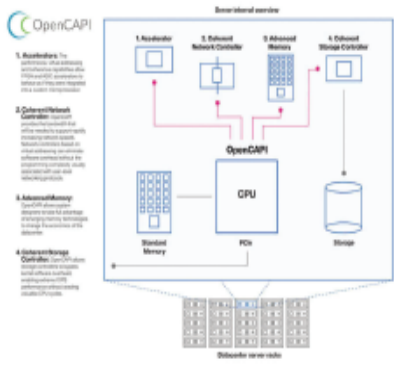


IBM, Google et des géants de la technologie lancent le standard «OpenCAPI»



IBM, Google, Dell, HP, Nvidia et d'autres géants de la technologie ont lancé une nouvelle norme appelée «Open Coherent Accelerator Processor Interface» (OpenCAPI) qui peut décupler les performances des serveurs de centres de données. La nouvelle norme est un forum ouvert pour fournir une spécification de conception d'interface ouverte à faible latence et à bande passante élevée. L'interface ouverte «OpenCAPI» aidera les data centers d'entreprises et de cloud d'accélérer l'analyse du big data et l'apprentissage machine. Le consortium prévoit de publier les spécifications OpenCAPI avant la fin de l'année et s'attend à l'émergence de serveurs et de produits connexes basés sur la nouvelle norme dans la seconde moitié de 2017. Intel, le plus grand fabricant de microprocesseurs, connu pour protéger ses technologies de serveur, a choisi de rester en dehors du nouveau consortium. «L'intelligence artificielle, l'apprentissage machine et des analyses avancées sont devenus nécessaires dans l'ère numérique, où les énormes volumes de données sont la norme», affirme Doug Balog, directeur général de IBM Power, pour qui la technologie des data centers «ne peut plus compter sur une seule entreprise pour stimuler l'innovation».

Accord GSMA et douanes pour lutter contre la fraude des terminaux mobiles

L'Association mondiale des opérateurs mobiles (GSMA) et l'Organisation mondiale des douanes (OMD) ont annoncé un accord de collaboration pour lutter contre la contrefaçon et le commerce frauduleux des appareils mobiles. Le partenariat se concentrera sur l'intégration d'un dispositif de base de données de la GSMA avec plateforme web et mobile IPM de l'OMD qui donnera aux agents des douanes, en temps réel, des informations sur les dispositifs leur permettant d'évaluer l'authenticité des expéditions de terminaux aux frontières. Le mouvement est destiné à améliorer les procédures commerciales transfrontalières, aider à la détection rapide des marchandises de contrefaçon et sécuriser la chaîne logistique internationale. La GSMA administre l'attribution des numéros d'identités des équipements mobiles (IMEI) et gère la base de données faisant autorité dans le monde des périphériques enregistrés. La plateforme IPM de l'OMD est une passerelle de sécurité globale qui permet aux agents des douanes de vérifier l'authenticité des produits en ligne. Elle permet également aux fabricants ou détenteurs de droits de partager des informations de produits mis en cause, et les mettre à disposition en temps réel aux organisations douanières pour les ajouter à leurs procédures de contrôle.

Etniz.net, la première vitrine Web des artisans algériens

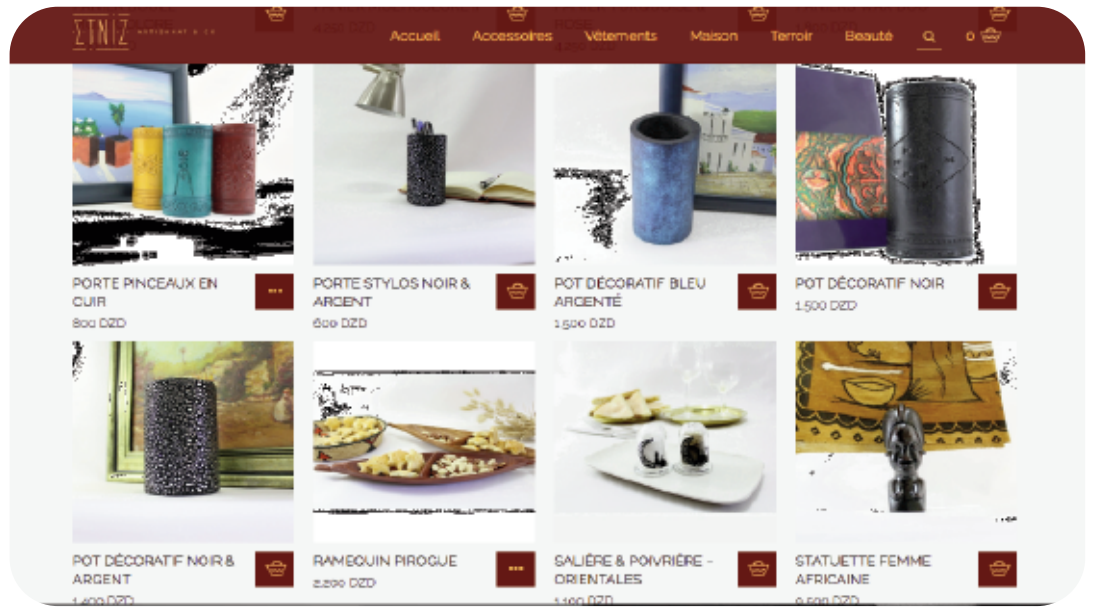
● Etniz.net est la première e-boutique artisanale en Algérie. Elle a vu le jour depuis quelques semaines. Un lancement qui a coïncidé avec celui de la 4G et de l'e-paiement.

Par Meliza Beghdad

Un site d'e-commerce pour vendre des objets d'art et d'artisanat algérien et maghrébin, c'est l'idée de business lancée par Hafid Hanouz et Amina Hanouz Lesbat le 11 octobre dernier. Le concept a tout de suite séduit la toile. Le site a déjà enregistré plus de 15 000 visites, et la page Facebook du site compte plus de 1 300 fans. L'entreprise est familiale, elle ne compte que le couple de fondateurs. Amina se fait aider, dans la gestion de cette nouvelle plateforme originale, par Hafid, son associé et mari. Pour la conception du site, ils ont fait appel à une agence de développement web, Rizeway, comme on peut le découvrir en bas du site, à qui ils ont soumis un cahier des charges bien précis. «Le projet a été réfléchi et travaillé pendant plus d'un an, mais son développement pur, n'a duré, quant à lui, que huit mois», expliquent Amina et Hafid. «Pour nous, les critères les plus importants (dans l'élaboration du site, Ndlr), étaient l'esthétique et l'optimisation de l'expérience client : simplicité, rapidité et clarté ont été les maîtres-mots», nous a déclaré Amina. A la question de savoir qu'elle est la signification de «Etniz», la co-fondatrice du site répond : «Par Etniz, on entend «ethnique», c'est-à-dire tout ce qui est en rapport avec l'art et la culture ethniques, pour englober les différentes cultures qui s'illustrent dans les différents styles artisanaux. Nous avons simplifié, puis stylisé le mot «ethnique» pour arriver à un nom de marque facile à mémoriser et qui réponde aux standards du web».

Offre innovante et variée

Pour se faire plaisir ou offrir un cadeau, il n'est plus besoin de faire des dizaines de kilomètres pour trouver des produits locaux et du terroir de chaque région algérienne. Avec Etniz.net, une panoplie d'articles de tous genres



s'affiche au bout d'un clic de souris. Des articles issus de l'artisanat des quatre coins de l'Algérie. Jamais il n'a été aussi facile de se procurer un large choix de produits : bijoux, accessoires, vêtements, objets de décoration, à tout moment de l'année, et n'importe où en Algérie. Des articles mêlant tradition et modernité. L'e-boutique Etniz souhaite faire perdurer les techniques de travail ancestrales et soutenir les nouvelles générations d'artistes et d'artisans dans la promotion de leur art. Un art qui se veut moderniste et orienté vers l'avenir. Une des innovations de ce site, c'est la mise en place d'un «service client» via email et téléphone. Si le ou les produits désirés ne figurent pas sur la plateforme, le client peut toujours soumettre sa demande en l'envoyant à l'adresse mail : contact@etniz.net. Les responsables du site traiteront la requête, après recherche menée auprès des artisans partenaires. Le service client est aussi joignable du dimanche au jeudi de 9h à 17h via un numéro de téléphone, affiché dans tous les coins du site. La plateforme est constituée de cinq rubriques : «accessoires», «vêtements», «maison», «terroir», et «beauté». Celle qui séduit le plus jusqu'à maintenant est la rubrique «accessoires» qui comporte les bijoux, nous dévoile Amina, la co-gérante d'Etniz. Dans chacune de ces rubriques, on retrouve tous les produits qui les compo-

sent. Chaque produit est accompagné d'une photo, de son prix, du nom de l'artisan qui l'a conçu, et de conseils pour l'entretenir ou pour mieux s'en servir. «Nous prenons nous-mêmes nos photos, en interne. Nous faisons toujours notre maximum pour bien mettre en avant les produits et faire des photos aussi réalistes que possible», affirme notre interlocutrice.

Le challenge du e-paiement

A l'ère du numérique, les comportements d'achats évoluent et laissent une place grandissante à l'acquisition de produits et services en ligne. L'e-commerce devient une pratique incontournable pour les entreprises. Vendre des objets d'art et d'artisanat algériens en ligne, c'est le défi que se sont lancés Amina et Hafid. Le challenge est de taille dans un pays où l'e-paiement vient tout juste de voir le jour, mais cela n'effraie pas le jeune couple. Leur slogan est d'ailleurs : «Commandez et payez plus tard !» En attendant le développement du paiement à distance en Algérie, les acheteurs règlent leur commande à la livraison. En effet, Etniz propose à ses clients de payer leurs achats en espèce, et à la réception de la commande auprès du livreur. Pour cela, Etniz compte sur son partenaire, un service de livraison qui dessert 40 wilayas

algériennes. Les commandes sont livrées dans un délai de 4 à 10 jours ouvrables. Quant aux frais de transport, ils sont calculés selon un barème dépendant de la wilaya de livraison choisie. Pour Alger et Blida, cela vous coûtera 550 DA, pour les wilayas du Nord 800 DA, et pour les wilayas du Sud, 1 200 DA.

Côté prix des produits exposés sur le site, ils varient de 800 à 2 200 DA pour les accessoires, de 3 500 à 6 200 pour les vêtements, de 700 jusqu'à 24 000 DA pour les produits maison, 1 700 à 2 000 pour des produits du terroir, et de 1 500 à 10 000 DA pour des produits de beauté «authentiques et bio». Le paiement à la livraison est non seulement une alternative au déploiement lent du paiement électronique, mais aussi un gage de confiance pour les consommateurs. Selon des plateformes e-commerce plus anciennes en Algérie que Etniz.net, comme les multinationales Kaymu et Jumia, même dans les pays où le e-paiement est généralisé, les consommateurs restent méfiants et préfèrent payer à la livraison. Etniz.net a donc largement le temps de bien se déployer, de satisfaire une demande nationale, bien réelle, avant d'évoluer vers l'export, et faire rayonner la culture algérienne et africaine dans le monde.

M. B.

TAGS Algérie, Etniz2, e-Commerce, e-Paiement, Artisanat, Hafid Hanouz, Amina Hanouz Lesbat, Kaymu, Jumia

Les futures versions de Facebook Messenger seront en mode économie de données

Notoirement connue pour être vorace en consommation data, l'application Facebook Messenger devrait, dans ses prochaines versions, permettre aux utilisateurs de la mettre en mode «régime», grâce à une toute nouvelle fonctionnalité économiseur de données.

Facebook expérimente actuellement la version Android bêta de l'application qui permet de contrôler la façon avec laquelle elle télécharge les contenus multimédias que l'utilisateur reçoit. Lorsque le mode économiseur de données est désactivé, Messenger télécharge automatiquement tout ce que l'utilisateur reçoit. Cela se produit indépendamment de la taille du contenu (vidéo ou photo), ou si

l'utilisateur veut réellement le voir. Mais lorsque cette fonction est activée, l'utilisateur doit sélectionner chaque photo/vidéo qu'il souhaite consulter. Les messages texte ne sont pas affectés par cette fonctionnalité. La version bêta est également livrée avec un compteur qui indique à l'utilisateur la quantité de données qu'il a économisée. Le compteur peut être remis à zéro au besoin, ce qui devrait être utile pour ceux qui ont un plan data mensuel à respecter. Il est également intéressant de souligner que l'économiseur de données ne fonctionne que lorsque l'appareil utilise les données cellulaires. Quand il se connecte à un point d'accès Wi-Fi, Messenger revient à la normale.

