en constante évolution.



ÉCONOMIE EFFICACE LES ENTREPRISES DE DEMAIN

L'économie actuelle est en constante évolution, portée par l'innovation et la transformation numérique. Dans cet environnement dynamique, l'efficacité est un facteur essentiel pour assurer la compétitivité et la croissance des entreprises. Alors que nous nous tournons vers l'avenir, il est crucial pour les entreprises de comprendre comment cultiver l'efficacité pour prospérer dans l'économie innovante d'aujourd'hui et de demain.

Dans un contexte où les technologies émergentes et les modèles d'affaires évoluent rapidement, les entreprises doivent être capables de s'adapter aux changements et de faire preuve d'agilité. Cela implique d'avoir une structure organisationnelle souple, des processus décisionnels rapides et une culture d'innovation favorisant l'expérimentation et l'apprentissage continu.

L'efficacité dans l'économie innovante repose souvent sur la collaboration. Les entreprises doivent chercher des partenariats stratégiques avec d'autres acteurs de l'écosystème, tels que des start-ups, des universités, des laboratoires de recherche et des fournisseurs de technologies. Ces collaborations peuvent favoriser l'échange de connaissances, l'accès à des ressources spécialisées et la co-création de solutions innovantes.

L'innovation étant un moteur clé de l'efficacité, les entreprises doivent consacrer des ressources significatives à la recherche et au développement (R&D). Cela inclut la création de départements dédiés à la R&D, l'exploration de nouvelles technologies et l'encouragement des employés à proposer des idées novatrices. L'investissement dans la R&D permet de rester à la pointe de l'innovation et de saisir les opportunités du marché.

Dans l'économie innovante, les entreprises ont accès à des quantités massives de données. Pour être efficace, il est crucial de collecter, analyser et exploiter ces données de manière stratégique. Les entreprises doivent adopter une approche basée sur les données pour prendre des décisions éclairées, optimiser leurs processus, améliorer la prise de décision et anticiper les tendances du marché.

Pour être efficace dans l'économie innovante, une entreprise doit encourager une culture d'innovation et d'apprentissage. Cela implique de valoriser la créativité, d'encourager les employés à prendre des risques calculés, de favoriser l'échange d'idées et de promouvoir la formation continue. Une culture d'innovation permet à l'entreprise de rester à l'avant-garde de l'évolution technologique et d'identifier de nouvelles opportunités de croissance.

Dans l'économie innovante d'aujourd'hui, l'efficacité est un élément clé pour la réussite des entreprises.

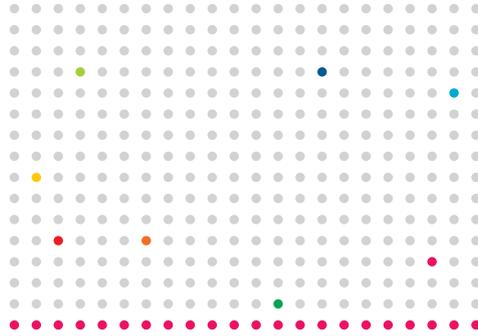


INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

audit

M A T I O N





MÊME JOUEUR JOUÉ ENCORE

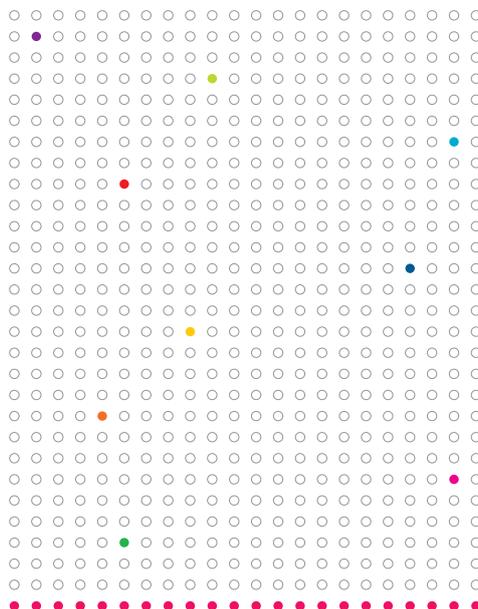
 L'EXTRACTION D'INFORMATIONS À PARTIR DE DOCUMENTS PEUT NE PAS ÊTRE L'APPLICATION LA PLUS SPECTACULAIRE DE L'AUTOMATISATION, MAIS ELLE OFFRE UN POTENTIEL ÉNORME DE RÉDUCTION DES ERREURS ET DES COÛTS.

LE TRAITEMENT DES FACTURES EST UN ÉLÉMENT FONDAMENTAL ET CRITIQUE DES OPÉRATIONS COMMERCIALES.

MAIS C'EST UNE TÂCHE ARDUE. CHAQUE FOURNISSEUR A SES PROPRES PARTICULARITÉS, CHAQUE FACTURE SA PROPRE NOMENCLATURE - LE "DÉLAI DE PAIEMENT DE 15 JOURS" D'UNE ENTREPRISE EST LE "PAIEMENT DÙ DANS DEUX SEMAINES" D'UNE AUTRE.

MÊME SI LES FACTURES PROVIENNENT DU MÊME FOURNISSEUR CHAQUE MOIS, LES AGENTS D'APPROVISIONNEMENT CHANGENT, LES FORMATS VARIENT ET LES FAUTES DE FRAPPE S'IMMISCENT. ET BIEN SÛR, LES FACTURES NE SONT QUE LA PARTIE ÉMERGÉE DE L'ICEBERG DE LA DOCUMENTATION.

CHAQUE JOUR, DANS CHAQUE ENTREPRISE, À TOUS LES NIVEAUX DE LA GESTION ET DES OPÉRATIONS, LES EMPLOYÉS DOIVENT EXTRAIRE DES DÉTAILS DES CONTRATS, DES BAUX, DES FORMULAIRES FISCAUX, DES ENQUÊTES ET D'AUTRES DOCUMENTS. ●●



LA PAPERASSERIE

Les entreprises consacrent chaque année un nombre considérable d'heures à la réalisation des tests de détail dans le cadre de l'audit des comptes de leurs clients.

Ces tests consistent à rassembler des preuves et à vérifier les transactions afin de confirmer l'exactitude des soldes et des transactions figurant dans les états financiers.

Pendant près de trente ans, les professionnels ont utilisé des feuilles de calcul, comme principal outil pour effectuer ces tests, cependant, avec l'avènement des documents au format PDF, tels que les factures, relevés de compte et reçus, les professionnels doivent désormais saisir manuellement les informations contenues dans ces PDF dans les feuilles de calcul.

Pour une entreprise de taille moyenne traitant 100.000 pages de documents par an, cela représente une dépense de près de 5.000 heures-personnes, soit environ 250.000 dollars.

MAIS QUE SE PASSERAIT-IL SI CES ENTREPRISES POUVAIENT METTRE EN PLACE DES SOLUTIONS BASÉES SUR L'INTELLIGENCE AUGMENTÉE «IA» ?

L'intelligence augmentée fait référence à des applications basées sur des systèmes adaptatifs alimentés par l'apprentissage automatique, dans lesquelles les algorithmes apprennent de l'expérience humaine, mais où les décisions finales sont prises par les humains.

Grâce à l'IA, les outils peuvent "lire" le texte des factures et utiliser des techniques de recherche de données relationnelles pour identifier rapidement les documents justificatifs importants.

Cette capacité s'avère particulièrement bénéfique lors de la gestion de grandes quantités de documents, où des millions d'exceptions peuvent être gérées de manière plus efficace.

Même si les factures papier peuvent varier d'un fournisseur à l'autre, les techniques d'IA peuvent identifier les informations clés présentes dans différentes factures, comme le coût unitaire et la

quantité, et calculer automatiquement les soldes du grand livre.

En mettant en place une solution d'IA, une entreprise moyenne pourrait économiser jusqu'à 2.000 heures pour chaque tranche de 100.000 pages traitées. Parallèlement, les entreprises sont également confrontées à des défis liés à l'interprétation et à la réponse aux avis fiscaux émis par les agences gouvernementales.

Aux États-Unis, le gouvernement émet plus d'une centaine de types d'avis fiscaux, auxquels s'ajoutent des milliers d'autres au niveau des États. Ces avis comprennent des modifications de comptes, des demandes de paiement et des divergences dans les déclarations d'impôts.

Ce processus nécessite la lecture, l'interprétation, la vérification de l'exactitude et de l'applicabilité des avis, ainsi que leur classification et leur réponse.

Malheureusement, ce processus est souvent propice aux erreurs et peut entraîner la perte de documents dans la masse, ce qui se traduit par des notifications manquées, des réponses tardives et des heures de travail supplémentaires pour rectifier les erreurs.

Dans le cadre d'une initiative interne visant à promouvoir l'automatisation, PwC a utilisé l'intelligence augmentée pour lire et répondre aux avis fiscaux.

Les outils basés sur l'IA ont été capables de lire différents types de formulaires fiscaux, d'extraire et de comprendre les termes et les phrases nécessitant des actions spécifiques, tels que les dates d'échéance, les codes d'avis, les montants dus et les pénalités pour défaut de déclaration.

En utilisant des techniques de génération de langage naturel, ces outils ont automatiquement généré des réponses, éliminant ainsi la nécessité de les créer manuellement.

Combinés à d'autres outils d'extraction d'informations, de conformité, de planification de scénarios et de situations fiscales internationales, ces solutions basées sur l'IA ont considérablement réduit le temps nécessaire à l'élaboration des réponses.

En somme, l'intelligence augmentée offre aux entreprises la possibilité de rationaliser et d'automatiser des processus longs et complexes tels que les tests de détail et la gestion des avis fiscaux.

Grâce à ces technologies, les entreprises peuvent économiser des heures de travail précieuses, réduire les erreurs et améliorer leur efficacité opérationnelle.



LA BONNE NOUVELLE

L'intelligence artificielle (IA) présente des capacités permettant d'accomplir de manière extrêmement efficace des tâches complexes et intégrées. Ces solutions sont caractérisées par leur transparence, leur évolutivité ainsi que leur facilité d'utilisation et de gestion. Grâce à diverses techniques innovantes d'IA, les organisations sont en mesure de traiter les documents de manière plus rapide, simplifiant ainsi les procédures opérationnelles.

Moins d'erreurs se traduisent par moins de corrections et de rétractations. Une étude récente de PwC sur l'automatisation de l'analyse a révélé que même des techniques d'extraction basiques basées sur l'IA peuvent permettre aux entreprises d'économiser entre 30 et 40 % du temps habituellement consacré à ces processus.

Un exemple bien connu de l'utilisation de l'IA est celui des recommandations de Netflix, qui a profondément modifié le paysage. De plus en plus d'entreprises adoptent les technologies de l'information et de la communication, les chatbots se faisant passer pour des agents du service client en ligne, la tarification dynamique des chambres d'hôtel, ainsi que la création d'itinéraires pour les entreprises de livraison.

Ces efforts sont les moteurs de création de valeur pour de nombreuses grandes entreprises prospères. Bien qu'il s'agisse d'une utilisation moins spectaculaire et en apparence plus banale de l'IA, elle vise à réduire les coûts et à optimiser les opérations, plutôt que de transformer ou de créer de nouvelles industries. Pourtant, cette utilisation apparemment ennuyeuse de l'IA est en réalité passionnante.

**LES TECHNIQUES D'EXTRACTION
BASÉES SUR L'IA SONT MISES
EN ŒUVRE, RÉDUISANT
DE 40 % LE TEMPS VOULU POUR
TRAITER LES FORMALITÉS
ADMINISTRATIVES DE ROUTINE,
MÊME LORSQU'IL S'AGIT DE
TÂCHES RUDIMENTAIRES.**

Prenons l'exemple des raisons qui motivent les choix alimentaires des consommateurs en épicerie. Bien que le besoin primaire soit de se nourrir, les motivations réelles derrière les choix alimentaires sont plus complexes.

Par exemple, une multinationale comme Pepsi ne pourrait pas simplement mettre l'accent sur la nécessité de s'hydrater pour promouvoir sa boisson

Pepsi Diète, car cela n'aurait qu'un succès mitigé. Les gens achètent effectivement des aliments pour satisfaire leur besoin de se nourrir et de boire pour rester en vie, mais quels sont les véritables besoins qu'ils cherchent à combler ?

PRENONS L'EXEMPLE DU PEPSI

DIÈTE. POURQUOI LES GENS

CHOISISSENT CETTE BOISSON

PLUTÔT QU'UNE AUTRE BOISSON

GAZEUSE ? EST-CE PARCE

QU'ELLE EST MEILLEURE

POUR LA SANTÉ ?

PAS VRAIMENT.!

Une étude récente a révélé que 87 % des consommateurs choisissent le Pepsi Diète plutôt que le Pepsi original en raison de sa faible teneur en calories. Il est donc nécessaire d'approfondir la compréhension du besoin final que ces consommateurs essaient de satisfaire.

Pourquoi souhaitent-ils consommer moins de calories ? Supposons qu'ils veulent perdre du poids. Est-ce pour des raisons de santé, pour maintenir leur forme physique ou simplement pour répondre aux critères de beauté imposés par la société ?

Cela souligne pourquoi l'utilisation de l'IA est si cruciale pour toutes les entreprises. Les gains de productivité, les marges et les valorisations sont réels.

Malgré son immense potentiel, l'étude AI prédictions 2021 de PwC, révèle que seuls 28 % des dirigeants accordent la priorité à l'utilisation de l'IA et de l'apprentissage automatique pour l'extraction d'informations, ce qui est nettement inférieur à d'autres utilisations telles que les chatbots et les solutions de sécurité sur le lieu de travail.

Certains dirigeants peuvent être confrontés à des contraintes de temps et de ressources nécessaires au développement, à la mise à l'échelle et à l'intégration de ces technologies avancées.

D'autres peuvent hésiter à faire confiance à l'IA ou douter de son utilité. Certains peuvent simplement négliger la valeur de l'extraction automatisée d'informations, la considérant comme une fonction secondaire.

Quelle que soit la raison, ils passent à côté de l'opportunité de rationaliser leurs processus et d'améliorer leur retour sur investissement.

LA BONNE NOUVELLE

Lorsqu'un être humain vérifie ces avis d'imposition, il s'agit d'une forme d'intelligence augmentée. Mais lorsque les réponses sont envoyées automatiquement, il s'agit d'intelligence autonome, c'est-à-dire d'un système d'IA qui s'adapte et prend des décisions lui-même, sans intervention humaine.

Les deux options fonctionnent, elles sont appliquées dans des domaines différents, en fonction de la tolérance au risque. Les entreprises qui mettent en œuvre des techniques avancées de comparaison de modèles pourraient automatiquement identifier les tendances qui les amènent à recevoir des avis spécifiques (*ajout des mêmes infos erronées dans la même section d'un formulaire fiscal*) et ainsi éviter de tels avis à l'avenir, ce qui leur permettrait d'économiser davantage de temps et de ressources.

Les informations recueillies dans le cadre d'une enquête, se heurtent également aux problèmes de l'analyse manuelle. Lorsqu'une entreprise mène une enquête auprès de ses employés, par exemple, quelqu'un doit comptabiliser et analyser les résultats.

Mais même si l'enquête est réalisée en ligne, quelqu'un doit compiler, analyser et résumer les données. Cette tâche, souvent déléguée à des analystes juniors disposant d'un niveau de connaissances et d'expérience statistiques de base, est également un champ de mines pour les inexactitudes.

Les relations entre les variables peuvent être fallacieuses et pourtant proclamées significatives et transformatrices, ce qui conduit à des conclusions erronées qui alimentent des stratégies erronées et peu fiables.

Un exemple classique : les ventes de glaces sont souvent corrélées positivement avec la criminalité. Bien entendu, les ventes de glaces ne sont pas à l'origine de la criminalité (*et vice versa*), c'est simplement que les deux augmentent pendant les périodes chaudes de l'été.

Mais la comparaison des groupes, le classement des répondants dans des catégories et la vérification des différences significatives peuvent tous être automatisés. En outre, pour les réponses libres, à des questions telles que (*Avez-vous d'autres idées pour améliorer les avantages sociaux ?*), les techniques de traitement du langage naturel peuvent identifier les sujets importants ou dominants dans les réponses des personnes interrogées, résumer les points principaux et générer des rapports automatisés, réduisant ainsi la nécessité de lire manuellement des centaines ou des milliers de réponses à des dizaines de questions.

Pour la question ci-dessus sur les avantages sociaux, il pourrait identifier les réponses axées sur les soins de santé, la flexibilité, l'assurance-vie, etc.

Néanmoins, les recommandations statiques de ces systèmes d'IA, un type d'intelligence assistée, requièrent toujours le jugement et la prise de décision de l'homme.

LES OUTILS

L'extraction d'informations pilotée par l'IA peut remédier aux inefficacités et des problèmes endémiques dans les scénarios susmentionnés. Cependant, contrairement à la robotique utilisée dans la fabrication qui fait du soudage par points ou de la peinture par pulvérisation, l'extraction d'informations basée sur l'IA n'est pas une activité routinière.

Elle nécessite une série de techniques complexes de science des données impliquant de multiples composants dynamiques qui doivent s'adapter à des conditions en constante évolution. L'intégration de technologies de pointe telles que la reconnaissance optique de caractères (OCR), l'apprentissage automatique supervisé et les analyses automatisées qui intègrent le traitement du langage naturel dans un processus transparent nécessitera du temps et de l'expertise technique.

Prenons l'exemple de l'OCR, qui permet de lire les caractères imprimés sur une page, même les caractères manuscrits, indépendamment de la police, de la taille, de l'orientation et de la luminosité.

À l'heure actuelle, nous rencontrons fréquemment cette technologie lors du dépôt automatisé de chèques, lorsque l'OCR lit non seulement le numéro d'acheminement et le numéro de compte, mais aussi le montant et la date du chèque. L'OCR est une technologie plus ancienne, mais elle reste essentielle en tant que première étape du processus de collecte des données pertinentes à partir des documents en question.

Pour de nombreuses utilisations, la transformation de ces données en actions nécessite des algorithmes d'apprentissage automatique sophistiqués capables de reconnaître et de classer des modèles. Les algorithmes d'apprentissage automatique peuvent être calibrés sur des données existantes afin d'ajuster leurs paramètres, puis déchainés sur de nouvelles données.

Ils peuvent également découvrir des indicateurs sophistiqués mais subtils de fraude monétaire, tels que des informations mal orthographiées sur une demande de prêt ou un nombre excessif de virements ou de dépôts d'espèces.

Ils peuvent également déceler des significations similaires dans différents contrats juridiques, par exemple dans les clauses d'exclusion, de limitation et d'indemnisation, qui sont toutes liées aux exemptions. En outre, les algorithmes d'apprentissage automatique peuvent s'attaquer à un ensemble de données et classer un ensemble d'entités en différents groupes.

La segmentation automatisée de la clientèle en est un exemple bien connu, mais la catégorisation des avis d'imposition, des lettres ou des clauses contractuelles est également possible et peut faire gagner un temps considérable qui serait autrement perdu. La lecture de ces documents n'est pas une tâche facile.

Les progrès réalisés dans le domaine du traitement du langage naturel au cours des dernières années ont été impressionnants. Bien qu'il ne soit pas nécessaire d'utiliser les algorithmes les plus avancés, tels que l'application de génération de langage naturel GPT-3, l'extraction d'informations par l'IA peut néanmoins tirer parti de certaines de ces avancées en identifiant le véritable sens d'un document, grâce à l'identification des mots contextuels, des parties du discours, etc.

L'IA elle-même ne comprend pas ce qu'elle dit bien qu'elle puisse en avoir l'air, mais les algorithmes sont capables de générer des résumés de documents, d'identifier des sujets, de juger le sentiment (positif ou négatif) de la prose, d'identifier des termes, des dispositions ou des clauses clés dans les documents et d'identifier des groupes de documents nécessitant des actions similaires.

CLASSIFICATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

- **INTELLIGENCE AUTOMATISÉE** : Lorsque des tâches simples et répétitives sont fixées et ne nécessitent aucune intervention humaine.
- **INTELLIGENCE ASSISTÉE** : Nécessite un jugement et une prise de décision humaine, mais les recommandations fournies par le système d'intelligence artificielle ne changent pas.
- **INTELLIGENCE AUGMENTÉE** : Se concentre sur les systèmes adaptatifs alimentés par l'apprentissage automatique dans lesquels les algorithmes apprennent à partir de l'expérience des humains, mais la prise de décision finale est effectuée par les humains.
- **INTELLIGENCE AUTONOME** : Lorsque le système d'IA s'adapte et prend des décisions lui-même, sans intervention humaine.

LORSQUE LES OUTILS D'IA COMMETTENT DES ERREURS, CELLES-CI PEUVENT ÊTRE ABSURDES. LE MAINTIEN D'UNE SURVEILLANCE HUMAINE EST ESSENTIEL POUR GARANTIR LA QUALITÉ.

En combinant ces techniques d'IA, il est possible de lire et de résumer rapidement et facilement de longs documents provenant de tiers, de concurrents ou de sources internes, et de générer des réponses rapides et appropriées. Dans une application, où nous recherchions 35 termes conceptuels différents (*par exemple, droit applicable ou date de résiliation*) dans divers types de documents, tels que des prêts et des produits dérivés, nous avons d'abord entraîné le système d'IA en utilisant seulement cinq documents et nous avons obtenu un score F1 de 0,28.

Le score F1 est une mesure de précision qui combine mathématiquement les faux positifs, les faux négatifs et les vrais positifs en un seul score, un score F1 parfait serait de 1, tandis qu'un score F1 sans valeur serait de 0. Un entraînement supplémentaire au fil du temps avec 565 documents supplémentaires a porté ce score F1 à 0,83, pas parfait, mais tout à fait bon.

Chaque nouveau document fournit plus de contexte, un plus grand nombre d'exemples sur lesquels l'algorithme peut entraîner ses paramètres et augmenter sa précision. Il convient toutefois de noter que la précision ne peut être mesurée par le seul score F1 (*par exemple, un modèle avec un score F1 de 0,60 peut produire exactement ce dont l'entreprise a besoin*). Le score F1 doit servir de guide, mais en fin de compte, c'est le jugement humain et l'expertise qui valideront le modèle et son niveau de précision.

L'ÉLÉMENT HUMAIN

Les outils d'IA ont tendance à être très précis, mais lorsqu'ils commettent des erreurs, elles peuvent être absurdes. Le maintien d'une surveillance humaine lors de la mise en œuvre de ces techniques d'IA est essentiel pour garantir la qualité, à la fois pour la formation des modèles et pour la correction finale des résultats en aval.

Une mise en œuvre réussie ne se limite donc pas à l'acquisition des outils. Les entreprises devront également prendre les mesures suivantes :

Créer une nouvelle plateforme, ou reconfigurer une plateforme existante, qui combine la gestion des données, les outils d'automatisation et les applications d'IA, mais qui maintient également les personnes dans la boucle.

Cette plateforme pourrait être un portail central au niveau de l'entreprise, où les données pourraient être stockées et échangées, les applications chargées et téléchargées, et la collaboration et le développement conjoint encouragés par le biais d'une interface de communication. Cette plate-forme devrait être accessible à tous les membres de l'organisation et devrait être réceptive aux innovations et aux applications proposées par les employés ainsi qu'à celles des développeurs professionnels.

Bien entendu, une telle démocratisation de ces puissantes technologies doit se faire de manière responsable, les dirigeants doivent rester vigilants quant aux risques potentiels et conscients de la nécessité d'une formation et d'une gouvernance d'entreprise adéquates.

PROGRAMME DE FORMATION COMPRÉHENSION ET LA SENSIBILISATION

Tout le monde devra se perfectionner, du PDG au nouvel employé débutant, dans toutes les fonctions. Les entreprises devraient envisager de former un grand nombre de ces employés non seulement à l'utilisation de ces outils d'extraction d'informations qui permettent de gagner du temps, mais aussi aux principes fondamentaux des technologies d'IA qui les sous-tendent. En comprenant mieux les capacités, les risques, les limites et les hypothèses de l'IA, les employés seront mieux à même d'utiliser ces outils de manière responsable et efficace. Chaque organisation devrait s'assurer que ses employés maîtrisent les technologies actuelles, et cette transformation ne se fera que si l'ensemble du personnel est impliqué.

Il convient d'accorder une attention particulière à l'impact sur les cadres intermédiaires, pour lesquels une part substantielle des tâches quotidiennes sera essentiellement éliminée.

C'est une réalité de l'automatisation, elle crée des gains d'efficacité en prenant en charge certaines tâches actuellement effectuées par des humains. Le message important à communiquer aux cadres est que, ce faisant, l'IA leur permettra de se concentrer sur des problèmes plus difficiles à résoudre et de travailler sur des questions qui requièrent un jugement humain ou de la créativité de faire plus de gestion et moins de tâches répétitives abrutissantes.

Offrir avec enthousiasme des incitations aux personnes au niveau tactique pour qu'elles utilisent ces outils et la nouvelle plateforme, au-delà de la simple mention des faits concernant le retour sur investissement potentiel. Ces incitations dépendent de la culture de l'entreprise, mais peuvent inclure des indicateurs de performance clés pour l'évaluation des performances, des primes en temps réel, la participation à une loterie pour un prix important, et ainsi de suite.

L'incitation à l'utilisation initiale de ces outils accélérera probablement leur utilisation. Les gens seront convaincus lorsqu'ils commenceront à voir comment les outils améliorent leur productivité.

Promouvoir le changement de culture en désignant des champions qui communiquent régulièrement et fréquemment sur les avantages de la mise en œuvre de l'IA. Le message selon lequel l'utilisation de ces outils est conforme à la stratégie, est perçue favorablement et est bénéfique non seulement pour les clients de l'organisation, mais aussi pour la santé et la croissance de l'organisation, accélérera l'adoption et fera en sorte que les changements techniques et culturels perdurent.

En tant qu'application de l'IA, l'extraction d'informations peut sembler banale, mais un examen plus approfondi révèle que c'est le contraire qui est vrai. Grâce à des solutions automatisées ou dynamisées, les entreprises ont la possibilité de dynamiser des processus traditionnellement chronophages et sujets aux erreurs, d'identifier des opportunités pour gagner en rapidité et en efficacité, et de dégager de nouvelles perspectives qui contribuent à la croissance à long terme. L'ennui n'a jamais semblé aussi excitant.

FOCUS

SAMSUNG MOBILE

S23

GALAXY ULTRA

Incroyablement polyvalent, le Galaxy S23 Ultra est équipé d'un système photo totalement revisité. Capable de révéler les détails les plus infimes, de capturer des clichés éblouissants en basse lumière ou d'enregistrer des vidéos en très haute résolution, il est ce qui se fait de mieux chez Samsung pour immortaliser chaque instant.

Le Galaxy S23 Ultra intègre une puce incroyablement puissante. Moins énergivore, elle vous permet d'en faire plus sur votre smartphone toujours plus longtemps. Plus efficace, elle garantit une expérience ultra fluide en toutes circonstances. C'est la puce Snapdragon® 8 Gen 2, la plus rapide jamais embarquée sur un smartphone Galaxy.

Le S Pen fait fusionner les Galaxy S et Galaxy Note. Intégré au châssis du Galaxy S23 Ultra, il est votre outil idéal de prise de notes, retouche photo ou contrôle de votre smartphone à distance. Exprimez-vous avec une précision extrême. Dessinez directement sur les photos et profitez d'un contrôle supplémentaire pour vos retouches. Écrivez rapidement des messages même en déplacement et regardez-les se transformer instantanément en texte.

Dévoilé début février 2023, le Galaxy S23 Ultra incarne ce que Samsung fait le mieux en matière de téléphonie mobile.

SAMSUNG SAURA-T-IL FAIRE REBONDIR UN MARCHÉ DES SMARTPHONES À LA PEINE ? Après une année 2022 compliquée, le leader de la téléphonie mobile démarre 2023 avec un trio de smartphones haut de gamme. Lancés début février, les Galaxy S23, S23+ et S23 Ultra incarnent donc ce que le constructeur fait de mieux. Comme l'année dernière, la version Ultra est le modèle de tous les superlatifs. Toutefois, Samsung ne révolutionne pas le genre.

À l'instar d'Apple et ses iPhone 14, le sud-coréen apporte des améliorations mineures pour boucler le cycle de trois générations avant une évolution majeure. Parmi les principales nouveautés du Galaxy S23 Ultra, le retour d'une puce Qualcomm et l'intégration d'un capteur photo de 200 Mpxl sont les plus remarquables.

Le meilleur téléphone.
Numérama 10/10

Le plus complet.
Journal du Geek 9/10

Roi du premium.
Les Numériques 5/5



LA PRISE EN MAIN : Plus agréable en main, le Galaxy S23 Ultra reprend le design minimaliste de son prédécesseur avec les optiques photo débordant légèrement du châssis en verre dépoli (protégé par le nouveau verre de protection Gorilla Victus 2 de Corning). Les dimensions et le poids du Galaxy S23 Ultra sont sensiblement les mêmes : 0,1 mm plus long, 0,2 mm plus large l'exacte même épaisseur de 8,9 mm pour 6 g de plus (234 g). S'il dispose exactement des mêmes technologies que celui du Galaxy S22 Ultra, il n'est pas tout à fait identique. D'ailleurs, le stylet du S22 Ultra ne rentre pas dans l'emplacement du S23 Ultra.

À l'instar de l'iPhone 14 Pro Max, le Galaxy S23 Ultra est donc quasiment identique à son prédécesseur. Toutefois, les quelques ajustements (notamment la dalle plus plate) rendent la prise en main encore plus agréable malgré un bouton point évident. Les finitions sont toujours exemplaires. Minimaliste et élégant, le Galaxy S23 Ultra est un bijou de technologie.

L'ÉCRAN : Leader du marché des écrans, Samsung continue de mettre à profit son expertise pour faire briller ses smartphones les plus premium. Le Galaxy S23 Ultra hérite donc d'une dalle Dynamic AMOLED 2X de 6,8" QHD+ compatible HDR10+. Le taux de rafraîchissement oscille entre 1 et 120 Hz selon le contenu affiché et la luminosité maximale peut en théorie atteindre les 1 750 nits.

D'après les résultats du laboratoire O1Lab, ce pic lumineux (en HDR) atteint en réalité 1 590 cd/m², ce qui reste la meilleure performance jamais réalisée. La luminosité moyenne atteint quant à elle 1 133 cd/m², le tout avec une brillance de 101 GU. En résumé, l'écran du Galaxy S23 Ultra est une pure merveille (*pour profiter d'une bonne colorimétrie, on conseille toutefois d'opter pour le mode d'affichage naturel plutôt que le mode adaptatif qui affiche des couleurs trop saturées*).

LA PUCE : Partenaire historique de Qualcomm, Samsung a décidé, à partir du Galaxy S6, d'intégrer ses propres puces dans ses smartphones commercialisés en Europe et certaines régions du monde. Les Exynos ont ainsi propulsé tous les modèles haut de gamme du coréen sans jamais atteindre le niveau des puces de Qualcomm. Ainsi, les Galaxy américains (qui intégraient elles des puces Qualcomm) ont toujours supplanté les Exynos tant en termes de performances que d'autonomie.

En 2023, Samsung décide donc de s'associer de nouveau à son partenaire d'antan, le temps pour la division semi-conducteurs de revoir sa copie. L'ensemble de la gamme Galaxy S23 intègre donc la dernière puce Snapdragon 8 Gen 2 présentée par Qualcomm en décembre 2022. Le modèle Ultra embarque également 8 ou 12 Go de RAM LPDDR5 et 256 Go à 1 To de stockage. Il faut souligner en revanche que le travail d'optimisation (réalisé conjointement entre les ingénieurs de Samsung et Qualcomm) permet de contenir la montée en température même lors de sessions de jeu prolongées.

LA BATTERIE : L'intégration de la puce Snapdragon 8 Gen 2 permet surtout de corriger l'un des points noirs des générations précédentes : leur autonomie. Le Galaxy S23 Ultra se hisse désormais parmi les références en la matière avec 20h36 en utilisation polyvalente. À titre de comparaison, le Galaxy S22 Ultra ne dépassait pas les 12 heures, mais l'évolution reste impressionnante.

Concrètement, le Galaxy S23 Ultra tient deux jours en usage «standard» et une journée et demie en utilisation plus soutenue. Une performance enfin à la hauteur d'un modèle de cette envergure. En revanche, on déplore encore et toujours l'absence de chargeur dans la boîte. Une tendance initiée par Apple que Samsung a jugé bon de copier au nom de l'argent l'écologie. Compatible avec un chargeur d'une puissance de 45 W, le Galaxy S23 Ultra se recharge intégralement en 60 minutes. Une performance moyenne pour un modèle premium mais bien plus acceptable avec une autonomie aussi remarquable. La charge par induction peut aller jusqu'à 15 W, tout comme la charge inversée 4,5 W.

LA PHOTO : Historiquement, la gamme Galaxy S a toujours été choisie par Samsung pour inaugurer de nouvelles technologies photo. Le S23 Ultra est donc l'occasion pour le sud-coréen de lancer un tout nouveau capteur de 200 Mpxl (1/1,3", photosites 0,6 µm) accompagné d'un objectif 23 mm f/1,7, d'un autofocus hybride (détection de phase + laser) et d'un stabilisateur optique.

Autre nouveauté matérielle, la caméra frontale composée d'un module embarquant un capteur de 12 Mpxl accompagné d'un objectif 26 mm f/2,2 et d'un autofocus Dual Pixel. Le reste du travail est donc essentiellement logiciel, avec une optimisation des algorithmes. Samsung promet de meilleures photos de nuit, notamment les portraits.

Passons rapidement sur les capteurs déjà présents sur le Galaxy S22 Ultra, à savoir le téléobjectif, le zoom périscopique et l'ultra grand-angle. Bien malin celui qui saura déceler à l'oeil nu une différence avec le S22 Ultra dans de bonnes conditions de lumière (extérieur jour par exemple).

Le Galaxy S23 Ultra brille encore par sa polyvalence photographique. Jusqu'à un zoom 30x, les clichés sont tous exploitables, au-delà le bruit numérique est trop présent. On pourrait tirer les mêmes conclusions du capteur principal (celui avec 200 Mpxl), et dans de bonnes conditions de lumière, c'est impressionnant.

Les algorithmes et le nouveau capteur améliorent donc principalement les clichés nocturnes. En basse lumière, le piqué est meilleur, les couleurs et les contrastes plus maîtrisés. Cela vaut donc pour le capteur principal mais aussi pour les téléobjectifs et l'ultra grand-angle. L'optimisation logicielle permet aussi à Samsung d'améliorer le mode portrait avec un rendu plus naturel, un bokeh plus maîtrisé et un détourage plus précis.

Samsung propose également un mode 200 Mpxl permettant de capturer des photos en 200 Mpxl (12 Mpxl par défaut avec le pixel binning). Ce mode prise de vue n'apporte pas grand chose si ce n'est la possibilité d'exporter les clichés au format RAW. Pour les autres, le gain de détails est loin d'être évident. Pire, quand la lumière vient à manquer les clichés sont encore plus dégradés.

À l'avant, le nouveau capteur se montre convaincant aussi bien dans l'exercice du selfie que de l'autoportrait. Enfin, le Galaxy S23 Ultra repousse les limites de la capture vidéo sur smartphone. Capable de filmer jusqu'en 8K à 30 im/s (dont l'intérêt reste discutable en 2023) il permet de réaliser des vidéos encore plus stables avec une prise de son précise. Sur le terrain de la photographie et de la vidéo, le Galaxy S23 Ultra fait donc honneur à son prédécesseur, déjà élevé au rang de référence. Samsung peaufine sa recette, corrige les quelques défauts du S22 Ultra et fait du Galaxy S23 Ultra le smartphone le plus polyvalent et le plus séduisant en matière de photographie.

Comment ne pas craquer pour le Galaxy S23 Ultra ? Par petites touches, Samsung propose le smartphone le plus abouti de son histoire. Pour cela, il reprend d'abord ce qu'il sait faire de mieux : un design plus élégant que jamais, un sublime écran et un appareil photo aussi efficace que polyvalent. En faisant preuve d'humilité et en s'associant de nouveau à Qualcomm, Samsung réussit surtout à corriger les principales faiblesses de la génération précédente. Grâce à la puce Snapdragon 8 Gen 2, le Galaxy S23 Ultra est plus performant que jamais, mais surtout très endurant.

“ THE LATE ”

CRÉATION DE VALEURS



La société immobilière Colliers avait besoin de donner à ses agents du contenu pour construire leurs profils professionnels sur les médias sociaux. La société met plus de 250 publications par mois à disposition de plus de 600 professionnels, tout en exerçant une surveillance stricte.

Colliers est une société de services professionnels et de gestion des investissements diversifiée leader dans 66 pays. Les 18 000 professionnels de la société travaillent en collaboration pour fournir des conseils d'experts en immobilier et investissement à ses clients. Le succès d'un programme régional d'employés ambassadeurs ouvre de nouvelles opportunités mondiales pour une société immobilière de premier plan

Pour continuer à développer ses 125 années de croissance et de réussite à l'échelle mondiale, Colliers, leader des services professionnels et de gestion des investissements, savait qu'il fallait fournir à ses professionnels des outils et du contenu pour développer sa marque personnelle et sa réputation sur les médias sociaux. Le problème : les employés ne savaient pas où trouver du contenu ni comment le partager. Pour aider Colliers à renforcer sa portée en ligne par le biais d'un programme d'employés ambassadeurs, tout en développant et en gérant sa marque mondiale sur les médias sociaux, l'équipe de marketing digital de l'entreprise s'est tournée vers Hootsuite.

QU'A-T-ELLE ENTREPRIS ? Colliers se concentre sur l'augmentation de la notoriété de sa marque, en commençant par le Canada, pour renforcer sa position de leader de l'immobilier commercial. L'équipe de marketing digital du Canada a demandé de l'aide pour déployer un programme d'employés ambassadeurs qui fournirait aux conseillers les outils et les compétences nécessaires pour développer leur marque professionnelle sur les médias sociaux, tout en apportant de la valeur à la marque de la société à l'échelle mondiale.

Grâce à Hootsuite Amplify, l'équipe a développé un programme pilote régional qui a fourni à une équipe de courtage de Vancouver du contenu de marque à partager avec ses contacts professionnels et ses prospects via leurs canaux de médias sociaux. Suite au succès du projet pilote, Colliers a étendu le programme à différents bureaux du pays. Fort de cette nouvelle réussite, Colliers a décidé de l'implémenter dans le monde entier.

“L'outil était vraiment, et est toujours, la principale source de revenus de nos courtiers, leur permettant de renforcer leur présence sur les médias sociaux, explique Raveena Dhindsa, directrice de la stratégie digitale mondiale et des technologies marketing chez Colliers. Au départ, nous n'avions pas prévu que d'autres employés l'adoptent, mais nous sommes ravis de voir que son utilisation s'est développée de manière organique”.

COMMENT CELA A-T-IL ÉTÉ POSSIBLE ? Une raison clé de la réussite du programme : l'entreprise a utilisé les fonctionnalités du nouvel outil pour renforcer l'engagement des employés existants.

“Nombre de nos professionnels souhaitaient être actifs sur les réseaux sociaux ou l'étaient déjà, explique Karina de León, spécialiste senior des médias sociaux et des contenus chez Colliers Canada et responsable des programmes Hootsuite et Amplify canadiens de l'entreprise. En tant que spécialistes du marketing digital, nous sommes conscients de l'importance d'une présence en ligne, et d'autres équipes en ont également pris conscience. Nous avons donc conçu la bibliothèque de contenus Amplify pour offrir tout un panel de contenus destinés aux experts de nos nombreuses lignes de services, plutôt que de se concentrer uniquement sur le courtage”.

L'équipe envoie plus de 250 publications par mois que les employés peuvent partager via Amplify. Les sujets abordés vont de l'immobilier commercial à la diversité et à l'inclusion, en passant par les affaires et l'investissement, le leadership, l'évolution de carrière, les vacances et bien d'autres encore. Le fait de proposer aux employés une multitude de contenus à partager sur les médias sociaux a permis de renforcer l'engagement envers la plateforme et d'obtenir des résultats impressionnants pour le programme. D'autres régions en ont pris note et ont fait de même.

“Nous avons un centre de ressources interne avec une section dédiée aux médias sociaux et au social selling, explique Dhindsa, et je reçois de nombreuses demandes de la part de personnes du monde entier, en particulier de courtiers, souhaitant s'inscrire à Amplify”.

Le Canada est en tête avec plus de 600 utilisateurs actifs, les États-Unis venant en deuxième position avec plus de 250. Les bureaux de Colliers en Asie, en Europe et en Amérique latine ont également adopté la plateforme et continuent d'ajouter de nouveaux utilisateurs.

CONSTRUIRE PLUS FACILEMENT SA MARQUE PERSONNELLE : Les nouveaux employés et les employés actuels de Colliers sont régulièrement encouragés à essayer Amplify - et ceux qui le font sont constamment impressionnés par sa simplicité d'utilisation.

“Les nouveaux utilisateurs pensent que c'est incroyable, dit Karina de León. Avec une bibliothèque de contenu de haute qualité à portée de main, Amplify s'est avéré très efficace et stimulant pour nos employés qui souhaitent publier sur leurs comptes de réseaux sociaux personnels”.



GESTION DES INVESTISSEMENTS



L'autre raison pour laquelle les employés s'inscrivent est l'engagement de l'entreprise en faveur d'une formation axée sur le digital. *“Lors du recrutement de nouveaux employés, en particulier dans le courtage, il y a maintenant cet atout supplémentaire de leur offrir une nouvelle corde à leur arc avec un nouvel outil”,* ajoute Dhindsa. Avec des opérations dans 66 pays, il est essentiel que les équipes et les utilisateurs puissent créer et modifier des publications en tenant compte des actualités et tendances locales. Amplify facilite les choses en veillant à ce que le contenu parle aux audiences régionales pour renforcer la pertinence et l'engagement.

Sachant qu'un modèle de contenu décentralisé comme celui-ci peut présenter des risques pour la marque tels que des comptes de réseaux sociaux frauduleux ou des liens malveillants, Colliers a intégré ZeroFox à la plateforme Hootsuite. En contrôlant son contenu tout en surveillant et en prenant des mesures pour supprimer tout contenu inapproprié ou malveillant, l'entreprise est en mesure d'équilibrer l'autonomie régionale avec la surveillance dont elle a besoin pour protéger sa marque à l'échelle mondiale.

ATTIRER LES MEILLEURS TALENTS GRÂCE AU STORYTELLING SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : Colliers s'efforce d'attirer les meilleurs talents, ce qui fait des campagnes de recrutement et de marque employeur une priorité clé pour son équipe marketing.

“Colliers est fière de recruter des experts dans leurs domaines respectifs, explique Aldo Stephanus, responsable senior du marketing digital chez Colliers Canada. Grâce à des campagnes marketing axées sur les personnes, nous mettons en valeur l'expertise de nos professionnels et leur expérience de travail chez Colliers, ce qui attire des candidats auprès de qui ce message trouve écho”.

Ces campagnes ont été si efficaces pour générer de l'engagement qu'elles ont inspiré un changement majeur dans la stratégie de contenu de l'équipe, selon Karina de León.

“Après le succès de notre première campagne axée sur la culture, qui présentait des photos des activités amusantes auxquelles les employés de Colliers participent pendant leurs jours de congé, nous avons commencé à donner la priorité à la promotion du contenu sur les personnes et la culture, en plus d'informations sur l'immobilier commercial”.

L'accent mis sur le contenu social est devenu un avantage concurrentiel pour Colliers et ses employés. Grâce à l'accès à des ressources complètes sur les médias sociaux et à de nombreuses opportunités d'interagir avec le contenu de l'entreprise en ligne, les employés de Colliers publient désormais plus que leurs concurrents dans la plupart des régions.

“Avoir accès à un public croissant de plus de neuf millions de personnes au Canada grâce aux réseaux de nos employés a ouvert les portes de notre stratégie de marketing digital”, note de Karina de León.

“Nous constatons un nombre record de téléchargements et de vues de nos rapports d'étude de marché et d'articles de leadership. Un élément clé de cette croissance est le partage sur les réseaux sociaux par nos employés via Hootsuite et Amplify”.

UTILISER INSIGHTS POUR RESTER EN TÊTE : Colliers Canada ouvre la voie à d'autres régions grâce à son utilisation de Hootsuite Insights optimisée par Brandwatch pour surveiller le sentiment et la part de voix autour de la marque et des campagnes.

Aldo Stephanus note que les données et les informations recueillies par l'équipe sont également utiles pour la direction, car elles permettent à Colliers de quantifier ses efforts et de motiver différentes équipes marketing. Les données montrent clairement la portée impressionnante de l'entreprise. Une réalisation notable : avoir été classé à plusieurs reprises comme le meilleur site Web d'immobilier commercial au Canada.

“Avec Hootsuite et Amplify, nous sommes en mesure de maintenir cette position par rapport à nos principaux concurrents, déclare Aldo Stephanus. Nous constatons un nombre record de téléchargements et de vues de nos rapports d'étude de marché et d'articles de leadership. Un élément clé de cette croissance est le partage sur les réseaux sociaux par nos employés via Hootsuite et Amplify”.

AVENIR : Colliers Canada ouvre la voie à d'autres régions. Ce qui n'était au départ qu'une plateforme facile à utiliser pour les courtiers de Vancouver s'est révélée être un outil indispensable dans le cadre des efforts mondiaux déployés par la société pour montrer la voie en matière de défense des droits des employés, en offrant aux collaborateurs un plus large choix d'outils digitaux pour les aider à réussir dans leurs fonctions.

Les équipes des services de courtage et des marchés financiers, du marketing et des ressources humaines constatent toutes l'impact de la plateforme au Canada et, de plus en plus, aux États-Unis.

“L'Asie Pacifique se développe activement et l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique sont en cours, certains pays étant déjà à bord, déclare Dhindsa. L'un de mes objectifs pour l'année prochaine est de stimuler la croissance et l'adoption de nos marchés restants”.

UNE ÉVOLUTION
MEILLEURE
UNE ÉCONOMIE
PRO P I C E
UNE NATION
S O L I D E



vega

V E N T U R E G A T E

