Non destiné à la vente GRATUIT

TechnoMagazine

Le Magazine NTIC au Maroc www.TechnoMag.ma

Numéro 24 - Mars 2013 - TechnoMag votre magazine gratuit des nouvelles technologies

SERVEURS ET PC, LA ZONE EMEA DANS LE ROUGE

L'une imprime, l'autre pas.

+l'étiquette de sécurité HP, avec son hologramme et son code QR de vérification, qu'il vous suffit de scanner à l'aide de votre smartphone pour recevoir une confirmation immédiate de son authenticité

©2012 Hewlett-Packard Development Company, L.P.

INFRASTRUCTURE

Big Data : les défis du XXIe siècle

PAGE 14

SÉCURITÉ

L'antivirus et le pare-feu sont-ils efficaces ?

PAGE 18

ENTREPRISE

Directeur informatique : une fonction en pleine mutation

PAGE 22

L'une imprime, l'autre pas.

Il n'y a qu'avec les cartouches de toner HP d'origine que vous pouvez être productifs.
Les cartouches de toner de contrefaçon peuvent beaucoup ressembler aux originales, mais elles ne donnent pas du tout le même résultat. Elles peuvent baver, donner des impressions de mauvaise qualité ou endommager vos imprimantes, ce qui risque de vous coûter très cher. Assurez-vous de n'acheter que des cartouches de toner HP d'origine en vérifiant systématiquement :

+l'étiquette de sécurité HP, avec son hologramme et son code QR de vérification, qu'il vous suffit de scanner à l'aide de votre smartphone pour recevoir une confirmation immédiate de son authenticité

Faites le bon choix pour votre entreprise, choisissez HP.
Pour en savoir plus, rendez-vous à l'adresse hp.com/go/anticounterfeit

©2012 Hewlett-Packard Development Company, L.P.

NOUVEAUX USAGES IT : LE DSI FACE À SES RESPONSABILITÉS

Cloud, RSE, shadow IT... les nouveaux comportements des utilisateurs finaux, libérés des contraintes d'une infrastructure en interne, n'ont pas pour autant exempté le DSI de ses obligations et de sa responsabilité professionnelle, civile et pénale. Retour sur les fondamentaux.

Qui n'a pas entendu parler du Cloud, des réseaux sociaux d'entreprise (RSE) et autre shadow IT ? Plus que de simples concepts obscurs, ils ont, chacun à leur niveau, modifié la perception et l'usage des technologies de l'information dans l'entreprise. Des notions, qui, par ricochet, ont fortement impacté le DSI. Le Cloud par exemple : pour la DSI, le risque lié à l'utilisateur qui acquiert et pilote en autonomie des applications métiers disponibles en ligne est de rencontrer d'importantes difficultés dans la gestion du réseau, notamment en termes de débit et de bande passante.

Du côté des RSE, susceptibles d'attirer en particulier les collaborateurs ne bénéficiant pas de l'expérience d'un réseau social grand public, il s'agira des comportements les plus courants sur un réseau social : oubli du caractère public de l'outil, remarques trop acerbes, etc. A l'inverse, un RSE trop verrouillé, ne laissant que peu ou pas de place à l'expérimentation, est voué à l'échec.

Enfin, le shadow IT représente un risque à lui tout seul. Open source, freeware ou, au pire, licence piratée, on sait la facilité aujourd'hui pour chacun d'installer n'importe quel logiciel sur un terminal d'entreprise. Rappelons à ce titre la responsabilité du DSI, qui peut être engagée par le fait d'un salarié, qu'il soit ou non sous sa direction. Ce peut notamment être une responsabilité pour fourniture des moyens ayant permis la réalisation de l'infraction dans le cas d'une licence obtenue illégalement.

Pour répondre à ces risques, les chartes et les règlements sont bien sûr indispensables. Mais ils sont insuffisants pour créer le réflexe chez les collaborateurs. C'est par une communication régulière, pérenne, et donc efficace, que l'entreprise prendra en compte la DSI dans toute sa substance. Des années d'autoritarisme informatique ont en effet eu pour conséquence l'ultra-libéralisme des utilisateurs que l'on connaît aujourd'hui. Ne serait-il pas temps de réconcilier utilisateurs et DSI autour de systèmes d'information intelligents, performants et sécurisants pour tous ?

Mounaim ELOUAZZANI
DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
elouazzani@technomag.ma

TechnoMag
N°24
MARS 2013

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Mounaim Elouazzani
elouazzani@technomag.ma

RÉDACTION
Mounaim Elouazzani
elouazzani@technomag.ma

DIRECTION COMMERCIALE
Samira Amsoul
samira@technomag.ma
Gsm: 06 66 89 44 99

P.A.O
Saad Rachid
saad@technomag.ma

IMPRESSION
Edit - Casablanca

Technomag est édité par:
Tachnomagazine S.A.R.L.
47, Bd Mohamed Ben Abdellah,
Résidence Belle Vue, 2ème étage, Bureau 182.
Casablanca, Maroc
Tél.: 0522 47 39 31
E-mail : contact@technomag.ma
siteweb : www.technomag.ma

Dépôt légal : 2011TE0019 - *ISSN :* 2028-473X

http://www.facebook.com/technomagazine
http://www.twiter.com/#!/technomag_maroc

Abonnez-vous gratuitement sur www.technomag.ma

SOMMAIRE

ACTUALITÉS

5- Les chinois a la poursuite de Samsung et Apple
6- LG reçoit 10 récompenses pour SMART
7- Alcatel-Lucent propose une version business partner locator
7- Sony ouvre un centre de services de pointe au Maroc
8- Intel accélère l'avancée de l'informatique Mobile
9- Signature de modernisation des réseaux mobile et fixe de MT
9- 2eme édition du Salon E-commerce

TÉLÉCOM

10- La vidéoconférence sort des salles de réunion

INFRASTRUCTURE

12- Le stockage en 2013
13- L'impression mobile, c'est quoi ?
14- Big Data : les défis du XXIE siècle

LOGICIELS

16- Une implémentation BIGDATA avec du Open source

SÉCURITÉ

18- L'antivirus et le Pare-feu sont-ils des outils efficaces ?
19- Utiliser la réputation contre la cybercriminalité
20- 50% des utilisateurs ne savent pas reconnaitre le Phishing

ENTREPRISE

22- Directeur Informatique : Une fonction en pleine mutation
23- La mobilité permet aux entreprises d'améliorer la productivité…

GREENTECH

24- Economies d'énergie : Gestion de votre parc informatique

RAPPORT

26- Serveurs : La zone EMEA dans le rouge en 2012
27- 2013, une année de baisse pour les ventes de PC
28- Tablettes : Les modèles low cost dominent le marché
30- Les prévisions Channel de VMWARE pour 201

INNOVATION

32- L'innovation et le développement du contenu des medias en ligne
33- Enjeu majeur pour les technologies de l'information et la communication

WEB

34- Comment choisir votre hébergeur de solutions Microsoft ?

TÉLÉPHONES MOBILES :

LES FABRICANTS CHINOIS À LA POURSUITE DE SAMSUNG ET APPLE

Sur un marché en légère baisse en 2012, Samsung et Apple se sont taillés la part du lion grâce aux smartphones, talonnés désormais par un trio de fabricants chinois.

Il s'est vendu l'an dernier, 1,75 milliard de téléphones portables, soit une baisse de 1,7% par rapport à 2011.

Les smartphones, en revanche, sont restés la principale locomotive du marché et ont enregistré des ventes record au dernier trimestre avec un bond de 38,3% à 207,7 millions d'exemplaires.

Samsung a d'ailleurs une fois de plus conforté ses positions et s'accapare désormais 22% du marché avec 384,6 millions de ventes. Nokia se cramponne à la seconde place, malgré des ventes en net repli (de 422 à 333,9 millions d'unités). Sa part de marché est passée de 23,8 à 19,1%. Apple complète évidemment le podium avec des ventes en forte hausse cette fois-ci (de 89 à 130 millions d'unités) et une part de marché de 7,5%.

Derrière, la chasse est lancée avec les étonnantes croissance de ZTE (67,3 millions d'unités), Huawei (47,2 millions d'unités) et de TCL (37,1 millions d'unités). Les autres grands marques ont malheureusement accusé le coup et ont vu leurs ventes baisser de plus de 30% dont LG (58 millions d'unités), RIM (34,2 millions d'unités) et HTC (32,1 millions d'unités).

Du côté des smartphones, Android reste l'OS le plus utilisé avec 69,7 % de parts de marché au 4ème trimestre 2012, suivi d'iOS avec 20,9% de parts de marché. Mais, d'après Gartner, 2013 devra voir éclore deux nouveaux OS : BlackBerry 10 et Windows Phone 8.

Worldwide Mobile Phone Sales to End Users by Vendor in 4Q12 (Thousands of Units)

Company	4Q12 Units	4Q12 Market Share (%)	4Q11 Units	4Q11 Market Share (%)
Samsung	106,957.7	22.7	93,830.3	19.6
Nokia	85,054.8	18.0	111,699.4	23.4
Apple	43,457.4	9.2	35,456.0	7.4
ZTE	16,160.6	3.4	18,915.1	4.0
LG Electronics	14,981.3	3.2	16,938.3	3.5
Huawei Technologies	13,679.1	2.9	13,966.1	2.9
TCL Communication	11,097.6	2.4	10,695.3	2.2
Lenovo	8,305.4	1.8	5,206.3	1.1
Sony Mobile Communications	7,946.6	1.7	8,935.7	1.9
Motorola	7,822.2	1.7	10,075.3	2.1
Others	156,613.7	33.2	151,985.1	31.8
Total	**472,076.4**	**100.0**	**477,703.0**	**100.0**

Source: Gartner (February 2013)

Worldwide Mobile Phone Sales to End Users by Vendor in 4Q12 (Thousands of Units)

Company	2012 Units	2012 Market Share (%)	2011 Units	2011 Market Share (%)
Samsung	384,631.2	22.0	315,052.2	17.7
Nokia	333,938.0	19.1	422,478.3	23.8
Apple	130,133.2	7.5	89,263.2	5.0
ZTE	67,344.4	3.9	56,881.8	3.2
LG Electronics	58,015.9	3.3	86,370.9	4.9
Huawei Technologies	47,288.3	2.7	40,663.4	2.3
TCL Communication	37,176.6	2.1	34,037.5	1.9
Research In Motion	34,210.3	2.0	51,541.9	2.9
Motorola	33,916.3	1.9	40,269.1	2.3
HTC	32,121.8	1.8	43,266.9	2.4
Others	587399.6	33.6	595886.9	33.6
Total	**1,746,175.6**	**100.0**	**1,775,712.0**	**100.0**

Source: Gartner (February 2013)

Worldwide Smartphone Sales to End Users by Operating System in 4Q12 (Thousands of Units)

Operating System	4Q12 Units	4Q12 Market Share (%)	4Q11 Units	4Q11 Market Share (%)
Android	144,720.3	69.7	77,054.2	51.3
iOS	43,457.4	20.9	35,456.0	23.6
Research In Motion	7,333.0	3.5	13,184.5	8.8
Microsoft	6,185.5	3.0	2,759.0	1.8
Bada	2,684.0	1.3	3,111.3	2.1
Symbian	2,569.1	1.2	17,458.4	11.6
Others	713.1	0.3	1,166.5	0.8
Total	**207,662.4**	**100.0**	**150,189.9**	**100.0**

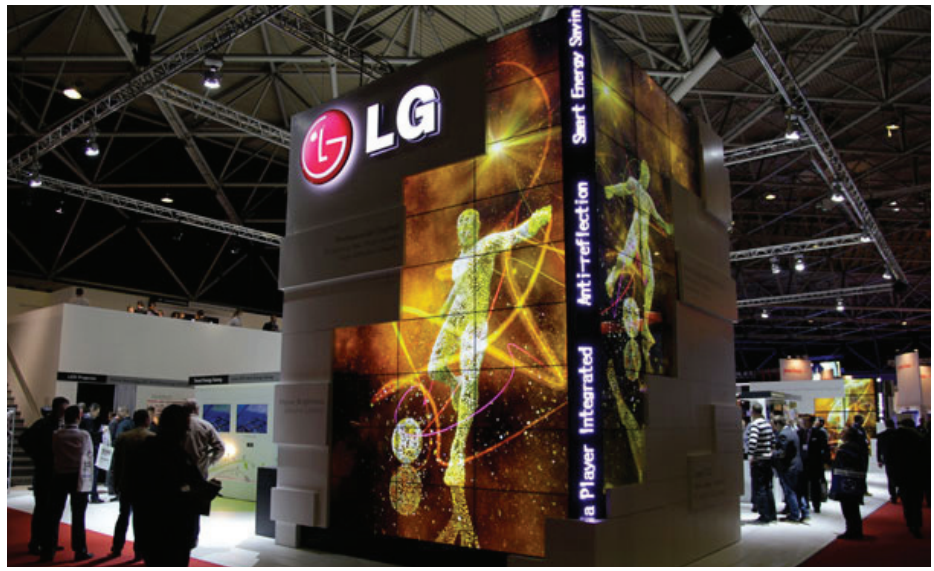
Source: Gartner (February 2013)

« CES 2013 INNOVATIONS AWARDS » : LG ELECTRONICS REÇOIT 10 RECOMPENSES POUR SES TECHNOLOGIES « SMART »

En plus du prix de la « Meilleure innovation » décerné à son téléviseur ultrahaute définition, LG a vu son excellence en design et en innovation distinguée dans six catégories

Proclamé champion de l'innovation et du design, LG Electronics a remporté 10 des prestigieux « 2013 International CES® Innovations Awards » dont celui de la « Meilleure innovation » en Écrans vidéo pour son nouveau téléviseur ultrahaute définition de 84 pouces qui offre une résolution quatre fois supérieure à celle des téléviseurs HD LED d'aujourd'hui.

Les produits LG d'électronique grand public, de téléphonie mobile et d'électroménager ont été distingués dans six catégories extrêmement disputées : Écrans vidéo, Lecteurs multimédia portables et accessoires, Systèmes domotiques intégrés et Audio/vidéo multi-pièces, Enceintes pour home cinéma, Appareils électroménagers et Téléphonie mobile.



Élu meilleur écran du marché, le téléviseur LED ultrahaute définition 84 pouces signé LG offre une résolution d'écran native de 3840x2160 adaptée à sa taille imposante. Avec ses 8 millions de pixels, le téléviseur LG Ultra HD CINEMA 3D Smart TV quadruple le niveau de détail d'une résolution Full HD de 1080 pixels. En attendant la disponibilité de contenus 4K, le puissant moteur de conversion « LG Resolution Upscaler Plus » développé par LG permet d'accroître le détail des images provenant de sources externes HD/SD.

Dans la catégorie téléphonie mobile, LG a été récompensé pour son smartphone vedette, le LG Optimus G, ultrafin et élégant conçu pour offrir une puissance de traitement inégalée et une qualité d'affichage exceptionnelle grâce à son écran True HD IPS Plus. Avec ce smartphone doté des technologies et fonctions les plus modernes, dont le puissant processeur quad-core SnapdragonTM S4 Pro de Qualcomm, la 4G LTE et la nouvelle fonction multitâche QSlide de LG, l'utilisateur double sa productivité – ou ses divertissements – en affichant simultanément deux contenus sur un même écran via un système de couches transparentes. L'Optimus G est un terminal multitâche haute qualité idéal pour les jeux vidéo au graphisme intensif et les films HD.

En plus de ses nombreux appareils d'électronique grand public et produits mobiles couronnés par des « CES Innovation Awards », LG a également été récompensé dans la catégorie Électroménager pour ses appareils à haute efficacité. Ces derniers intègrent la technologie Smart ThinQTM qui utilise une connexion Internet pour aider le consommateur à économiser son temps et son argent. Par exemple, le réfrigérateur connecté via la technologie Smart ThinQTM permettra de gérer sa liste de courses et la date de péremption des aliments, pour une consommation optimisée.

Les « CES Innovations Awards » sont décernés chaque année par un jury composé de concepteurs, ingénieurs et journalistes faisant autorité sur le marché. Les produits candidats sont jugés sur les critères suivants : intérêt pour l'utilisateur, esthétisme, innovation de la conception, qualité et contribution à une meilleure qualité de vie. Sous le parrainage de la Consumer Electronics Association, les « CES Innovations Awards » mettent en lumière les progrès des produits en matière de conception technologique et d'ingénierie.

Depuis 2004, LG a remporté plus de 130 « CES Innovations Awards ».

Informations produits et visuels sur la Pressroom LG www.lgpressroom.com

À propos de LG Electronics, Inc.

LG Electronics, Inc. (Bourse de Séoul : 066570.KS) est un leader mondial et un innovateur en technologie dans l'électronique grand public, les communications mobiles et les appareils ménagers. Présent sur 117 marchés à travers le monde, LG a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires total de 49 milliards de dollars américains (54 260 milliards de wons) à travers ses quatre divisions : Home Entertainment (Électronique grand public), Mobile Communication (Téléphonie mobile), Home Appliance (Appareils électroménagers), Air Conditioning & Energy Solutions (Solutions de chauffage, climatisation et Énergies renouvelables). LG est l'un des principaux fabricants de téléviseurs à écran plat, d'appareils mobiles, de climatiseurs, de lave-linges et de réfrigérateurs. Pour de plus amples informations sur LG Electronics, consultez le site www.LGnewsroom.com.

À propos de LG Electronics Home Entertainment Company

LG Electronics Home Entertainment Company est un acteur mondial de premier plan sur le marché des téléviseurs, moniteurs, affichages commerciaux, systèmes audio et vidéo, ordinateurs personnels et systèmes de sécurité. Repoussant toujours plus loin les limites de la technologie, l'entreprise crée des appareils multifonctionnels dotés d'une esthétique remarquable et répondant aux besoins des consommateurs du monde entier. Les produits grand public de LG incluent notamment des téléviseurs Smart TV CINEMA 3D, des téléviseurs OLED, des moniteurs IPS, des systèmes home cinéma, des lecteurs Blu-ray, des souris scanners et des appareils de stockage externe. Les produits à usage commercial de LG incluent la signalisation numérique, les systèmes de visioconférence et les caméras de sécurité. Pour de plus amples informations, consultez le site www.lg.com

ALCATEL-LUCENT ENTERPRISE

PROPOSE UNE NOUVELLE VERSION DU « BUSINESS PARTNER LOCATOR »

Le fournisseur de solutions d'entreprise s'appuie sur un réseau mondial de « Business Partners ». Aujourd'hui, Alcatel-Lucent Enterprise lance une nouvelle version de l'outil « Business Partner Locator », à destination des clients finaux et de ses revendeurs partenaires. Cet outil annuaire permet de retrouver facilement le partenaire intégrateur le mieux adapté et le plus proche.

Au programme : la localisation instantanée avec Google Maps, une nouvelle interface de navigation intuitive avec une ergonomie améliorée facilitant les recherches par solution, nom, niveau d'accréditation, pays ou région ainsi qu'une fonction « help », qui permet d'être assisté le plus rapidement possible. Via cette interface, Alcatel-Lucent Enterprise entend aider ses clients à entrer dans l'ère de l'Entreprise Dynamique, grâce à des systèmes de communication sécurisés, complets et stratégiques.

« Cette nouvelle application de notre portail professionnel permet à nos clients finaux d'avoir un meilleur accès aux coordonnées de partenaires revendeurs intégrateurs, et surtout d'identifier le partenaire le plus pertinent par rapport à leurs besoins. Pour ces derniers, c'esat l'assurance d'avoir une meilleure visibilité. Par exemple, si une entreprise cherche un partenaire revendeur pour des besoins en infrastructures réseaux, l'outil Business Partner Locator lui permet de trouver le spécialiste de la data le plus proche de ses locaux. », explique Yacine Mahfoufi, Directeur Marketing France d'Alcatel-Lucent Enterprise.

SONY OUVRE UN CENTRE DE SERVICES DE POINTE AU MAROC

CENTRE DE SERVICE AUTORISÉ POUR FOURNIR UN SERVICE APRÈS VENTE UNIVERSEL AUX CLIENTS SONY

Sony Moyen-Orient et Afrique, la marque leader de l'électronique grand public, annonce aujourd'hui l'ouverture d'un nouveau centre de service autorisé au Maroc. Ce centre a pour vocation de répondre aux besoins de service de toute la gamme des produits de la marque Sony, dans un show-room situé au cœur de Casablanca.

Le nouveau centre de service permettra de fournir aux consommateurs une 'Expérience Sony' globale.

Équipé d' outils à la pointe de la technologie, le centre diagnostiquera et réparera les gammes de produits Sony tels que téléviseurs, appareils photo et ordinateurs portables. Formés par des ingénieurs de Sony, le personnel de ce centre de service a acquis les compétences nécessaires pour répondre aux questions des clients et à leurs besoins d'assistance technique.

Shinya Mukaida, Directeur Général de Sony Moyen-Orient et Afrique FZE, explique : "le nouveau centre de service a pour but de fournir un avantage supplémentaire et une valeur ajoutée à nos consommateurs tout en offrant simultanément à nos distributeurs un solide soutien après-vente pour tous nos produits."

"Le centre, qui fournira à la fois les dernières innovations de Sony et un service de haute qualité, témoigne de notre engagement envers nos consommateurs. Nous sommes particulièrement fiers de notre personnel qui a reçu le niveau le plus élevé de formation pour être à même de fournir un service après vente de premier ordre."

Le centre de service autorisé Sony est situé à Electronia, Résidence Rio, Bd. Sidi Abderrahmane à Ain Diab - Casablanca.

Ouvert du lundi au jeudi, avec des horaires de travail qui s'étendent de 8:00 à 12:30 et de 14:00 à 18 :00.
Les vendredis, le centre est ouvertde 8:00 à 12:30 et de 14 :30 à 18 :30.

Le centre peut être contacté au (+212) 801000189 (Tél) et au (+212) 5227 96263 (Fax).

Pour une accessibilité supplémentaire de ces consommateurs aux avantages de son service « après vente », Sony a mis en place un point de collecte au show-room Electronia à Casablanca. Les utilisateurs Sony pourront y déposer leur matériel à réparer ainsi que leurs ordinateurs. Une aide de premier ordre pour toutes questions concernant les logiciels pourra leur être fournie sur place.

Les heures de travail pour ce point de collecte sont de 09:00à 13 :00 et de 15 :00 à 19 :00, et ce du lundi au samedi, et de 09 :00 à 14 :00 le dimanche.

SONY
make.believe

À propos de Sony Moyen-Orient et Afrique

Sony Moyen-Orient et Afrique FZE est une filiale de la société Sony , elle est aussi le siège social pour les régions du Moyen-Orient et d'Afrique. La société est engagée dans l'activité de l'Électronique Sony Grand Public, des ordinateurs portables VAIO, des Périphériques d'Ordinateur, des médias de Données, des Médias Enregistreurs et Énergie (Batteries), de l'Électronique Mobile (L'Audio Voiture) et des produits de Divertissement Informatique (PlayStation) dans plus de 40 pays dans la région.

En dehors des opérations de stockage dans la Zone Franche de Jebel Ali à Dubaï, Sony Moyen-Orient et Afrique gère les diverses activités logistiques, ventes, marketing, publicité et services clients à travers ses partenaires et ses bureaux représentatifs. Sony Moyen-Orient possède un bureau représentatif au Kenya et un autre au Pakistan, en plus de 497 centres de services tiers accrédités, ce qui lui permet de renforcer sa présence dans les marchés clés de la région.

Pour des informations complémentaires, veuillez visiter : www.sony-mea.com

INTEL
ACCÉLÈRE L'AVANCÉE DE L'INFORMATIQUE MOBILE

• Lancement de la nouvelle plateforme double cœur Intel® Atom™ Z25xx pour le segment des Smartphones grand public et haut de gamme.
• Extension du support pour les appareils mobiles en commençant par les tablettes et en poursuivant avec les téléphones.
• Le succès croissant du processeur Intel® Atom™ Z2420 destiné aux plateformes mobiles ainsi que les accords de partenariat Smartphone avec Lava (Inde) et Safaricom (Kenya) démontrent une dynamique continue sur les marchés émergents.

Intel a présenté une nouvelle gamme de produits et support visant à intensifier la présence de l'entreprise dans l'univers mobile. Ces annonces ont été faites à l'occasion du Mobile World Congress qui s'est tenu à Barcelone du 25 au 28 février.
« Ses annonces se situent dans la continuité de la dynamique d'extension du portefeuille Intel sur les divers segments de marchés mobiles, explique Hermann Eul, vice-président d'Intel et co-directeur général du groupe Mobile and Communication. En moins d'un an, nous avons réussi à travailler étroitement avec nos clients afin de lancer des smartphones basés sur la technologie Intel dans plus de 20 pays. Nous avons également pu fournir une solution économe en énergie pour les tablettes Windows 8. Nous sommes aujourd'hui tournés vers l'avenir et déterminés à collaborer avec nos partenaires sur tous les systèmes d'exploitation afin de fournir les meilleurs produits et expériences Intel Inside à nos clients. »

Une nouvelle plateforme tout-en-un Atom™
La nouvelle plateforme de processeur Atom™ d'Intel et son modèle de référence pour Smartphones fournissent une performance doublée et des capacités graphiques triplées, accompagnées d'une grande autonomie de batterie qui rivalise avec les téléphones Android* les plus populaires du moment. Ce produit inclut les avantages qui ont fait la réputation d'Intel, à savoir une performance de pointe permettant une navigation fluide sur le Web, un visionnage parfait des films HD, et une expérience plus rapide et plus aisée des applications Android*. Ce produit fera également ses débuts sur les tablettes Android*.

Intel étend sa présence au segment Smartphone
En étendant sa présence géographique, Intel voit émerger de plus en plus d'opportunités de livrer aux consommateurs des marchés émergents un accès à la riche expérience mobile Intel.
Dans le cadre de sa stratégie visant à profiter du marché croissant des Smartphones dans les pays émergents – des experts estiment qu'il atteindra les 500 millions unités d'ici 2015 –, Intel a dévoilé sa plateforme de processeur Intel Atom Z2420 destinée aux appareils mobiles tels que les tablettes et les Smartphones. Depuis sa présentation au Consumer Electronics Show, Acer (Thaïlande, Malaisie), Lava (Inde) et Safaricom (Kenya) ont annoncé de nouveaux appareils basés sur cette technologie.
Filiale du groupe émirati Etisalat, Etisalat Misr, l'un des plus importants opérateurs en Egypte avec 35 millions de clients, a annoncé sa collaboration avec Intel pour son projet de smartphone Intel Inside® Etisalat E-20. Cet appareil, dont le lancement est prévu en Egypte en avril prochain, sera le premier de son genre dans la région Moyen-Orient/Afrique du Nord et la seconde introduction de la technologie Intel sur le continent africain après le lancement du Smartphone Yolo™ par l'operateur Safaricom au Kenya en janvier 2013.
Le smartphone Intel Inside® Etisalat E-20 devient ainsi le 11e Smartphone équipés d'Intel dans le monde après San Diego avec Orange (France), MegaFon Mint (Russie), XOLO X900 avec Lava (Inde), Lenovo K800, Motorola RAZR i, ZTE Grand X IN et Yolo™ avec Safaricom (Kenya).
Dans un pays considéré comme l'un des principaux hubs d'Afrique et où la pénétration de la téléphonie mobile est très élevé, le lancement du smartphone Intel Inside® Etisalat E-20 en Egypte répond à une demande croissante d'acheteurs soucieux des prix et désireux de ne pas sacrifier la performance de leur appareil.

Faciliter l'émergence d'équipements mobiles Intel Inside®
Depuis des décennies, les plateformes et programmes Intel sont à la base de l'innovation de nombreux fabricants. La stratégie d'Intel se concentrera sur l'accélération du temps de mise sur le marché des équipements mobiles basés sur l'architecture Intel® et conçus par les fabricants majeurs du secteur.
Il s'attachera tout d'abord aux tablettes, puis aux téléphones et fournira des solutions constituées d'éléments de fabrications simplifiés visant à échelonner rapidement la conception des équipements à destination des marchés émergents ou matures. Le processeur Atom Z2760 sous Windows 8 et le SoC Atom 22 nm constitueront les premiers signes de cet effort.

A propos d'Intel

Intel (NASDAQ: INTC) est un acteur majeur dans le monde de l'innovation informatique. L'entreprise conçoit et construit les technologies essentielles qui constituent les fondations de tous les appareils technologiques dans le monde. Plus d'informations sur Intel sont disponibles sur newsroom.intel.com et blogs.intel.com.
Intel, Atom, Core et le logo Intel sont des marques déposées par Intel Corporation aux États-Unis et dans les autres pays.

* Les autres noms et marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

HUAWEI SIGNE D'IMPORTANTS CONTRATS

DE MODERNISATION DES RÉSEAUX MOBILE ET FIXE DE MAROC TELECOM

Huawei Technologies, leader mondial dans le domaine des télécommunications, fournisseur de Maroc Telecom depuis plus de 10 ans, renforce son positionnement dans le marché marocain. Les derniers contrats conclus avec l'opérateur leader en sont témoins. Ils vont permettre de moderniser aussi bien les Réseaux Mobiles actuels pour les faire migrer vers la dernière technologie "SINGLE RAN" que les réseaux Fixe avec la technologie « MSAN » ; deux technologies clés pour l'évolution des réseaux Télécoms.

La société Huawei est en train de déployer la dernière technologie Single RAN, appelée à remplacer l'ensemble des infrastructures 2G/3G pour offrir aux utilisateurs mobiles des débits importants allant jusqu'à 42, voire 84Mbps. Le Single RAN préparera aussi le réseau à l'avènement de la 4G. Pour les utilisateurs du service fixe, elle installe la technologie MSAN qui offre un service Internet allant jusqu'un débit de 50Mbps sur cuivre et plus de 100 Mbps sur fibre optique.

Ces projets, qui entrent dans le cadre de la convention d'investissement signée entre le Gouvernement Marocain et Maroc Telecom d'un montant de plus de 10 milliards de dhs, renforcent la position de la société Huawei sur le marché des télécoms. Qui plus est, ils vont permettre l'embauche de plus de 400 ingénieurs et techniciens marocains au sein de Huawei elle-même et de ses partenaires locaux.

A propos de Huawei

Huawei est un leader mondial dans le domaine des NTIC, qui s'est implanté au Maroc en 1999. Centré sur la R&D et fort d'une grande expertise technique et de partenariats solides, l'entreprise n'a cessé d'accompagner le développement des secteurs industriel, financier et public, en offrant des solutions compétitives et innovatrices allant des infrastructures réseaux au cloud computing, en passant par les datacenters et les Communica¬tions unifiées…. Les produits et solutions Huawei sont déployés dans plus de 150 pays, desservant plus d'un tiers de la population mondiale et 45 des 50 premiers opérateurs télécoms du monde entier. www.huawei.com

SALON E-COMMERCE.MA

2E ÉDITION À L'OFFICE DES CHANGES DE CASABLANCA DU 15 AU 17 MAI 2013

La 2e édition du salon "E-Commerce.ma" aura lieu du 15 au 17 mai 2013 à l'Office des Changes de Casablanca, sous l'égide du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec la CGEM, l'APEBI, Maroc Numeric Cluster, l'ASTEC et la FNT.

Dans un marché en pleine croissance, le salon E-Commerce.ma réunit l'ensemble des acteurs clés qui participent au développement du commerce en ligne, du Paiement Electronique et du Digital Marketing au Maroc. Objectif : contribuer au développement de cette filière à très fort potentiel pour l'économie marocaine.

E-Commerce.ma accueillera sur trois jours 100 exposants et 5.000 visiteurs. L'événement s'adresse aux professionnels du secteur ainsi qu'au grand public plus que jamais concerné cette évolution dans leurs modes de vie. L'exposition organisée par thématiques, accueillera les sites marchands, les boutiques en ligne, les acteurs de la Chaîne logistique, les agences de web marketing, les centres de relations clients, les opérateurs de paiement, les acteurs de la sécurisation des échanges, les banques ainsi que les institutionnels.

Plus de 50 conférences et ateliers seront organisés pour traiter des aspects légaux, de la confiance numérique, des nouveaux canaux et moyens de paiement. Exposants et visiteurs pourront y découvrir les nouvelles pratiques ainsi que les tendances émergentes et anticiper sur les évolutions à venir.

Enfin, les Trophées "E-commerce.ma" permettront de soutenir la dynamique de développement du E-Commerce au Maroc en valorisant et en récompensant les sites web marchands les plus innovants. L'inscription au concours est gratuite, les candidatures sont ouvertes jusqu'au 30 avril 2013.

Site Internet de l'événement : www.salon-ecommerce.ma

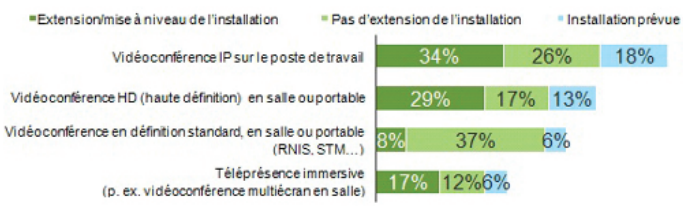
A propos de XCOM : Le salon E-Commerce.ma est organisé par Xcom Events, agence spécialisée dans l'organisation de salons professionnels IT. Xcom Events est l'organisateur du Salon Med-IT, Salon International des Technologies de l'Information et des Trophées "E-Commerce" au Maroc depuis 2009.

LA VIDÉOCONFÉRENCE
SORT DES SALLES DE RÉUNION

La vidéoconférence est traditionnellement jugée trop coûteuse et trop difficile à installer et à utiliser pour être adoptée à grande échelle en dehors de salles de conseil d'administration et d'autres lieux de réunion officiels. Pour bon nombre d'utilisateurs, il s'agit davantage d'une expérience occasionnelle que d'un outil régulier de collaboration au quotidien.

Selon Forrester Consulting, « l'innovation dans le domaine de la vidéoconférence permet aujourd'hui à celle-ci d'arriver sur des écrans plus petits, tels que les ordinateurs, les smartphones et les tablettes que nous utilisons tous les jours sur notre lieu de travail. » En outre, tandis que la vidéoconférence en général demeure une priorité, les décideurs informatiques « s'intéressent davantage à la vidéoconférence sur le poste de travail : un tiers des entreprises américaines étendent ou mettent à niveau leurs installations tandis que 18% prévoient de nouveaux déploiements de cette technologie » (voir ci-dessous).

Quels sont les projets de votre entreprise pour l'adoption des technologies vidéo suivantes ?



Panel : 309 décideurs informatiques Telecommunications, T1 2012

La vidéoconférence sur le poste de travail répond à un besoin

Logitech a récemment demandé à Forrester Consulting d'analyser de manière plus approfondie les principaux facteurs propices et obstacles au déploiement et à l'adoption de la vidéoconférence aux Etats-Unis. Forrester a donc contacté 50 décideurs dans ce domaine au sein d'entreprises qui utilisent actuellement la vidéoconférence sur le poste de travail et/ou en salle. Les enseignements de cette enquête américaine éclairent ce que nous observons également en Europe.

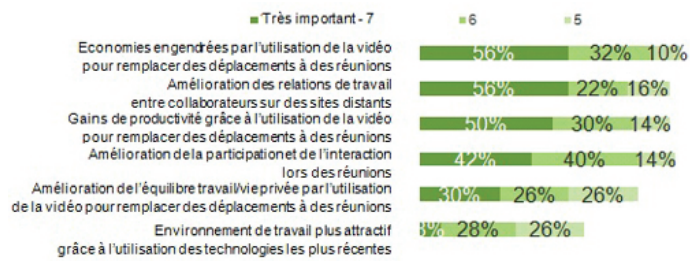
Ainsi, ce qui n'est sans doute guère surprenant, le coût constitue un obstacle majeur à la vidéoconférence, et l'un des principaux freins à son adoption répandue est l'accès aux équipements. En d'autres termes, les budgets alloués à la vidéoconférence ne permettent d'équiper qu'un nombre relativement limité de grandes salles de conférence très utilisées, mais pas de rendre cette technologie directement accessible à chaque collaborateur sur son poste de travail. Qu'en est-il lorsqu'une équipe restreinte souhaite organiser une réunion avec son homologue à l'autre bout du pays ou du monde ? La seule solution consiste à décrocher le téléphone.

Si le téléphone permet de faire passer le message, il n'offre pas les mêmes possibilités de communication et d'interaction optimales qu'un dialogue face à face. Or les entreprises prennent conscience de l'important manque à gagner qui en résulte.

Les avantages de la vidéoconférence vont au-delà de la réduction des frais de déplacement.

Autre résultat intéressant : la réduction des frais de déplacement n'est plus le seul motif de déploiement de la vidéoconférence. Dans l'enquête, les décideurs citent l'amélioration de la communication et les gains d'efficacité dans les réunions parmi les principales raisons de l'adoption de la vidéoconférence (voir ci-dessous).

Quelle importance votre entreprise attache-t-elle aux avantages suivants de la vidéoconférence ?



Panel : 50 décideurs en matière de vidéoconférence au sein d'entreprises américaines. Source : étude commandée par Logitech à Forrester Consulting, octobre 2012. (Le graphique ci-dessous présente les réponses notées 5, 6 et 7 sur une échelle de 1 à 7, où 1 = « Sans importance » et 7 = « Très important »)

Deux aspects ressortent de l'enquête réalisée par Forrester. D'une part, le marché de la vidéoconférence se déplace, et il en va de même pour la demande des produits. D'autre part, la vidéoconférence n'est plus réservée à une élite et se justifie pour une population plus vaste de collaborateurs dans l'ensemble de l'entreprise. Pour les fabricants, c'est l'opportunité de créer des solutions évolutives, économiques et simples d'utilisation, compatibles avec de multiples plates-formes de réseaux vidéo, et de faire entrer la collaboration vidéo dans les petites salles de réunion ou sur les autres lieux de travail.

POURQUOI ATTENDRE QUE LA CROISSANCE TOMBE DU CIEL ?

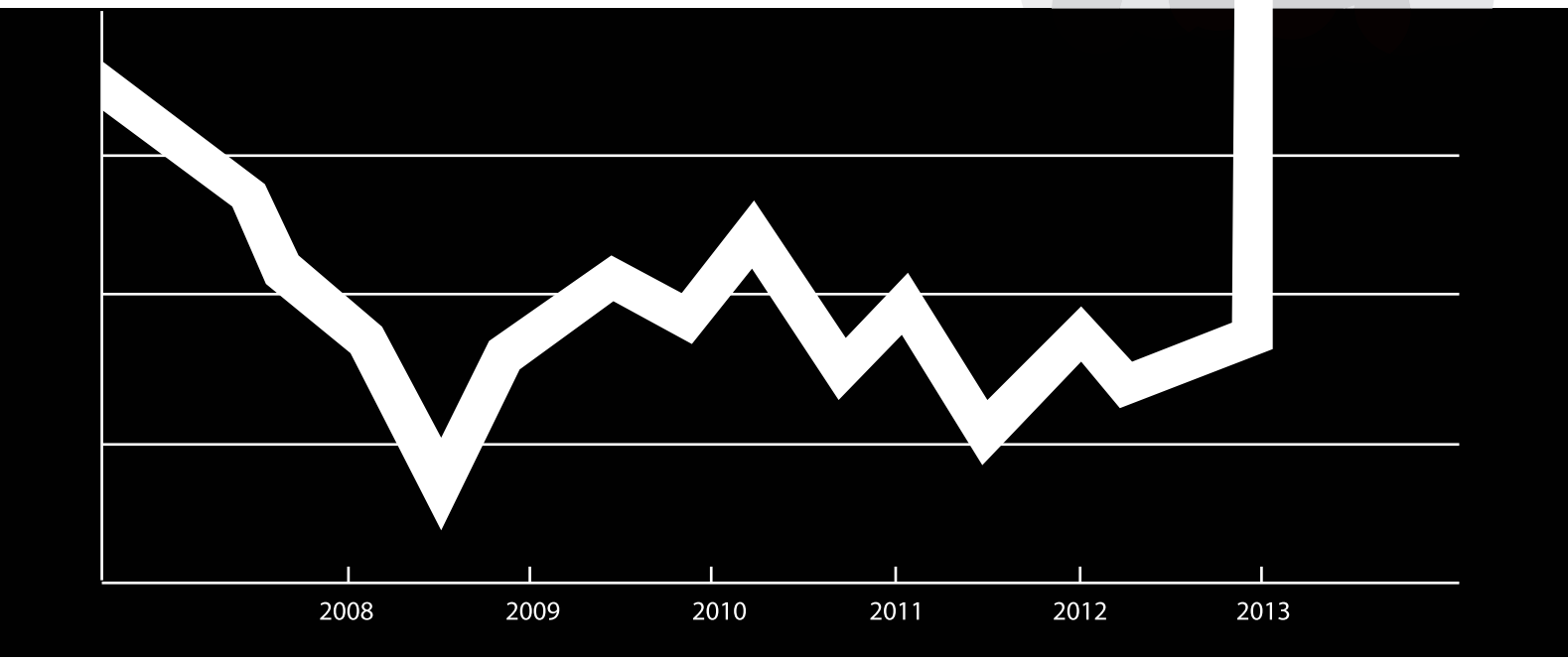
IL EST TEMPS D'ALLER LA CHERCHER AU COEUR MÊME DE VOTRE SYSTÉME D'INFORMATION.

Avec le programme Boost, votre entreprise va se donner les moyens de décoller.

RENDEZ-VOUS SUR

Boost.bull.com

et découvrez comment faire du numérique votre moteur de croissance



bullboost

Bull

Architect of an Open World™

LE STOCKAGE EN 2013

1. Recours accru au stockage objets de nouvelle génération pour gérer les Big Data.

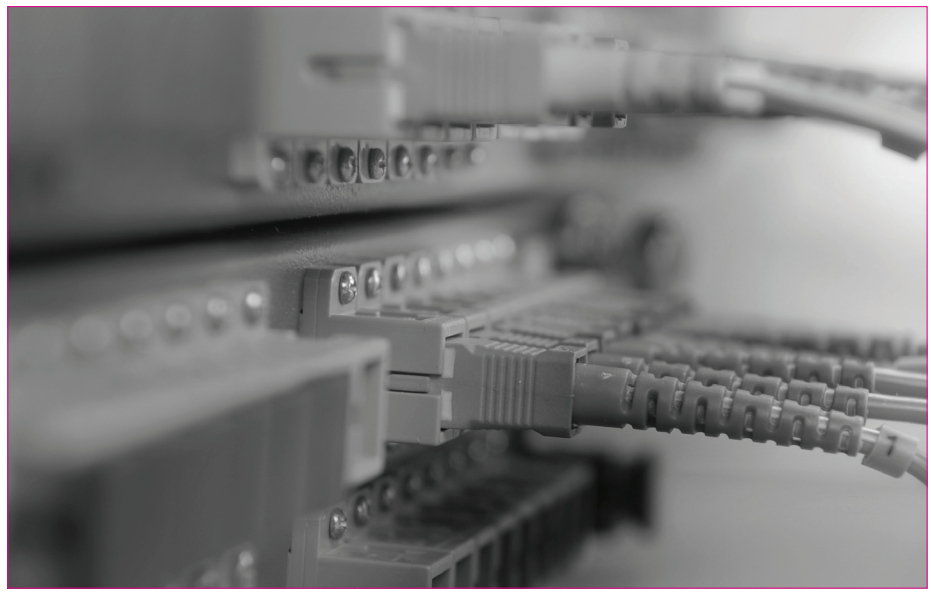
Les services IT sont confrontés à la densité de stockage accrue des disques durs, à la lenteur de reconstruction des matrices RAID et aux difficultés de récupération des disques défectueux. Ils manquent cruellement d'une solution qui les aidera à résoudre les problèmes de performances et d'accès dans les environnements de Big Data. La technologie de stockage objets 2.0, qui copie les données et les répartit très efficacement entre de multiples éléments indépendants assurant le traitement et le stockage, leur apporte la réponse qu'ils attendaient et n'est plus réservée aux adeptes de la première heure. Ce mode de stockage permet d'accéder aux données depuis partout, lève les contraintes liées à la restauration et assure la longévité des données ; il offre une meilleure tolérance aux pannes pour un coût moindre et favorise les initiatives des plus grands datacenters comme le recours accru aux services Cloud.

2. Le stockage en mode « scale-out » continue de gagner du terrain.

Pour protéger leurs données, la plupart des entreprises ont adopté le « scaling up », une approche où toutes les opérations sont assurées par un seul système, notamment la sauvegarde, la reprise après incident et la restauration. Si cette méthode est efficace, les entreprises perçoivent le « scaling out » comme une option plus viable. Au lieu de tout concentrer sur un seul système, ce qui nuit aux performances et à la disponibilité, l'approche « scale out » distribue les données et le traitement entre plusieurs appliances, pour une redondance accrue et une capacité de services améliorée.

3. Tout tourne autour de la valeur des données.

Plutôt que d'envisager le coût du stockage des données comme une équation complexe entre capacité utile, alimentation, refroidissement, maintenance et personnel IT, les entreprises devraient l'évaluer proportionnellement à la valeur des données et aux caractéristiques d'accès à ces données. En adoptant des stratégies comme le stockage N-tier, elles peuvent conserver les données auxquelles elles accèdent souvent, sur des systèmes plus onéreux et plus performants, et stocker celles qu'elles exploitent plus rarement, sur des systèmes moins coûteux. Le stockage N-tier s'avère économique et simple pour gérer les données, et permet de se concentrer sur ce qui compte plus : le chiffre d'affaires, les bénéfices, la productivité et le délai de commercialisation.



4. Une fois de plus, l'annonce de la disparition de la bande se révèle infondée.

La sauvegarde sur disque et le stockage dans le Cloud monopolisant l'attention du secteur, beaucoup spéculaient sur la fin imminente de la bande. La réalité est tout autre car la bande a encore un rôle important à jouer ; Google l'a d'ailleurs choisie pour la restauration des données Gmail. En effet, moins onéreuse et parfois plus rapide que le disque, elle reste le média de prédilection pour l'archivage à long terme. De plus, grâce à des avancées récentes comme la technologie LTFS qui permet de l'utiliser quasiment comme un disque dur (déplacement des fichiers par glissement-déplacement et restaurations par pointer-cliquer, par exemple), la bande reste attrayante.

5. La déduplication devient un élément à part entière de la protection des données dans le Cloud.

Avec l'émergence de la sauvegarde dans le Cloud, les entreprises peuvent réduire leurs coûts d'infrastructure interne et de gestion, éviter les dépenses liées à l'entretien de plusieurs datacenters pour la reprise après incident et protéger les données des sites distants. Toutefois, au vu de la croissance des données, les protéger dans le Cloud ne sera viable à terme que si l'on minimise les volumes transférés vers et depuis le Cloud. D'où le rôle essentiel de la déduplication pour faire du stockage dans le Cloud une option de plus en plus séduisante.

6. Les environnements de stockage hybrides s'imposent comme la nouvelle norme.

Même si les entreprises intègrent les technologies de stockage virtuel et dans le Cloud à leurs infrastructures existantes, elles ne sont pas prêtes à abandonner complètement leurs systèmes classiques de stockage sur site. C'est pourquoi la gestion des environnements de stockage hybrides prend de l'ampleur, les sociétés adoptant des solutions souples qui leur permettent à la fois de protéger leurs investissements antérieurs et d'exploiter les nouvelles techniques. Par exemple, il existe aujourd'hui des systèmes de déduplication capables de fonctionner en tant qu'appliances physiques ou virtuelles, qui intègrent la sauvegarde et la réplication. De même, certaines offres Cloud permettent à la fois de conserver des copies locales des données de machines virtuelles pour procéder à des restaurations rapides et de mettre à disposition très vite des images complètes des machines virtuelles dans le Cloud, exploitables en cas d'incident.

7. La recherche rapide et automatique de données vidéo facilite la valorisation des données.

Les résolutions vidéo plus élevées génèrent des informations plus détaillées et toujours plus de contenu qu'il faut explorer pour trouver des séquences ou des images spécifiques, un vrai travail de titan. Cette situation amènera plus d'entreprises à utiliser des logiciels d'indexation et de recherche vidéo automatiques pour gérer l'accès, le partage et l'archivage hautes performances de données vidéo toujours plus nombreuses. Fortes de ces outils, les organisations qui exploitent de gros volumes de données vidéo, comme lle secteur des média, pourront ainsi valoriser pleinement leurs contenus numériques.

L'IMPRESSION MOBILE, C'EST QUOI ?

Comment le Cloud et de nouvelles applications d'impression mobile permettent aux professionnels d'imprimer lors de leurs déplacements.

L'utilisation croissante de tablettes, de smartphones et d'ordinateurs portables par les professionnels leur permet de gagner du temps. Plus besoin d'attendre d'être de retour au bureau pour imprimer et partager des documents essentiels à leur activité, leurs clients ou leurs partenaires. Cela est désormais possible grâce à de nombreuses applications mobiles à condition d'avoir les appareils compatibles disponibles.

La mobilité et l'émergence de nouveaux besoins

La croissance de l'utilisation du Cloud Computing (espace de stockage de données virtuel) et des services d'impression mobile a permis de créer, de modifier ou de personnaliser des documents et de les imprimer directement sur l'imprimante d'un client ou d'un collègue de travail. Par exemple, des photos venant d'être prises peuvent ensuite être directement imprimées à distance. De même, il est possible de réserver un vol d'affaires dans les transports et de récupérer sa carte d'embarquement sur son imprimante. Toutes ces activités contribuent à économiser du temps et à travailler plus efficacement, ce qui est essentiel dans le climat économique actuel où le gain de temps est primordial.

L'impression mobile

Une enquête menée par le cabinet Lyra1 a montré qu'un quart des personnes interrogées avaient déjà utilisé un service d'impression en situation de mobilité. La moitié d'entre eux ne l'ont jamais fait mais pensent être amenés à le faire. Cela montre ainsi le besoin croissant de périphériques d'impression mobile adaptés.L'impression mobile fonctionne soit en se connectant à un réseau, soit directement à une imprimante sans fil permettant à l'utilisateur d'imprimer à distance et ce n'importe où dans le monde. La plupart des applications d'impression mobile ne fournissent pas d'accès à toutes les imprimantes. Il existe néanmoins des applications universelles permettant aux utilisateurs de lancer une impression sur n'importe quel type d'imprimante. C'est le cas de Microtech Corp ePrint et de Cortado qui sont toutes deux compatibles avec les imprimantes et multifonctions de la plupart des marques spécialisées dans l'impression.

Il existe deux versions du logiciel Print Microtech Corp compatibles avec les appareils iOS et Android : ePrint Free, en version gratuite et la version complète, au prix de 2,99 $, qui permet d'imprimer les pages Web et des fichiers PDF ainsi que les documents, de prévisualiser et de spécifier la taille du papier ainsi que la couleur.

Cortado Workplace est une solution d'impression mobile qui permet d'imprimer directement à partir d'un smartphone ou d'une tablette et est compatible avec iOS, BlackBerry, Android et Symbian. Avec 2 Go de stockage en ligne gratuit, les utilisateurs de cet outil peuvent stocker des documents dans leur espace de travail personnel (Cloud privé) et imprimer des documents sur demande dans tous les réseaux accessibles au Wi-Fi. Cortado est disponible en téléchargement et, contrairement à d'autres solutions, permet l'impression mobile sans avoir besoin d'un PC ou de pilotes d'impression. Par conséquent, vos impressions peuvent être traitées sur votre imprimante, à la maison, sur la route ou au bureau.

La demande de solutions d'impression mobile

Selon IDC, les effets combinés de la hausse du nombre de travailleurs mobiles, la démocratisation des smartphones et des tablettes ainsi que l'explosion des applications mobiles, convergent vers un développement de la demande pour des solutions d'impression mobile au cours des cinq à dix prochaines années. La demande de solutions d'impression mobile comme la gamme d'applications sont promises à une telle croissance que les fabricants doivent répondre à ces besoins en assurant une compatibilité totale avec les imprimantes et les appareils.

BIG DATA : LES DÉFIS DU XXIE SIÈCLE

« Big Data » : l'industrie des nouvelles technologies semble n'avoir que ce mot à la bouche. A tel point qu'il suscite de plus en plus de scepticisme. Pourtant, en ne prêtant pas attention aux potentiels bénéfices apportés par le Big Data, nombre d'entreprises prennent le risque de passer à côté d'une opportunité d'accroître leur efficacité et de multiplier leurs sources de revenus.

Big Data : un casse-tête stratégique et technique

Bien plus qu'un simple buzz, la Big Data doit être considérée par les entreprises comme une opportunité de se pencher plus précisément sur les données qu'elles créent, qu'elles collectent, qu'elles gèrent. Avec à la clé, des moyens de les utiliser et de les manager plus efficacement voire d'augmenter les parts de marché de l'entreprise.

La raison pour laquelle la Big Data suscite à l'heure actuelle tant d'attention - ou de battage - réside dans le fait qu'elle est tout simplement devenue incontournable : le développement exponentiel des technologies, notamment en termes de performances et de capacités, laisse désormais aux données la place de se propager sous toutes leurs formes. Mais si l'on regarde les paramètres utilisés pour mesurer la taille des données - à savoir leur volume, leur vitesse et leur variété - on comprend la difficulté pour la plupart des entreprises d'appréhender la Big Data. D'autant qu'en fonction de leur nature - volume, complexité de leurs formes (structurées ou non), vulnérabilité au temps - elles diffèrent dans la façon dont elles doivent être managées

Ainsi, pendant que les départements marketing luttent pour analyser les énormes volumes de données en provenance de nouvelles plateformes, comme les réseaux sociaux ou les sites de partage de vidéos, les DSI de leur côté bataillent quant à la meilleure façon de les stocker. Et cela ne s'applique pas seulement aux grandes entreprises : la question du stockage des données massives n'est plus l'apanage de ces dernières, mais concerne désormais tout autant les PME, qui cherchent de plus en plus à exploiter elles aussi les technologies des datacenters.

Chez nos voisins d'outre-Manche, par exemple, les cabinets d'avocats font face aujourd'hui à des problématiques complexes en termes de gestion de données. La loi britannique exige en effet que toutes les données clients soient conservées au dossier pour une période minimum de sept ans. Ce qui pose un vrai problème de stockage pour de nombreux cabinets. Face à l'énorme quantité de données produite en sept ans, ce ne sont pas seulement les équipes IT qui sont sous pression, mais aussi toute l'équipe de direction qui doit supporter des coûts directs importants.

Cependant, des solutions d'infrastructure sur-mesure permettent aujourd'hui aux entreprises de libérer leur département IT, plus disposé alors à travailler sur des projets stratégiques et innovants plutôt que sur des tâches administratives chronophages.

Connaître la nature de ses données pour mieux les gérer

Alors oui, il y a bien un battage autour de la notion de Big Data, et à mesure que les entreprises croissent, de nouveaux défis et de nouvelles opportunités émergent. L'essentiel est d'identifier la nature de leurs données et de s'assurer qu'elles les utilisent et les gèrent efficacement, dans une démarche évolutive et économique.

Les technologies continuant de progresser rapidement, les entreprises doivent s'assurer qu'elles progressent en même temps qu'elles. Cela ne signifie pas pour autant qu'il faille remettre en question tous les processus et toutes les infrastructures existantes : les entreprises, quelle que soit leur dimension, auront des données massives à traiter, mais à différentes échelles. Il s'agit dès lors de savoir où l'on se situe sur l'échelle et de se doter de solutions adéquates permettant d'être à la fois flexible et réactif. Tout l'enjeu réside dans le fait de trouver le juste équilibre entre l'amélioration immédiate de ses capacités de stockage, notamment avec les futures plateformes compatibles avec le cloud - privées ou hybrides - et la continuité de service.

Si les offres d'infrastructures sont souvent chères et difficiles à déployer, gérer ou maintenir, les solutions de virtualisation sur-mesure comme EMC, Cisco et VMware, fournissent quant à elles des solutions de datacenters simples, flexibles et économiques, notamment pour les PME. La virtualisation a ainsi transformé la façon d'interagir avec les serveurs, permettant aux entreprises de faire baisser leurs coûts sans sacrifier la performance.

Toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, sont concernées par la gestion de la Big Data et les défis qui lui sont inhérents. Ce qui est crucial, c'est que les entreprises identifient la façon de gérer leurs données et les moyens à mettre en œuvre pour y parvenir. Elles pourront alors commencer à travailler sur la manière la plus fiable, la plus efficace et la plus évolutive de les prendre en main.

hitradio.ma

ON T'ECOUTE AVEC DOC SAMAD ET DJIBRIL
DU DIMANCHE AU JEUDI DE 22H À MINUIT !

UNE IMPLÉMENTATION BIGDATA AVEC DES OUTILS ENTIÈREMENT OPENSOURCE

Introduction

A l'ère du Web 2.0 on qualifie un système informatique d'être « A l'échelle Web » lorsque ce système stock et traite un volume important de données. Ces données doivent être en quantité tel qu'il est impossible de les traiter dans des délais raisonnables en utilisant les outils traditionnels.

On utilise aussi plus fréquemment les anglicismes « BigData » ou « At the Web Scale » pour qualifier ces systèmes.

Cela étant dit, la quantité de données à elle seule ne suffit pas pour qu'un système informatique soit « At the Web Scale ». Les considérations prisent en compte sont:

- Le Volume : Le volume de données à partir duquel les outils traditionnels commencent à être inefficaces ou couteux varie en fonction de l'entreprise et de l'infrastructure dont elle dispose. Mais généralement on considère que cette limite est de l'ordre de 10Go.
- La Diversité des sources et de format : Ce facteur est important car la plupart des entreprises ne savent quoi faire des informations non structurées, provenant de sources hétéroclites. La plupart des entreprises aujourd'hui ne savent traiter que les informations qu'elles on elles même produites. Afin de rester compétitives à l'ère du Web 2.0 il est essentiel que les entreprises puissent tirer profit de toutes les informations sur leur environnement. Cela inclus par exemple :

o Les réseaux sociaux,

o Les pages web des concurrents ainsi que les interactions de ces dernières avec les potentiels clients.

- La Vitesse d'acquisition de ces données ainsi que la nécessite d'un traitement rapide est un autre facteur à considérer.

« BigData » chez Guru Software

Chez Guru Software nous développons des applications Web et mobiles. Ces applications sont conçues pour être utilisés par des millions d'utilisateurs. Les outils que nous présenterons plus bas nous permettent de concevoir des applications capables de supporter de façons « élastique » des milliers ou des dizaines de millions de transactions par jour. Tout cela en n'utilisant des serveurs standard ne coutant que quelques centaines de dirhams par mois.

Envoyer 1 milliard de notification push chaque jour

Dans le cadre du développement de notre produit PushMe, une solution d'envoi de notifications push en mode IaaS les contraintes que nous avons rencontré sont:

- Etre capable d'envoyer 1 milliard de notifications push pour nos clients chaque jour.
- Pouvoir fournir des statistiques temps réel du nombre d'utilisateur ayant reçu et ouvert les messages push.
- Fournir un web service REST comme point d'intégration à d'autres applications ainsi qu'à nos clients.
- Pouvoir envoyer des notifications push géo-localisés. Par exemple, être capable d'envoyer un message push aux utilisateurs qui était dans un centre commercial à une heure précise.
- Stocker de façons permanente toutes les informations ainsi collectées.

Il ressort de ces contraintes qu'il nous est impossible d'utiliser des outils classiques à des coûts raisonnables.

Les principaux défis tournent autour des axes suivants :

1. **Stockage:** Comment être capable de stocker 1To de données chaque jour.
2. **Statistiques :** Comment extraire des statistiques en tant réel de ces données.
3. **Distribution :** Aucun serveur unique ne peux satisfaire à de tel contraintes, d'où la nécessité de distribuer le travail autour d'un cluster.
4. **Géo Location :** Être capable de faire du requetage géo-localiser de la base de données.

Les solutions

Nous utilisons des outils entièrement open source qui on fait leurs preuves. Nous essaierons de mentionner pour chaque outil les entreprises qui l'utilisent déjà ; cela afin de mettre à l'aise des DSI et les architectes.

Le Stockage

Pour ce qui est du stockage des données, il existe plusieurs solutions sur le marché ; de ce point de vu le choix est très varié. Parmi les solutions envisageables, citons:

- **Apache Hadoop** est une des plateformes « BigData » les plus mature basée sur BigTable de Google (fameuse plateforme sur laquelle tourne l'infrastructure GoogleBot). Utilisé par Facebook, Amazon AWS, Four Square, Yahoo, EBay.
- **Apache Cassandra** est une base de données NoSQL, distribuée, auto répliqué pouvant tourner sur n'importe quel serveur. Initialement crée par Facebook, elle est actuellement utilisée en production par IBM, Cisco Webx, Digg…
- **MongoDb** est une base de données NoSQL, distribuée, auto répliquée pouvant tourner sur n'importe qu'elle serveur. Utilisé en production par SAP, MTV, New York Times, Four Square.

Pour l'implémentation, de pushme nous avons opté pour l'usage de Mongodb. La principale raison de ce choix réside dans sa facilité d'utilisation, la disponibilité d'une librairie client compatible avec Spring Data mais surtout au fait que Mongodb propose de façon native de l'indexation « géo-spatiale ». Ce qui nous permet de répondre à notre quatrième contrainte par la même occasion.

Cache applicatif avec Redis

Vu le besoin en vitesse de pushme, il est nécessaire que le système ne soit pas ralenti par les entrées/sorties sur disque ; d'où la nécessité d'un cache applicatif. La solution qui lie le plus performance et flexibilité dans le monde open source aujourd'hui est Redis. L'un des grands intérêts de Redis réside dans le fait, qu'il est possible de le déployer dans un permettant ainsi à toutes les machines de partager le même cache applicatif.

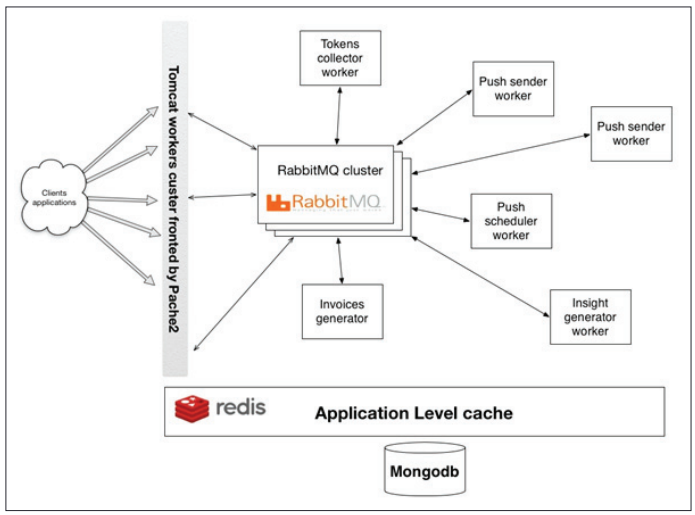


Figure 1 Architecture découplé de PushMe

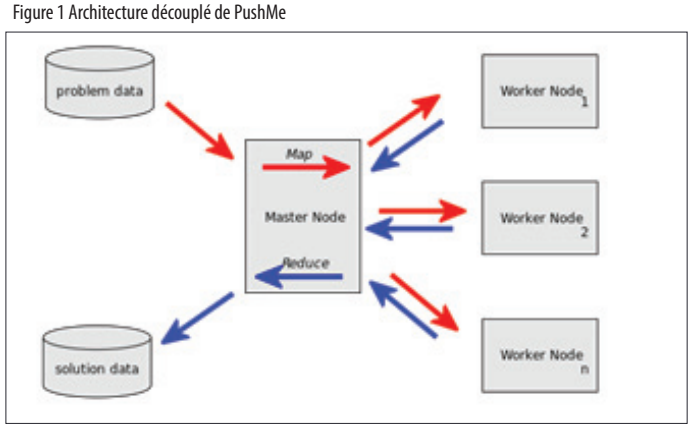


Figure 2 Fonctionnement de Map/Reduce

L'usage du cache applicatif permet à l'ensemble des composants de n'accéder au disque que lorsque nécessaire. Ce qui réduit considérable toute latence liée aux lectures sur disque.

Distribution des composants avec RabbitMQ

RabbitMQ est un middleware d'échange de message « Message broker », souvent utilisé en entreprise pour l'intégration de différentes applications. Il est le candidat parfait pour la mise en œuvre d'une application distribuée basée sur un faible couplage entre différents « workers ». En effet le paradigme « Producteurs/Consommateurs» permet de faire en sorte que tous les composants soit indépendants. La montée en charge du système se résume à l'ajout d'un nouveau serveur et au démarrage d'un « worker ».

RabbitMQ est un projet très mature sponsorisé par VMWare qui nous le rappel est derrière les différents projets Spring.

Génération de statistiques avec Map/Reduce

Map/Reduce est un paradigme de programmation permettant de traiter un volume important de données dans un environnement distribué. Google Bot utilise Map/Reduce pour l'indexation du contenu sur le Web. L'étape « Map » consistant à décomposer les données en lots qui seront traitées lors de la deuxième phase « Reduce » par d'autres « workers ».

A noter que MongoDB dispose de sa propre implémentation Map/Reduce.

Conclusion

L'étude de cas ci-dessus illustre l'usage possible des technologies « BigData » par une start-up afin de satisfaire à toute la demande que le Web est susceptible d'offrir. Un autre usage de ces technologies est la mise en place de solution de datamining et d'apprentissage automatique.

Les défis sont nombreux pour tirer profit de la quantité importante de données dont les entreprises disposent afin de satisfaire aux besoins de leurs clients : que pensent-ils des produits, de quoi ont-ils besoins, etc.

Jusqu'il y'a peu, seules les entreprises disposant de budgets conséquents pouvaient se permettre d'investir dans des solutions capable de traiter la quantité immense de données dont nous disposons à travers le Web et autres canaux. Cela est en phase de changer, notamment grâce à la vulgarisation de solutions open source matures et performantes. Malheureusement le chemin à parcourir avant d'avoir une adoption de masse de tels outils est encore long. Cela à cause du manque de sensibilisation des entreprises mais aussi au manque d'analystes de données capable de mettre en œuvre de tels projets.

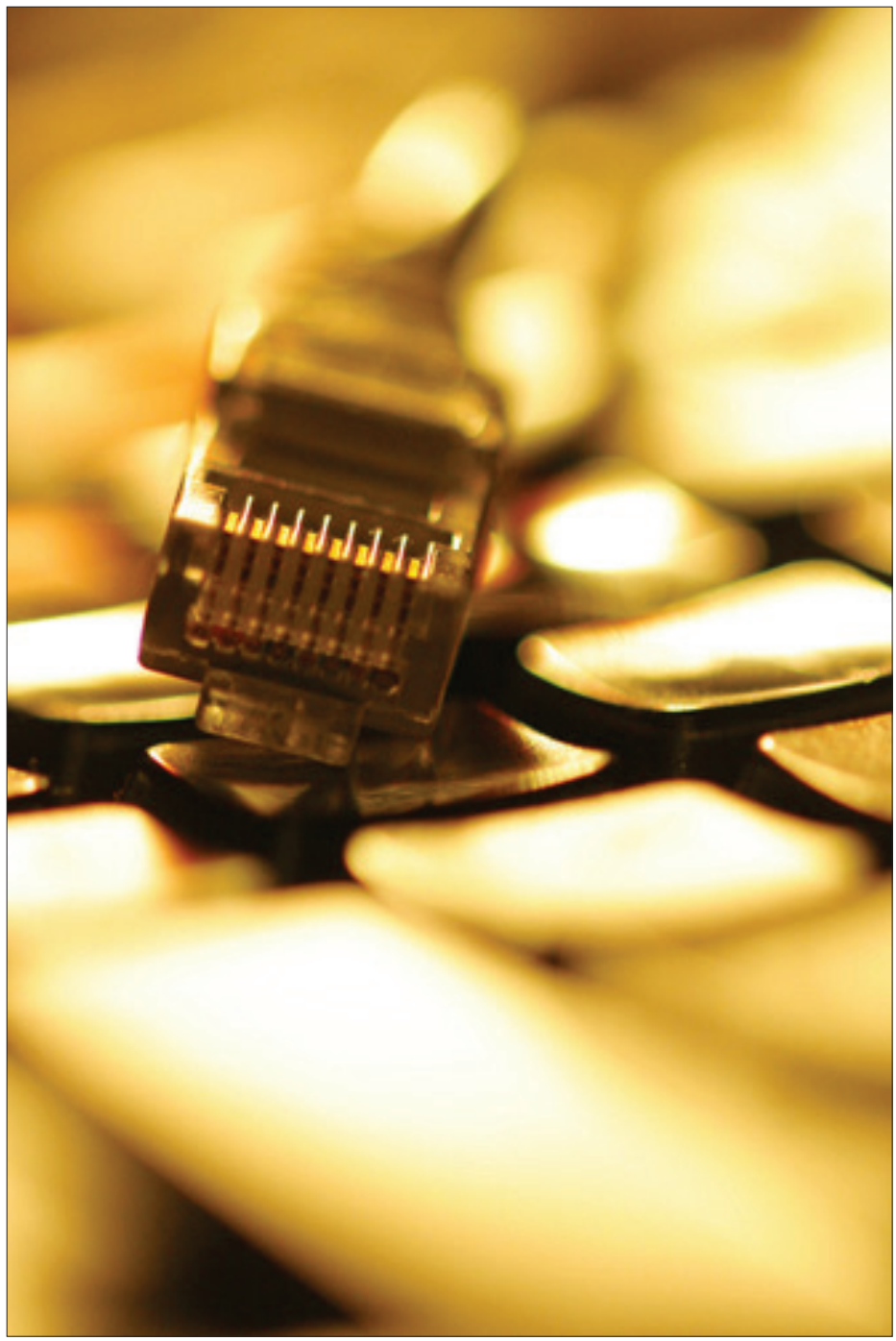
Sans attendre cette adoption de masse, chez Guru Software nous rêvons déjà d'un monde dans lequel les entreprises sont capables de comprendre les besoins de leurs clients et d'y répondre dans l'intérêt de tous.

SÉCURITÉ DES ENTREPRISES :
L'ANTIVIRUS ET LE PARE-FEU SONT-ILS VRAIMENT DES OUTILS EFFICACES ?

Trend Micro a mené sa petite enquête auprès d'entreprises européennes afin de savoir si elles étaient équipées d'outils de protection contre les attaques ciblées et les malwares, et si elles en étaient satisfaites. Les résultats montrent qu'il y a encore beaucoup à faire.

75% des responsables de sécurité informatique interrogés sont formels : les attaques ciblées et les menaces APT (Advanced Persistent Threats) font clairement partie de leurs préoccupations et cela devrait même s'intensifier dans les 12 mois à venir. D'ailleurs, sur les 72% des sondés ayant déjà subi une attaque ciblée, un tiers explique que cela a eu des conséquences "significatives" pour leur entreprise. Beaucoup citent le piratage des données financières comme le dommage le plus important, suivi des pertes commerciales, de la perte de données personnelles et de la perte de propriété intellectuelle. "Bon nombre d'entreprises comprend la nature des attaques ciblées, mais elles ignorent quels technologies et processus mettre en place pour les éradiquer, explique Rik Ferguson, Vice-Président en charge de la recherche en sécurité chez Trend Micro. La plupart des entreprises continuent d'utiliser des outils classiques destinés à combattre les malwares traditionnels, certes plus répandus, mais moins dangereux".

Cette enquête montre également que les entreprises ciblées doivent faire face à différentes techniques d'attaques plutôt sophistiquées, notamment des attaques utilisant des failles "zeroday", des malwares chiffrés et polymorphes, ou encore utilisant des serveurs Command & Control au sein des réseaux de leurs victimes afin de ne pas être détectées. Et beaucoup ne savent pas quels outils utiliser pour les contrer. 52% admettent d'ailleurs n'avoir ni installé, ni testé d'outils destinés à parer ces nouvelles menaces, tandis qu'un tiers affirme que moins de 10% de leur budget sera consacré à prévenir les attaques ciblées au cours de 12 prochains mois.



Un tiers des entreprises concernées n'envisagent d'ailleurs aucunement d'investir dans des technologies comme les sandbox automatisées, l'analyse des menaces sur le réseau, l'inspection minutieuse des paquets ou le monitoring de l'intégrité des fichiers, qui sont pourtant les outils les plus efficaces pour juguler ces menaces. Les antivirus et les pare-feux restent les plus utilisés, malgré leur inefficacité notoire. Enfin, du côté du service public, certains préfèrent jouer la politique de l'autruche. En effet, plus d'un tiers des établissements publics interrogés estime que les attaques ciblées ne sont pas préoccupantes, alors que 70% d'entre eux reconnaissent pourtant avoir été la cible de telles attaques par le passé.

UTILISER LA REPUTATION POUR SE DEFENDRE CONTRE LA CYBERCRIMINALITE

La nature de la cybercriminalité évolue. Ce n'est plus la préoccupation des entreprises, organisations et gouvernements majeurs uniquement; toutes les entreprises représentent désormais une cible potentielle.

Aujourd'hui, les cybercriminels disposent de plus en plus d'outils prêts à l'emploi et bon marché, et les entreprises de toutes tailles sont ciblées pour diverses raisons, parmi lesquelles bien évidemment le gain financier, mais aussi, l'obtention d'un avantage concurrentiel, et même, le défi pur.

Les attaques très ciblées sont désormais monnaie courante et ont entrainé un changement fondamental dans la façon dont la guerre contre la cybercriminalité est menée. Les Menaces Avancées Persistantes ou APT (Advanced Persistent Threats en anglais) qui s'appuient sur des méthodes d'attaques subtiles et très intelligentes ont entrainé un changement d'approche de la part des organisations qui cherchent non seulement à se défendre, mais aussi à identifier quand leurs réseaux ont été compromis. Telle est la subtilité et l'efficacité des APT qui auront déjà compromis de nombreuses organisations à leur insu. Aujourd'hui, le recours à la technologie basée sur les signatures ne suffit plus, car d'une part, les cybercriminels font preuve d'une extrême discrétion et ruse pour contourner la sécurité, et

d'autre part, leurs attaques malveillantes sont capables d'éviter la détection traditionnelle.

Les logiciels malveillants modernes ont seulement besoin d'un point d'entrée dans le système cible et cela peut s'effectuer par de simples tactiques. De nombreuses attaques réussies accèdent au réseau de l'entreprise via l'envoi d'un email bien élaboré, contenant un lien malveillant, à un seul salarié. Ainsi, le personnel est amené à commettre à son insu des erreurs permettant d'utiliser des 'exploits' qui peuvent être latents, ou bien, qui opèrent avec une extrême subtilité pour éviter la détection.

Alors, comment les organisations peuvent se défendre d'une guérilla aussi habile, et quels sont les signes révélateurs montrant qu'un réseau a été compromis?

Une stratégie de 'Réputation et de Notation Client' peut aider à se défendre contre les attaques et identifier quand l'activité subversive a réussi. La technique de 'Notation et la Réputation Client' est une technique dynamique d'agrégation et de corrélation d'informations de sécurité, collectées à partir d'un

réseau et comparées à une base existante. L'analogie dans le monde de l'assurance et de la finance serait la façon dont les calculs de risque sont appliqués selon les profils des clients faisant une demande de prêts ou d'assurance. Il s'agit d'une approche en matière de 'réputation'.

Voici les principaux types de comportements et d'activités qui ont un impact sur la réputation et la notation:

Tentatives de Connexion Les tentatives de connexion erronées peuvent signaler que des logiciels malveillants tentent de se connecter à un hôte qui n'existe pas parce que le centre de commande et de contrôle du malware a changé pour éviter la détection. Bien sûr, il peut y avoir des raisons légitimes pour qu'un hôte ne soit pas disponible, mais la répétition de tentatives infructueuses pour se connecter à des hôtes inexistants généreront une mauvaise note.

Profils des Applications

Un hôte qui installe une application de partage de fichiers P2P peut être considéré comme plus risqué qu'un hôte qui installe un jeu. Bien que ces deux actions puissent être considérées comme problématiques, l'organisation peut 'mesurer' chaque action et les noter en conséquence.

Situation Géographique

Se rendre sur des hôtes dans certains pays peut être considéré comme risqué, surtout s'il y a une quantité importante de trafic impliqué. Par exemple, les salariés basés au Royaume-Uni auraient peu de raisons d'envoyer ou de recevoir des fichiers volumineux en provenance d'Iran ou de Corée du Nord. Lors de l'élaboration des notes, une liste blanche peut être utilisée pour exclure des sites étrangers à forte notoriété.

Informations de Sessions IP Un hôte classique ouvre une session mais est moins susceptible d'y mettre fin. Donc, si un hôte commence à écouter sur un port pour se connecter depuis l'extérieur, il peut être considéré comme une activité suspecte ou risquée.

Catégorie des Destinations

La visite de certains types de sites web, tels que les sites pour adultes, devraient être considérés comme une activité risquée et devraient être notés en conséquence.

En appliquant un système de notation basé sur l'activité à la fois du réseau et des personnes utilisant ce réseau, les actions anormales ou à risque élevé peuvent être identifiées, étudiées ou évitées. La Notation et la Réputation Client peuvent également être utilisées comme bases pour l'établissement de seuils et alertes pour les administrateurs afin de mieux se défendre et contrôler leurs réseaux. Fortinet a ajouté les fonctionnalités avancées de notation et de réputation client dans son dernier système d'exploitation de sécurité, le

FortiOS 5. La capacité d'analyser d'énormes quantités d'informations provenant de diverses sources afin de rechercher des modèles types dans les paquets, applications, et sites web que l'utilisateur visite, permet aux administrateurs de désormais pouvoir contrôler leurs réseaux par des analyses avancées et des contrôles précis.

50% DES UTILISATEURS NE SAVENT PAS RECONNAÎTRE UN MESSAGE DE PHISHING

La méthode classique du vol de données est le « social engineering », consistant à attirer une victime potentielle sur une page Web infectée ou à l'inciter à ouvrir un fichier joint à un e-mail. Or il n'est pas toujours évident de repérer ce type de stratagème, comme le montre une enquête réalisée en mai 2012 par O+K Research à la demande de Kaspersky Lab. 50% des personnes interrogées se disent ainsi incapables de reconnaître un message de phishing ou un site Web contrefait.

L'immense majorité des messages de phishing passe par l'e-mail ou les réseaux sociaux. La raison en est simple : ce sont aujourd'hui les moyens de communication les plus répandus. L'étude révèle que 86% des utilisateurs consultent régulièrement leurs e-mails, 73% communiquent via les réseaux sociaux et 54% ont l'habitude de converser sur Internet avec leur smartphone.

Les cybercriminels qui emploient le phishing pour dérober des données visent principalement à accéder de manière illicite à des comptes sur les réseaux sociaux, des comptes bancaires en ligne et des systèmes de paiement ou encore à des boutiques en ligne. D'après Kaspersky Lab, en juin dernier, 68% des messages de phishing liés à ces services avaient pour but le vol de données. Selon Nicolas Brulez, Senior malware analyst chez Kaspersky Lab : « Le phishing est une forme spécifique de délit informatique qui relève de l'ingénierie sociale et exploite, non pas une faille informatique, mais "humaine". Ici, le criminel tente d'extorquer à des utilisateurs leurs données personnelles au moyen d'un formulaire présenté sur un site contrefait. Pour ce faire, il crée une fausse page, copie presque parfaite d'un site Internet d'une institution reconnue. Leurrés, les internautes sont convaincus de transmettre leurs informations personnelles à une entité de confiance. Les pirates réussissent ainsi à collecter les identifiants et mots de passe données des internautes, leur donnant un accès direct à leurs comptes ».

Les résultats de l'enquête prouvent indirectement que les envois en masse de messages portent leurs fruits : environ la moitié des personnes interrogées par O+K Research a déjà été confrontée à des correspondances suspectes sur des réseaux sociaux ou par e-mail. Ainsi, 47% des utilisateurs ont reçu un message contenant un lien ou un fichier joint et 29% un courrier prétendument adressé par une banque (ou bien un réseau social ou un autre service) leur demandant de communiquer des informations confidentielles.

En outre, 26% des utilisateurs avouent que leur ordinateur a été infecté par l'ouverture d'un fichier joint à un courriel et 13% avoir saisi des données personnelles ou financières sur des pages équivoques. C'est pourquoi, lorsqu'il s'agit de lutter contre les messages et sites Web contrefaits et infectés, il est préférable de faire appel à des solutions spécialisées plutôt que de ne compter que sur soi-même. La nouvelle technologie Safe Money, partie intégrante de Kaspersky Internet Security 2013, facilite la détection et le blocage des tentatives de vol de données sensibles via des pages Web de phishing et des malwares liés à des sites de commerce ou de banque en ligne.

> *« les internautes sont convaincus de transmettre leurs informations personnelles à une entité de confiance. Les pirates réussissent ainsi à collecter les identifiants et mots de passe données des internautes, leur donnant un accès direct à leurs comptes »*

Les utilisateurs sont assez nombreux à avoir été la proie de phishing sur leur mobile où ils ont reçu des messages comportant des liens ou des fichiers joints suspects. Cela concerne 24% des propriétaires de tablette et 18% des possesseurs de smartphone. Ces derniers se sont vu adresser des courriels provenant à 14% d'une banque et 11% d'un réseau social.

Il y a fort à parier qu'à mesure que le nombre de mobiles connectés à Internet va progresser, la quantité de messages de phishing sur ces plates-formes va également croître. Par conséquent, il est grand temps de songer à protéger les terminaux mobiles avec des solutions antiphishing adéquates. Et Kaspersky de rappeler fort à propos que cette fonction est d'ores et déjà intégrée à Kaspersky Mobile Security et Kaspersky Tablet Security.

TechnoMagazine

Le Magazine NTIC au Maroc www.TechnoMag.ma

...les nouveautés NTIC entre vos mains

Le 1er magazine NTIC mensuel gratuit au Maroc

Magazine
mensuel
gratuit

Siteweb
www.technomag.ma

Newsletter
trois fois par semaine

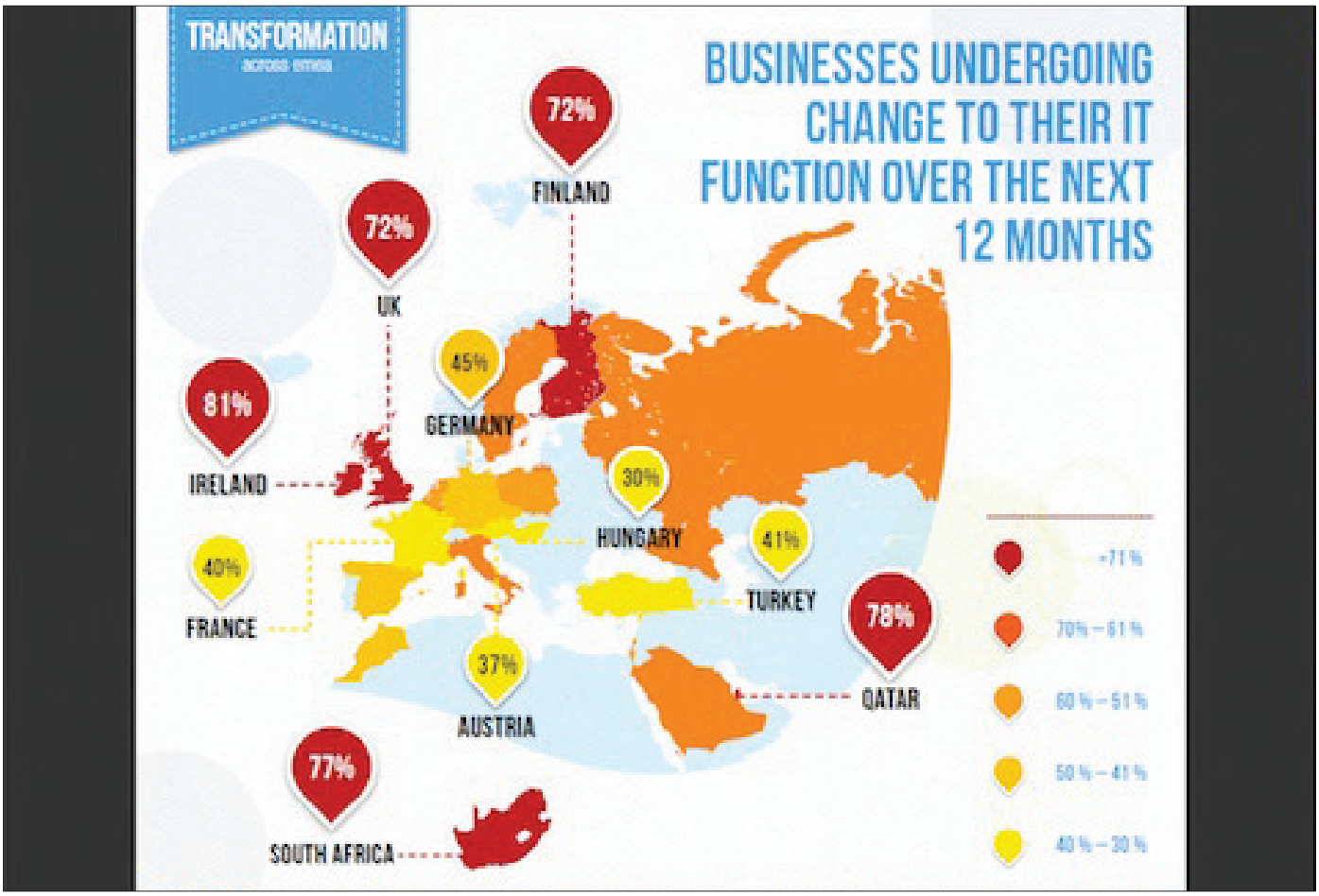
Abonnez-vous et recevez gratuitement votre newsletter et votre magazine .

Suivez-nous

www.TechnoMag.ma

Pour Toutes informations, contactez-nous: Tél: 0522 47 39 31 e-mail: contact@technomag.ma

DIRECTEUR INFORMATIQUE : UNE FONCTION EN PLEINE MUTATION



Big Data, Cloud, sécurité & conformité, voilà les trois grandes thématiques du moment au sein des entreprises de la zone EMEA, et leurs principales sources de préoccupation.

D'après une étude menée par EMC auprès des décideurs informatiques des entreprises de la zone EMEA, 47 % pensent que les technologies d'analyse du Big Data décideront des gagnants et perdants de leur secteur et 46 % que les architectures IT traditionnelles auront cédé la place aux architectures Cloud d'ici à 2016. "Si cette vision semble avoir fait son chemin en Arabie Saoudite (75 %) et en Turquie (60 %), les entreprises russes (32 %) et tchèques (26 %) sont nettement plus sceptiques" indique cependant EMC.

La plupart des entreprises sondées estime que ses priorités informatiques sont alignées sur ses objectifs stratégiques. Et 78 % d'entre elles affirment qu'elles ont les compétences nécessaires en interne pour atteindre ces objectifs. C'est particulièrement vrai en Turquie (87 %), au Maroc (87 %), aux Pays-Bas (84 %), en Pologne (84 %) et en Autriche (83 %). Le rapport souligne toutefois la nécessité de compétences centrées sur les technologies de Cloud Computing et d'analyse du Big Data.

Car, pour 56 % des entreprises, le Cloud Computing fera naître de nouveaux rôles au sein des départements informatiques, et ce, même si les entreprises allemandes et autrichiennes ont des avis plus nuancés. 23 % des entreprises étudiées dans les pays émergents disent également qu'elles pourraient avoir déployé d'ici peu une solution d'analyse du Big Data, contre 18 % seulement dans les pays développés. 48 % des entreprises des marchés développés n'ont d'ailleurs actuellement aucun projet de ce type, contre 33% seulement dans les pays émergents. "Le taux d'adoption des technologies d'analyse du Big Data semble progresser plus rapidement dans les marchés émergents de l'EMEA que dans les marchés développés, constate Adrian McDonald, directeur d'EMC EMEA. Si cette tendance se confirme, les entreprises des pays émergents pourraient s'avérer de redoutables concurrentes pour celles des pays développés et intensifier la pression concurrentielle dans la région".

Enfin, avec le Cloud et le Big Data se pose évidemment le problème de la sécurité et de la gouvernance des données, et ce, aussi bien dans les pays émergents (79 %) que dans les pays développés (75 %). Et ces préoccupations vont s'amplifier à mesure que les entreprises prendront conscience de la véritable valeur de leurs données stratégiques.

LA MOBILITÉ PERMET
AUX ENTREPRISES D'AMÉLIORER LA PRODUCTIVITÉ DE LEURS COLLABORATEURS ET DE RÉDUIRE LEURS COÛTS

Devenue en quelques années l'un des enjeux majeurs au sein des entreprises avec l'utilisation massive de smartphones et de tablettes, la mobilité permet aux entreprises d'améliorer la productivité des collaborateurs et de réduire les coûts. Un grand nombre d'entreprises estiment en effet que des solutions mobiles autorisent une meilleure gestion des relations clients (CRM), les aident à rester compétitives sur le marché, et améliorent la qualité des données de par une saisie à la source et en temps réel. Tels sont les premiers résultats de la nouvelle étude IDC et IFS sur la gestion et le contrôle à distance des données et des processus métier de l'entreprise.

L'éditeur de solutions de gestion d'entreprise a mandaté le cabinet d'étude IDC dans le cadre d'une enquête mondiale sur la mobilité au sein des entreprises. IDC vient de rendre publics les résultats de cette étude, qui présente le comportement des entreprises en matière de mobilité. De manière globale, il ressort de cette étude que les solutions ERP mobiles sont devenues aujourd'hui indispensables pour les entreprises, dans le sens où elles permettent d'améliorer la productivité du personnel et de réduire les coûts. Selon un grand nombre d'entreprises interrogées, les solutions mobiles présentent, en outre, l'avantage d'optimiser la gestion de la relation clients, de participer à l'effort de compétitivité sur le marché et enfin d'améliorer la qualité des données grâce à une saisie et un enregistrement en temps réel.

La mobilité, un facteur stratégique essentiel

Avec une forte évolution au cours de ces dernières années, la mobilité est devenue un challenge de taille pour les responsables informatiques. Ce sont d'ailleurs ces acteurs qui, pour une large majorité, sont les premiers décisionnaires de la budgétisation et de l'achat de solutions mobiles. Seules 20% des entreprises interrogées ont mis en place un plan d'actions à leur stratégie de solutions d'ERP mobiles. 34% ont une stratégie mais ne mesurent pas leur retour sur investissement. Il s'avère par ailleurs que près d'un tiers d'entre elles n'ont pas du tout de stratégie. Enfin, les 14% d'entreprises restantes déclarent posséder un budget pour ce type d'outil mais n'ont pas encore déployé de stratégie en la matière. En France, 6 entreprises sur dix n'ont aucune stratégie de mobilité bien que 20% de ces dernières disposent d'un budget, sans savoir comment l'utiliser pour le moment.

L'utilisation des solutions mobiles aujourd'hui

La tendance observée est clairement l'imposition des tablettes comme outil collaboratif par excellence : téléconférences, visioconférences, messagerie électronique, messagerie instantanée, accès aux réseaux sociaux, etc. Les smartphones, quant à eux, sont en phase de détrôner les solutions de téléphonie en VoIP (voix sur IP). En moyenne, 10% du budget informatique des entreprises sont consacrés à l'achat, au développement ou à l'implémentation de solutions mobiles. Les principaux postes étant les solutions de virtualisation, d'infrastructures Cloud ainsi que les solutions collaboratives. En France, cette moyenne s'élève à 8,3%.

Les facteurs principaux de la mise en place d'une stratégie de mobilité

L'amélioration de la productivité des collaborateurs et la réduction des coûts inciteraient les entreprises à adopter des solutions de gestion mobiles. Tant que les solutions mobiles ne seront pas généralisées à l'ensemble des entreprises d'un secteur, celles qui disposeront d'une stratégie de mobilité auront un net avantage face à leurs concurrents. Selon l'étude, les entreprises investiraient dans une solution mobile principalement pour optimiser leur gestion de la relation client (gestion des opportunités, CRM, informations clients, etc.). Aujourd'hui, les solutions mobiles sont largement perçues par les entreprises comme un moyen d'optimiser des processus métier notamment grâce à la saisie en temps réel des données.

Les freins majeurs à la mobilité

L'enquête relève trois principaux obstacles qui impêcheraient les entreprises d'investir dans des solutions mobiles : la sécurité des données, les coûts générés par le déploiement de solutions mobiles et enfin la difficulté d'intégration de ces solutions aux systèmes d'informations existants, se traduisant le plus souvent par un manque d'adaptation aux processus métiers de l'entreprise. Les entreprises françaises ont, en outre, cité la politique de l'entreprise comme étant un obstacle majeur à l'adoption d'une stratégie de mobilité. L'étude révèle également qu'en France, l'intérêt pour des solutions mobiles est principalement interne ; la France possède également le plus grand nombre de répondants ayant indiqué prévoir une diminution du budget informatique dédié aux solutions de mobilité.

Orientation stratégique pour les trois prochaines années en termes d'investissement dans des solutions ERP mobiles

La tendance Bring Your Own Device (littéralement "apportez votre propre appareil") va faire évoluer les investissements. Les entreprises s'apprêtent en effet a investir en masse dans des solutions de MDM (Mobile Device Management) permettant de sécuriser leurs données. Parallèlement, de plus en plus d'entreprises prévoient d'investir dans la mise en service de terminaux mobiles et le déploiement d'applications métier via le Cloud, qui permettront aux collaborateurs mobiles de bénéficier de leur environnement de travail en déplacement, comme s'ils étaient au bureau à travailler sur un ordinateur portable ou fixe.

« La stratégie relative à la mobilité constitue désormais un élément incontournable dans le développement et l'optimisation des activités d'une entreprise. Le DSI joue un rôle majeur dans la mesure où cette stratégie aura un impact sur la compétitivité de l'entreprise, en donnant un meilleur accès aux données et en influant sur l'efficacité et la productivité des processus métier clés tels que le support client, le recrutement ou la gestion des stocks. Ce à quoi s'ajoute également la satisfaction des utilisateurs, qui impacte elle aussi la productivité et l'efficacité opérationnelle », commente Amor Bekrar, Président d'IFS France.

« La majorité des entreprises interrogées dans le cadre de l'étude menée avec IDC n'a pas besoin d'être convaincue de la pertinence du déploiement d'une stratégie mobile pour leur développement. Les gains de productivité sont à cet égard largement mentionnés comme motivation et comme bénéfice attendu d'une stratégie mobile. Certains freins restent toutefois à dépasser. L'adaptation aux processus métier de l'entreprise et, surtout, la sécurité figurent parmi les principaux obstacles mentionnés. Pour le premier, les solutions mobiles ERP apportent une réponse non seulement adaptée et fiable, mais également évolutive. Pour le second, les solutions de MDM apparaissent de plus en plus intéressantes pour gérer les nouvelles flottes d'appareils mobiles hétérogènes, ainsi que les aspects de sécurité y étant liés. »

GESTION DE VOTRE PARC INFORMATIQUE : ET SI VOUS PENSIEZ « ÉCONOMIES D'ÉNERGIE »

Gestion et valorisation des assets, amélioration de la rentabilité, réduction des coûts de licences, facilité et rapidité de déploiement et de support : les bénéfices directs d'une gestion de parc informatique efficace ne manquent pas. Et si, en complément, vous en profitiez pour inscrire la DSI dans une démarche d'économie d'énergie durable ?
Les entreprises doivent aujourd'hui faire face à un paradoxe : à l'accélération de leurs besoins en équipements informatiques s'oppose souvent une nécessaire réduction de leurs dépenses, dans un contexte de crise où les contraintes financières et organisationnelles n'ont jamais été aussi fortes.
Du côté de la DSI, la pression subie les pousse de plus en plus à rechercher des solutions de réduction des coûts. Ce qui passe notamment par la mise en œuvre d'outils de gestion centralisée de leur parc informatique : en optimisant les temps et les modes de maintenance matérielle et logicielles, ce type de solution permet de répondre aux impératifs de productivité des DSI d'une part, et à leurs contraintes budgétaires d'autre part.
Mais la bonne gestion d'un parc informatique ne se limite plus à un inventaire et à la gestion purement pécuniaire des licences et des matériels. Car en matière IT, l'impact économique ne se limite pas à la valeur d'achat de ces assets. Leur consommation énergétique en fait également un poste budgétaire important pour l'entreprise, tout en étant noyé dans la facture énergétique globale.

Les tarifs de l'électricité en forte hausse

En effet, en installant un outil de gestion énergétique, on peut diviser par deux la consommation quotidienne d'électricité. Tout dépend bien évidemment du secteur d'activité de l'entreprise et du service concerné, des types de machines, de l'amplitude horaire d'utilisation des postes, etc., et plus globalement de la politique de gestion de parc mise en œuvre. Dans tous les cas, l'économie potentielle est estimée entre 15 et 40€ par poste et par an en fonction de ces critères. Sur un parc de plusieurs centaines voire milliers de machines, les économies réalisées peuvent s'avérer très vite conséquentes.
Il faut dire que les utilisateurs finaux ne sont pas toujours disciplinés: les différents sondages et études le montrent : de 25 à 50 % des utilisateurs ne pensent pas à éteindre leur poste de travail le soir avant de partir. Soit une veille inutile et consommatrice d'une quinzaine d'heures par jour, plus les week-ends.

Gestion énergétique : une politique plus subtile qu'il n'y paraît

Faire des économiques d'énergie ne consiste pas seulement à inciter les employés à éteindre leur ordinateur à la fin de la journée, ni même à programmer une mise en veille automatique de l'ensemble des postes de travail entre 21h et 5h du matin. Appliquer des règles aveuglément, sans considérer leur impact sur l'activité et la productivité de l'entreprise, conduit assurément à l'échec.
Une gestion énergétique intelligente de son parc informatique consiste au contraire à mettre en place une solution qui sache prendre en compte les spécificités du réseau, les contraintes inhérentes au secteur d'activité de l'entreprise mais aussi à chacun des services qui la constituent. Puis d'en déduire des règles personnalisées, applicables soit sur l'ensemble du parc soit sur des lots bien spécifiques, en fonction des différents environnements de travail.
Par exemple, un outil de gestion énergétique doit prévoir d'identifier et d'analyser l'activité de chaque poste de travail, y compris pendant les périodes d'inactivités humaines : tâches en arrière-plan, analyses anti-virale, téléchargements en cours, mise à jour logicielle, travaux sur le réseau, etc. Une analyse de ces critères permet de déterminer quels postes de travail peuvent effectivement passer en mode « veille », par exemple, et lesquels doivent être maintenus en activité pour ne pas interrompre les processus en cours.
L'intérêt d'un outil de gestion énergétique réside donc dans sa capacité à gérer les exceptions et à permettre à chaque DSI de configurer ses propres politiques énergétiques et ses propres règles, qu'elle applique en fonction de ses propres contraintes.

Des gains rapidement mesurables

Mais face à cette grande souplesse de configuration se pose la question de la rentabilité d'un outil de gestion énergétique : comment s'assurer que les règles appliquées sont effectivement efficaces et engendrent de « substantielles économies » ? En d'autres termes, comment s'assurer un ROI rapide et suffisamment conséquent pour que le projet soit rentable ? Et surtout comment le calculer, perdu dans la facture énergétique globale ?
C'est, dans ce cas précis, toute la raison d'être d'un reporting précis : si la baisse de la facture énergétique globale est un indicateur qui satisfera votre DAF, pouvoir inventorier l'ensemble des règles appliquées à chaque poste de travail permet d'avoir une vue d'ensemble de la politique énergétique définie, et d'en estimer le réel impact économique.
En mesurant la quantité de kilowatt-heure consommée par poste de travail sur une période donnée, en fonction d'une certaine tarification électrique et de la consommation propre au type de machine, on peut disposer d'une estimation de ce que la politique de gestion énergétique permet d'économiser. Dès la mise en place d'un outil de gestion énergétique et de la configuration de règles, on est donc en mesure d'évaluer la consommation de l'ensemble du parc informatique sur une période définie.
Si on ajoute à cela une analyse comportementale des utilisateurs sur chaque poste de travail, on obtient des estimations au plus proche de la réalité, qui permettent d'affiner la politique énergétique appliquée et d'optimiser toujours plus les gains générés.

iomega
an EMC company

EMC²

Puissante et complète – flexible et fiable

Sauvegarde, Virtualisation, Solutions Cloud & Vidéo Surveillance

Protégez, geréz et partagez vos données importantes. La gamme Iomega® StorCenter™ de périphériques de stockage réseau offre un partage de contenu de niveau professionnel et une protection avancée des données. Avec une capacité de stockage maximale de 36 To, la gamme Iomega StorCenter est plus performante, plus rapide et plus fiable que jamais.

- Hautes performances – processeurs Intel® Celeron ou Intel Atom
- Solutions intégrées pour la gestion et le stockage de la vidéosurveillance
- Solution économique pour la virtualisation de serveur. Certifié pour Windows®, VMWare® et Citrix®
- Technologie Cloud intégrée
- Installation rapide et facile en trois étapes avec une interface Web intuitive
- Protection avancée des données avec fonctionnalités RAID
- Prise en charge de centaines de modèles de caméras de vidéosurveillance sur IP
- Environnements PC, Mac et Linux

EMC LifeLine · vmware READY · citrix ready · Windows Server 2008 · Windows Server 2008 R2 · EMC² E-LAB TESTED · intel Atom inside · intel Celeron inside

Disponible chez:
MEDIA STORE™ INFORMATIQUE
mediastore@mediastore.ma , tel : 00 212 522 86 55 11

©2012 Iomega Corporation. Tous droits réservés. Iomega, StorCenter et le logo « i » stylisé sont des marques déposées ou commerciales d'Iomega Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Certains autres noms de produit, de marque et de société sont susceptibles d'être des marques ou désignations de leurs détenteurs respect

www.iomega.com

SERVEURS : LA ZONE EMEA DANS LE ROUGE EN 2012

D'après IDC, les ventes de serveurs dans la zone EMEA ont baissé de 7,4% (en valeur) au 4ème trimestre 2012 avec un chiffre d'affaires de 3,8 milliards d'euros. Une baisse qui s'avère toutefois moins franche que celle du 3ème trimestre (-10,4%).

Sur le marché des serveurs, on se rassure comme on peut. Notamment, en notant une "déccélération de la baisse" du chiffre d'affaires du secteur sur le dernier trimestre 2012. Pourtant, si en valeur, le repli n'est que de 7,4%, en volume, avec 569 000 unités écoulées, il dépasse les 11,1%.

Le segment des serveurs x86 reste le coeur et le moteur du marché avec 2,6 milliards de dollars de chiffres d'affaires, en baisse de 4,9% par rapport à 2011. Du côté des autres types de serveurs (CISC, RISC, EPIC), le chiffre d'affaires a dépassé le milliard de dollars, mais il est aussi en baisse de 12,5% par rapport à 2011.

Sur les principaux marchés d'Europe de l'Ouest, il faut souligner que les serveurs non-x86 ont accru leur présence et représentent désormais 32,7% du marché avec 919 millions de dollars de chiffres d'affaires. Les serveurs x86, eux, ont rapporté 1,8 milliard de dollars.

IBM et HP restent les deux principaux ténors du secteur, malgré des ventes et des revenus en baisse. Les ventes d'IBM ont, en effet, chuté de 4% à 1,35 milliard de dollars et celles de HP de 10,4% à 1,25 milliard de dollars. Dell, 3ème, abandonne 2,6% à 486 millions de dollars. Derrière, Fujitsu enregistre une hausse de 10% de son chiffre d'affaires à 197,7 millions de dollars, et Oracle plonge de 25,5% à 163,2 millions d'euros.

Sur l'année 2012 complète, les chiffres ne sont pas fameux non plus avec 12,88 milliards de dollars de chiffre d'affaires, soit un repli de 10,2% par rapport à 2011. Et tous les fabricants sont impactés, excepté Dell qui, avec une progression de 2,4%, est le seul fournisseur à avoir le sourire.

Top 5 Corporate Family, EMEA Server Factory Revenue, Fourth-Quarter 2012

Vendor	4Q12 Server Revenue	4Q12 Market Share	4Q11 Server Revenue	4Q11 Market Share	4Q12/4Q11 Revenue Growth
IBM	$1,355.9	35.7%	$1,413.0	34.4%	-4.0%
HP	$1,255.2	33.0%	$1,401.1	34.1%	-10.4%
Dell	$486.0	12.8%	$499.1	12.2%	-2.6%
Fujitsu	$197.7	5.2%	$179.4	4.4%	10.2%
Oracle	$163.2	4.5%	$219.0	5.6%	-25.5%
Other	$343.0	9.0%	$392.2	9.6%	-12.5%
Total Market	**$3,800.9**	**100%**	**$4,103.9**	**100%**	**-7.4%**

Top 5 Corporate Family, EMEA Server Factory Revenue, Full-Year 2012

Vendor	2012 Server Revenue	2012 Market Share	2011 Server Revenue	2011 Market Share	2012/2011 Revenue Growth
HP	$4,733.7	36.7%	$5,528.2	38.5%	-14.4%
IBM	$3,791.6	29.4%	$4,295.6	29.9%	-11.7%
Dell	$1,775.5	13.8%	$1,734.1	12.1%	2.4%
Oracle	$758.6	5.9%	$998.0	7.0%	-24.0%
Fujitsu	$696.7	5.4%	$725.5	5.1%	-4.0%
Other	$1,132.7	8.8%	$1,070.7	7.5%	5.8%
Total Market	**$12,888.7**	**100.0%**	**$14,352.2**	**100.0%**	**-10.2%**

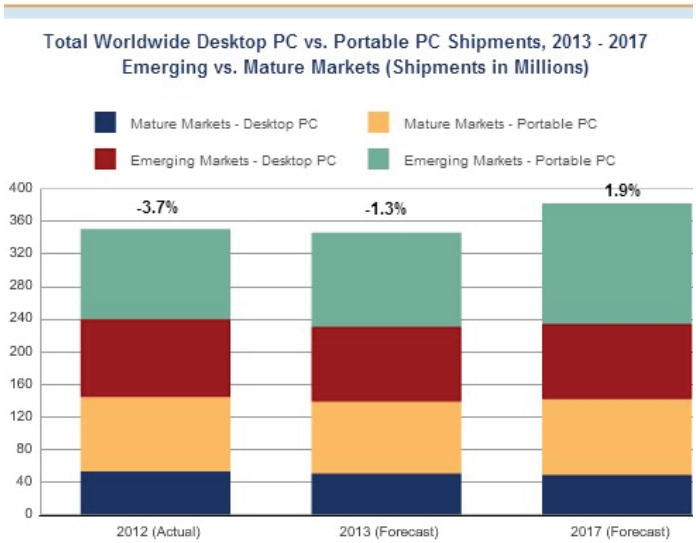
Source: IDC's EMEA Quarterly Server Tracker, February 2013

2013, ENCORE UNE ANNÉE DE BAISSE POUR LES VENTES DE PC

Malgré les efforts de l'industrie pour limiter la casse et stimuler la demande, l'année 2012 s'est terminée sur une note négative avec un repli de 3,7% des ventes. Et d'après IDC, 2013 devrait lui emboîter le pas.

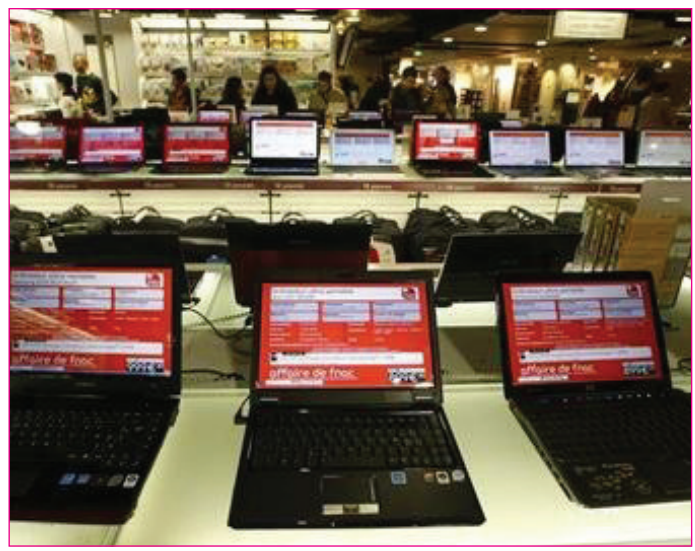
Avec un effet "Windows 8" encore très limité et l'engouement du public et des entreprises pour les tablettes, les ventes de PC devraient de nouveau reculer cette année. Une baisse de 1,3% selon IDC pour un volume de 345,8 millions d'unités.

Sur les marchés matures, ce sera la 3ème année consécutive de baisse des ventes (138,7 millions d'unités) avec un recul aussi marqué du côté des PC portables (88,3 millions d'unités contre 91,1 en 2012) que des PC de bureau (50,4 millions d'unités contre 53,4 en 2012). Malgré l'arrivée de Windows 8 et l'offre intéressante en matière d'ultrabooks, la demande devrait donc rester bien inférieure aux attentes. D'autant que les prix des ultrabooks et des PC hybrides à écran tactile devraient rester relativement élevés.



Sur les marchés émergents, les ventes cette année devraient être en légère hausse à 207,1 millions d'unités, contre 205,9 millions d'unités en 2012. Avec une forte augmentation des ventes PC portables (115,5 millions d'unités) et un recul des ventes de PC de bureau (91,6 millions d'unités).

IDC pense malgré tout que la seconde moitié de l'année sera un peu meilleure, en raison à la fois d'une meilleure implication des réseaux de distribution et d'une réelle acceptation de Windows 8. Toutefois, ce n'est qu'à partir de l'an prochain, avec l'arrêt du support de Windows XP notamment, que le cabanet d'analyses anticipe un retour de la croissance. En 2017, il prévoit 382 millions de ventes dans le monde, soit une croissance de plus de 10% par rapport à 2013.



PC Shipments by Region and Form Factor, 2012-2017 (Shipments in millions)

Region	Form Factor	2012	2013*	2017*
Emerging Markets	Desktop PC	95.0	91.6	92.2
Emerging Markets	Portable PC	110.9	115.5	148.0
Emerging Markets	Total PC	205.9	207.1	240.2
Mature Markets	Desktop PC	53.4	50.4	48.8
Mature Markets	Portable PC	91.1	88.3	93.0
Mature Markets	Total PC	144.5	138.7	141.8
Worldwide	Desktop PC	148.4	142.1	141.0
Worldwide	Portable PC	202.0	203.8	241.0
Worldwide	Total PC	350.4	345.8	382.0

PC Shipment Growth by Region and Form Factor, 2012-2017

Region	Form Factor	2012	2013*	2017*
Emerging Markets	Desktop PC	-3.8%	-3.5%	0.0%
Emerging Markets	Portable PC	0.8%	4.1%	7.1%
Emerging Markets	Total PC	-1.4%	0.6%	4.3%
Mature Markets	Desktop PC	-4.8%	-5.5%	-2.9%
Mature Markets	Portable PC	-8.1%	-3.1%	-1.4%
Mature Markets	Total PC	-6.9%	-4.0%	-1.9%
Worldwide	Desktop PC	-4.2%	-4.3%	-1.0%
Worldwide	Portable PC	-3.4%	0.9%	3.7%
Worldwide	Total PC	-3.7%	-1.3%	1.9%

* Forecast data

TABLETTES :
LES MODÈLES LOW COST DOMINENT LE MARCHÉ

Selon IDC, ce sont les tablettes low cost qui sont les locomotives du marché, notamment les modèles de 7 pouces Android vendues sous la barre des 200 euros.

Avec l'arrivée de nouvelles tablettes de 7 et 8 pouces à bas prix, IDC a revu à la hausse ses prévisions de ventes pour l'année 2013 à 190,9 millions d'unités (contre 172,4 millions d'unités précédemment). Et la progression des ventes devraient être de 11% par an en moyenne jusqu'en 2016. "Au cours de ce premier trimestre, une tablette sur deux était un modèle de moins de 8 pouces" confirme Jitesh Ubrani, et en terme de volumes, nous nous attendons à ce que les ventes de tablettes de petite taille continuent leur croissance en 2013 et après".

Du côté des OS, Android devrait rester cette année encore le principal système d'exploitation pour tablettes avec 48,8% de part de marché, suivi d'iOS (46%). Windows reste malheureusement loin derrière avec 4,7% de part de marché. "En lançant deux OS différents, Windows 8 et Windows RT, Microsoft n'a pas réussi à convaincre, souligne Tom Mainelli d'IDC. Les consommateurs n'ont pas répondu à l'appel de Windows RT et à long terme nous pensons que Microsoft et ses partenaires feraient mieux de se concentrer sur l'amélioration de Windows 8".

En revanche, avec la concurrence accrue de ces petites tablettes low cost, les liseuses numériques ne devraient plus trouver preneurs. Pour IDC, ce marché a atteint son plus haut en 2011 avec 26,4 millions d'unités vendues. En 2012, seules 18,2 millions d'unités ont été écoulées et la situation ne devrait pas s'arranger dans les années à venir.

Tablet Operating Systems, Forecast Market Share and CAGR 2012-2017

Tablet OS	2013 Market Share	2017 Market Share	2012-2017 CAGR (%)
Android	48.8%	46.0%	14.8%
iOS	46.0%	43.5%	15.0%
Windows	2.8%	7.4%	48.8%
Windows RT	1.9%	2.7%	27.9%
Other	0.6%	0.4%	7.5%
Grand Total	**100.0%**	**100.0%**	**16.6%**

SALON
e-commerce.ma
2ème édition

PAIEMENT ÉLECTRONIQUE
E-COMMERCE E-MARKETING

PARTICIPEZ
au rendez-vous
incontournable
de **votre profession**

Du 15 au 17 mai 2013
OFFICE DES CHANGES | **CASABLANCA**

Tél. :+212 (0)5 22 27 62 21

www.salon-ecommerce.ma

LES PRÉVISIONS CHANNEL DE VMWARE POUR L'ANNÉE 2013

Stéphane Arnaudo, Senior Manager, Channels & Alliances, France & Afrique de VMware, aborde les sujets qui seront selon lui les plus en vogue dans le channel au cours des 12 prochains mois. " Notre canal indirect s'est encore renforcé en 2012 : 95 % de notre chiffre d'affaires provient de nos activités avec nos partenaires. Cette année, l'industrie s'est principalement intéressée à tout ce qui concerne l'informatique pour l'utilisateur final, afin d'aider les entreprises à suivre la tendance de la consumérisation et à prendre en charge leurs employés amenant leurs appareils personnels pour effectuer leurs activités professionnelles. Nous avons également assisté au déploiement massif de services professionnels et à une migration globale des entreprises sur le cloud, entraînant ainsi une baisse des ventes de matériel. De plus, nous avons constaté que les revendeurs s'intéressent davantage et adaptent leurs solutions à l'utilisateur final ".

Les tendances décrites ci-dessus resteront dominantes dans le canal indirect l'année prochaine, mais les tendances suivantes devraient se faire une place au cœur des préoccupations des entreprises des réseaux indirects en 2013 :

1) La virtualisation des infrastructures

La virtualisation des infrastructures va continuer sa progression, principalement en ce qui concerne les réseaux et la sécurité. De plus en plus d'entreprises recherchent des outils leur permettant d'assurer la gestion et l'automatisation de leurs actifs informatiques à partir d'un seul point. Les entreprises de vente indirecte devront donc être formées sur les solutions les plus appropriées aux différents types d'entreprises afin d'accompagner cette évolution. Nous allons certainement consacrer une bonne partie de notre temps à nos partenaires autour de cette pratique l'année prochaine.

2) Les appareils mobiles

Des smartphones et des tablettes de plus en plus différents débarquent sur le marché : leur popularité va donc croître auprès des employés cherchant à les utiliser dans le cadre professionnel. Les entreprises solliciteront l'aide des réseaux channe afin de trouver des solutions simples et sécurisées permettant l'accès aux applications nécessaires pour travailler sur tous les appareils mobiles.

3) Les modèles de rémunération

L'année prochaine, les organisations devront clairement revoir les modèles de rémunération en place pour leurs commerciaux. Les modèles existants les récompensant pour chaque vente ponctuelle d'importance commencent à être dépassés. Ils devront évoluer afin de s'adapter au modèle du cloud computing, les revendeurs récompensant leurs commerciaux pour leurs ventes mensuelles, de moindres valeurs, mais régulières, qui sont tout aussi importantes (voire davantage) sur le long terme.

4) Les médias sociaux d'entreprise

Les médias sociaux sont omniprésents dans la vie personnelle des utilisateurs, qui réclament désormais des outils analogues dans leur milieu professionnel. Les premiers utilisateurs de ces solutions découvrent aujourd'hui les bénéfices de méthodes de communication plus efficaces pour tous les métiers, et les outils sociaux d'entreprise devraient par conséquent vivre un essor en 2013. Le réseau indirect jouera un rôle essentiel, en aidant les entreprises à s'approprier les outils adaptés à leurs métiers, afin de profiter des fonctionnalités nécessaires, mais également de s'assurer que l'ensemble des informations soient en sécurité et partagées par leurs employés.

5) La consolidation des canaux de distribution

Le dernier phénomène auquel il faudra se préparer dans le milieu du channel l'année prochaine est la consolidation des canaux de distribution, qui verront de plus en plus de grands distributeurs racheter leurs rivaux. Nous avons eu droit à quelques faits du genre cette année, comme avec l'acquisition de SDG par Tech Data, et je suis convaincu que beaucoup d'autres opérations similaires auront lieu l'année prochaine.

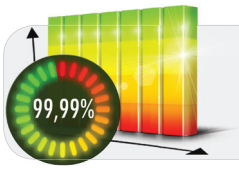
Pour résumer, 2013 s'annonce comme une bonne année pour les entreprises des réseaux indirects, à condition qu'elles parviennent à suivre les nouvelles tendances et à apporter une véritable valeur ajoutée à leurs clients voulant déployer leurs services dans leur entreprise. Naturellement, le cloud restera une considération majeure dans le cadre de toutes les décisions prises par les entreprises à la recherche de coûts réduits et d'une meilleure agilité autour de leurs opérations.

Hébergement Internet by OVH

Simple, sûr & puissant

23.88 Dhs par mois

25GO d'espace disque



Haute disponibilité
plus de 1000 serveurs travaillent en parallèle

Nom de domaine inclus à choisir parmi : **.com**, .net, .org, .mobi, .name, .info, .biz, .fr, .be, .eu, .es, .nl, .us, .de, .pl, .uk, .ch, .li, .cz, .at, .cn, .pt, .lt, .lv, .tv

Applications instalables en 1 clic pour créer votre site web : WordPress, Os Commerce et bien plus...

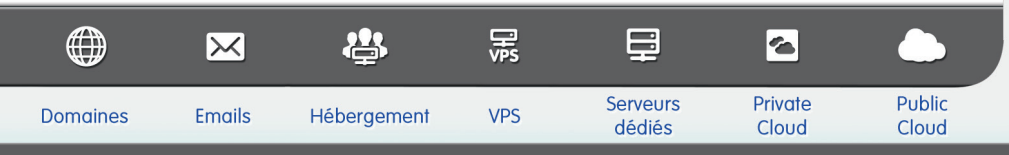
Trafic illimité

Base de données inclus

Support **Marocain**

Email avec **anti-virus** et **anti-spam** inclus

Découvrez votre gamme complète, tarifs et conditions sur notre site web. Tous les pris sont HT.



Pour plus d'informations:

OVH.com/heb

contactez nous au **+212 5 22 26 00 86**

L'INNOVATION ET LE DEVELOPPEMENT DU CONTENU DES MEDIAS EN LIGNE

Au vu de cette analyse quelle est votre vision de l'innovation dans le monde des medias, qui ont un important rôle à jouer dans la société de l'information ?

Les médias sont d'abord des entreprises technologiques de presse, donc soumis de facto aux exigences de l'innovation sur les trois dimensions traitées dans l'article :

Premièrement : il y a exigence d'innover au niveau de la création du contenu informationnel pour bien pratiquer les nouveaux droits: *Droit d'exercer la liberté d'expression sur Internet et Droit de bénéficier de la disponibilité d'instruments de publication d'accès et de partage*

Deuxièmement : l'innovation en matière DE MISE EN OEUVRE du processus de développement du contenu des médias en ligne:
L'Etat marocain est déjà engagé à travers sa stratégie « Maroc Numeric 2013 » à combiner mobilisation gouvernementale avec les initiatives privées et partenariats internationaux, en vue de :

- Soutenir les médias marocains dans le cadre de partenariats publics privés pour la fourniture d'une information mise a jour en temps réel et interactive.
- Fournir de nouvelles opportunités pour produire, traiter, enregistrer, Stocker et partager l'information.
- Mise eu œuvre des conditions de la Confiance numérique.
- Développer un contenu numérique national, régional et local attractif sur internet

Troisièmement : il y a aussi une exigence d'innover pour pallier le déséquilibre entre la faiblesse du CONTENU NUMERIQUE LOCAL face à l'hégémonie des innovations en matière du CONTENANT :
L'INTERDÉPENDANCE entre le CONTENU et le CONTENANT est un fait reconnu, qui justifie cet appel, en plus de La CONVERGENCE des medias (presse- TV-Radio sur web -TNT-Satellite, accessibles sur PC, smartphones mobiles, et technologie embarquée sur voitures, et enfin cloud computing.)

Quelle est l'état des lieux au Maroc ?

L'état des lieux c'est qu'il y a des mesures incitatives mise en place par les pouvoirs publics, notamment en matière de modernisation des entreprises et d'appui aux projets innovants développant du contenu, cela prouve que les entreprises de presse n'en bénéficient pas encore, à ce jour…
Quant au cadre juridique, la règlementation en vigueur et celle en en préparation au Maroc, ne peut pas être traitée dans ce contexte ; mais l'innovation de la part du législateur est à l'ordre du jour.

Quel est votre mot de la fin ?

Il y a une réalité que la plupart des medias ignorent :
La particularité des entreprises de presse et leur atout majeur dans la stratégie des TIC, c'est qu'elles sont les seules entreprises doublement éligibles aux mesures incitatives et aux financements publics : Etant des entreprises ayant un besoin de modernisation et en tant que créateurs de contenu informationnel en ligne… Il est donc dans leurs intérêt de réclamer leur droit à bénéficier d'une étude diagnostic de leur besoin à piloter par le CETIC (Centre National des TIC). Et leur droit de bénéficier d'un appui dans le cadre d'un partenariat public privé pour la mise en place d'une plateforme nationale d'édition électronique pour la presse.
Voilà une vision équilibrée Contenu – contenant pour le secteur de la presse.

Biographie de M. SAF Houssine

Directeur de Multimedia Content Network, mcn.ma
membre des conseils d'administration de l'APEBI et du CETIC.

Une expérience capitalisée durant deux décennies au secteur public de la presse et sept ans au secteur privé dans le domaine des TIC

- Formateur en Nouvelles technologies certifié **Ligue Arabe et Isesco** en 2002
- 2012-2013 : Membre du comité d'experts auprès du Ministère de la Communication chargé d'élaborer le Livre Blanc sur la Presse en ligne.
- Remporte le Trophée « **Arab GoldenChip Awards 2011** » délivré par Arab ICT Organization pour son Projet eParlement.

ENJEU MAJEUR POUR LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET LA COMMUNICATION

L 'innovation devient enjeu de pérennité de l'entreprise:

Dans le domaine des TIC, le premier qui commercialise un produit ou procédé innovant est celui qui bénéficie de l'impact positif des premiers utilisateurs qu'il fidélise généralement, ce qui rend la tache des concurrents très difficile, voire même impossible dans certains cas.

Ainsi la concurrence ne se nourrit plus seulement de la baisse des prix ou de la quantité supplémentaire offerte qui frôlent rapidement leurs limites dans le secteur des TIC ; mais managers se sont rendu compte que la vraie concurrence se joue actuellement sur l'innovation.

Et sans l'innovation les professionnels des TIC savent bien qu'ils seront au bord de la faillite.

La R&D assure l'innovation au niveau d'une Entreprise

La R&D reste le seul chemin qui mène à l'innovation qu'elle soit technologique, organisationnelle ou sociétale. Ce chemin passe par les Universités et Laboratoires R&D qui n'ont que rarement des ponts d'ouverture sur le monde socio-économique des entreprises. Ils se lancent dans un grand nombre de projets de recherche qui restent dans la plupart des cas dans le monde théorique.

De nos jours les inventions se font rares et couteuses, c'est pourquoi seules les Grandes Entreprises peuvent se permettre le luxe d'investir dans la R&D pour pouvoir innover. Mais ils ne la font pas toutes.

Quant au niveau des PME et TPE (Très petites entreprises), la R&D est très rare.

Seul un véritable jumelage Université-entreprise peut favoriser une innovation réalisable et génératrice de développement humain.

Le phénomène numérique qualifié souvent de « révolution numérique » est devenu une « tendance dominante » dans la société de l'information. Encouragé par le nouveau business model basé sur la gratuité et l'universalité des produits et services TIC de base destinés à un usage personnel du grand public.

L'internet n'a-t-elle pas modifié la manière de produire, de gérer, de stocker de vendre ?

Le marché est devenu biface, n'est-il pas basé sur la publicité et la diffusion ?

Les parties prenantes de la société de l'information sont désormais au nombre de Quatre :

- Les équipementiers
- Les opérateurs télécom
- Les intermédiaires
- Et les créateurs de contenu

La Technologie de l'Information devient ainsi un « phénomène global » dont les enjeux dépassent la frontière de la technologie. Elle mobilise à côté de l'ingénierie, d'autres facteurs d'ordres économique, sociétal et politique ; et impose aux individus et aux organisations d'adopter de nouvelles approches et règles de conduite.

Cette évolution a généré la fusion de trois dimensions : stratégique, organisationnelle et technologique, d'où la nécessité d'innover sur les trois dimensions de manière équilibrée:

1. La Dimension sociétale :

Il ya nécessité d'innover dans le développement du contenu numérique multimedia et multilingue (contenu informationnel, éducatif, culturel et de divertissement)

L'innovation sur ce plan réside principalement dans la manière de repenser la création du contenu . L'objectif recherché étant de pouvoir assurer:

- Son utilisation comme outils d'aide à la prise de décision.
- La valorisation du contenu local pour inverser la courbe de consommation de la production numérique au niveau national, et pouvoir même positionner et commercialiser ce même contenu au-delà de nos frontières.

De ce fait , l'innovation repose sur l'opérationnalité de la production numérique .

2. La Dimension organisationnelle :

La nécessité d'innover dans le processus de mise en œuvre des projets et des services TIC orientés citoyens.(Gouvernance , partenariats public-privés , Clusters, jumelage Université Entreprise)

L'innovation en matière de gouvernance des projets et services n'a pas été à son tour bien servie par les investisseurs dont l'intérêt primordial portait sur l'innovation en matière d'outils et d'infrastructures technologiques.

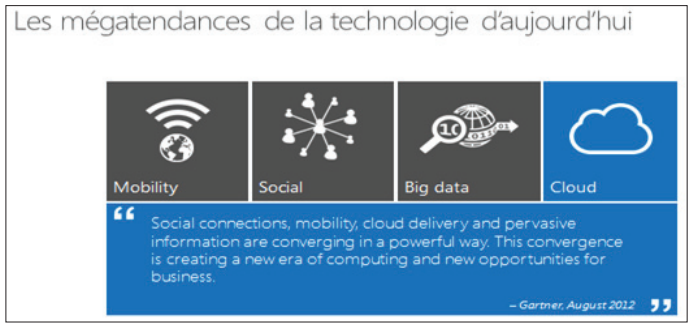
3. La Dimension technologique :

l'innovation en matière d'outils et de l'infrastructure physique a largement fait recours à l'intégration de la R&D pour faire face aux exigences de la convergence de l'Internet avec les communications mobiles qui ont élargi l'accès aux ressources d'information et de communication, au profit de 2,1 milliards d'individus dans le monde (plus d'un quart de l'humanité) qui utilisent l'Internet.

L'état des lieux au Maroc est marqué par un déséquilibre flagrant en faveur de la dimension technologique qui a été la première à bénéficier de toutes les potentialités et mesures incitatives accordées par la stratégie Maroc Numeric 2013 et bien avant depuis la libéralisation du secteur des télécoms en 1997.

Pourtant, les deux dimensions sociétale et organisationnelle sont largement développées comme axes stratégiques et prioritaires du plan Maroc Numeric 2013, qui touche à sa fin avec un bilan « globalement positif » selon les officiels. Bilan qui reste très maigre quant aux résultats enregistrés sur les plans sociétal et organisationnel.

COMMENT CHOISIR VOTRE HÉBERGEUR DE SOLUTIONS MICROSOFT ?

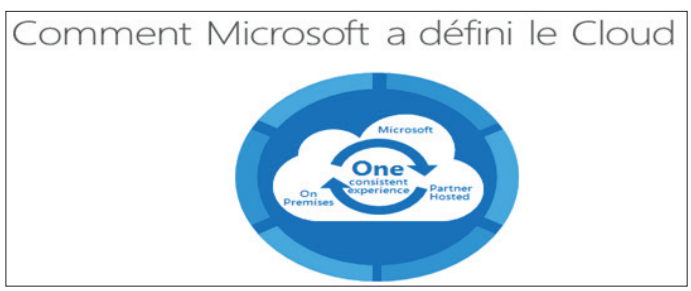


Aujourd'hui, il y a plusieurs tendances technologiques (ou même des mégatendances) qui convergent désormais pour amener les entreprises à bien réfléchir à leur stratégie et leur modèle d'affaires à l'avenir. Microsoft pense à toutes ces questions.

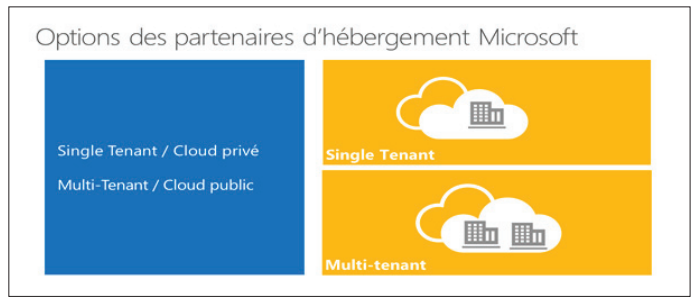
- Mobilité : énorme croissance dans la gamme d'appareils mobiles permet aujourd'hui aux gens plus que jamais de changer la façon dont ils travaillent.
- Applications sociales : ont bondi en popularité et présentent des nouvelles façons de communiquer et de partager avec des clients et collègues.
- Big data : croissance explosive dans les dispositifs et les applications qui implique la nécessité d'obtenir un meilleur aperçu de ces données.
- Cloud : le cloud est vraiment une force favorable à ces autres tendances, fournissant la connectivité universelle et une puissance de calcul qui les rendent possibles. Il a déjà révolutionné la façon dont les gens utilisent la technologie dans leur vie personnelle (Facebook, Skydrive…), et il aura la même influence sur la façon dont les gens utilisent la technologie dans leur vie professionnelle.

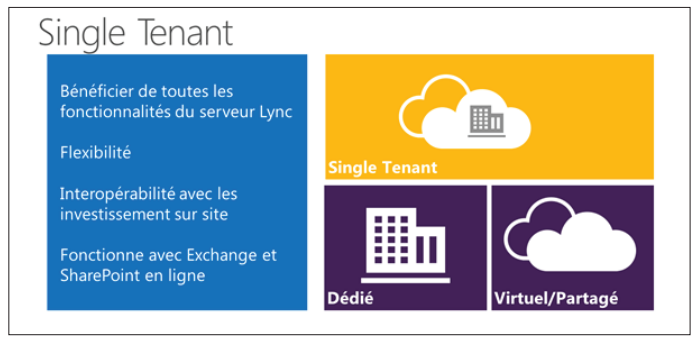
Pour les DSI d'aujourd'hui et les leaders de la technologie, le Cloud représente une opportunité de repenser au rôle de l'informatique dans l'entreprise et devenir un acteur plus stratégique. En raison de son pouvoir de changer fondamentalement la façon dont les entreprises fonctionnent, le cloud est un changeur de jeu pour l'entreprise.

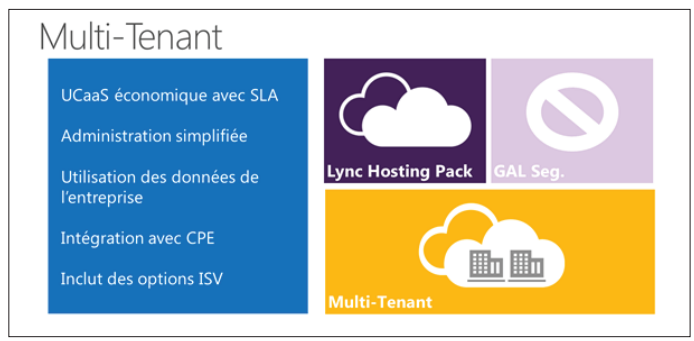
Bien qu'il existe plusieurs raisons pour lesquelles les entreprises pourraient envisager le Cloud, l'expérience et la recherche ont montré que ce dernier a un impact sur l'amélioration de l'information et l'agilité de l'entreprise pour se concentrer sur les attentes croissantes des utilisateurs avec une meilleure économie.

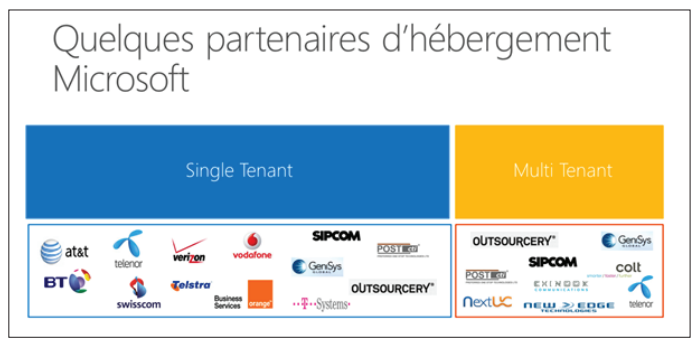


En fait, Les services informatiques d'aujourd'hui ont du mal à suivre le rythme rapide du changement dans l'entreprise. Des décisions basées sur l'évolution du marché, doivent être rapides et précis. Avec le cloud, les affaires peuvent se déplacer plus rapidement. il permet d'alléger le fardeau de maintenance en vous aidant à éviter d'avoir à installer physiquement applications sur des machines individuelles. Cela permet de libérer votre personnel informatique et de se concentrer sur la conduite stratégique de l'entreprise vers l'avant plutôt que de simplement garder les choses en marche, comme les contrats (SLA) ou le déploiement de nouvelles applications.









Le Maroc est au Rendez-vous !

Une entreprise qui a déployé avec succès le Pack Lync Server Hosting avec les passerelles AudioCodes est New Edge Technologies. New Edge Technologies est une société Marocaine privée qui se spécialise dans les technologies de l'information et services de télécommunications. Basé à Rabat, la société est le seul hébergeur pure des communications unifiées Microsoft en Afrique et Moyen-Orient grâce à son solide partenariat avec Microsoft US. New Edge Technologies a déployé des passerelles AudioCodes avec des interfaces RNIS E1 pour fournir l'interconnexion fiable entre la plate-forme Lync hébergé et le fournisseur local PSTN.

HUAWEI

Beau et intelligent, je suis

HUAWEI Ascend P1

24 mois
GARANTIE

Quand la Beauté et l'Intelligence se rencontrent ...

Avec un poids de 110 gr et 7,6mm d'épaisseur, le Huawei Ascend P1 est le smartphone le plus fin et le plus léger au monde.
Son écran tactile super Amoled 4,3 pouces combiné à un système sonore Dolby 5.1 vous feront vivre une expérience Multimédia unique.
Le Huawei Ascend P1 est également à la pointe de la technologie avec un appareil photo HD 8 MP, un processeur 1,5 GHZ Dual core et une version Android 4.0 qui en font l'un des smartphones les plus rapides et performants de sa catégorie.

Au final, le Huawei Ascend P1 est parfaitement adapté pour un usage professionnel ou privé et il vous surprendra par ses nombreuses fonctionnalités.
Il vous l'a dit, en plus d'être beau il est intelligent aussi !

Disponible au sein du réseau

Huawei Mobile Maroc
www.huaweidevice.com

BESTMARK TELECOM

www.MAZONE.MA

DES MARQUES DE LUXE FAMOUS ET FASHION

JUSQU'A 80% DE REDUCTION

LIVRAISON DANS TOUT LE MAROC

N'ATTENDEZ PLUS!
DEVENEZ MEMBRE

RENTREZ DANS
LA ZONE