

7 Days Tech *By Lodj*

28-07-2026



Partenariat Capgemini et La French Tech Casablanca

Les études récentes identifient les professions les plus exposées à l'essor de l'IA

Un agent IA doit-il désormais avoir sa propre carte d'identité numérique ?

Certaines images de cet hebdomadaire peuvent avoir été créées par intelligence artificielle.

SOMMAIRE

7Days

By Lodi



Imprimerie Arrissala

PRÉSIDENT ARRISSALA SA : HASSAN SENTISSI EL IDRISSE

CEO DE L'ODJ MÉDIA : ADNANE BENCHAKROUN

DIRECTEUR DIGITAL & MÉDIA : MOHAMED AIT BELLAHSEN

ÉQUIPE DE RÉDACTION : BASMA BERRADA - SALMA LABTAR - SALMA CHMANTI HOUARI
NISRINE JAOUADI - MAMOUNE ACHARKI

SOCIAL MEDIA TEAM : NADA DAHANE - OUMNIA LABRITI

STUDIO TEAM : WAFAE SNINA - OUSSAMA MOUKAFI - WAHIBA MAHFOUDI

MAQUETTES / QUOTIDIENS 7DAYS : RIM KHAIROUN

WEBDESIGNER / COUVERTURE, ALIMENTATION & MISE EN PAGE : IMAD BEN BOURHIM

L'ODJ Média - Groupe de presse Arrissala SA

Retrouver tous nos anciens numéros sur :

www.pressplus.ma



L'ODJ MÉDIA EN MODE RADAR



UNE BONNE **IDÉE**
QUI PASSE UN BON **ARTICLE**



UNE TRÈS BONNE **IDÉE**
QUI PASSE UN TRÈS BON **ARTICLE**



UNE SUPER HYPER **IDÉE**
QUI PASSE UN **ARTICLE...**



QUI SE CONSTRUIT
PUIS SE DESSINE
PUIS SE PUBLIE
POUR VOUS...



IDÉE

Tout commence
par une idée.



SE CONSTRUIT

Elle se structure,
s'enrichit, prend forme.



SE DESSINE

Elle se met en page,
s'illustre, prend vie.



SE PUBLIE

Elle est publiée
et vous est dédiée.

*Des idées qui font l'info.
Une exigence qui fait la différence.*



L'INFO
AUTREMENT

Partenariat Capgemini et La French Tech Casablanca

Capgemini Maroc et La French Tech Casablanca ont conclu un partenariat destiné à renforcer les dynamiques d'innovation et à accompagner le développement de l'écosystème numérique national.

Capgemini accueille le programme « Elles Tech Tour »



Signé le 22 juin 2026 dans les locaux marocains de Capgemini, cet accord s'inscrit dans la continuité des objectifs portés par la stratégie « Maroc Digital 2030 ». Il prévoit notamment de favoriser le partage d'expertises, le développement des compétences technologiques et le soutien aux projets innovants. Dans ce cadre, les équipes de Capgemini au Maroc participeront aux différentes commissions et communautés thématiques mises en place par La French Tech Casablanca.

Ces espaces de travail rassemblent des startups, des spécialistes du numérique, des investisseurs, des institutions publiques ainsi que de grandes entreprises autour des principaux enjeux liés à la transformation technologique.

Pour Badra Hamdaoua, directrice générale de Capgemini au Maroc, ce rapprochement illustre la volonté du groupe de jouer un rôle actif dans la structuration de l'écosystème technologique marocain.

« Cette collaboration avec La French Tech reflète notre volonté de contribuer au développement des talents, à l'innovation et aux synergies entre les acteurs de l'écosystème technologique marocain afin de soutenir sa croissance et son attractivité », souligne-t-elle.

Quelques jours après la signature de ce partenariat, Capgemini a accueilli, le 29 juin, une délégation de femmes entrepreneures et de dirigeantes de startups engagées dans le programme « Elles Tech Tour », porté par La French Tech Casablanca.

Cette initiative a pour objectif de faciliter les rencontres entre entrepreneures, jeunes pousses, grandes entreprises et acteurs institutionnels. Elle vise également à renforcer la place des femmes dans les métiers technologiques et à encourager le développement de projets entrepreneuriaux à forte dimension numérique.

À cette occasion, plusieurs échanges ont été organisés autour de thématiques telles que l'intelligence artificielle, l'innovation, le leadership et la transformation digitale.

Les équipes de Capgemini ont ainsi partagé leur expérience et leur expertise avec les participantes.

William Simoncelli, président de La French Tech Casablanca, estime que cette alliance permettra de consolider les relations entre les écosystèmes marocain, français et international de l'innovation.

« Ce partenariat avec Capgemini au Maroc démontre notre volonté de renforcer les liens entre les écosystèmes marocain, français et internationaux de l'innovation. À travers des initiatives comme Elles Tech Tour, nous souhaitons valoriser les talents, encourager l'entrepreneuriat féminin dans la technologie et contribuer au rayonnement du Maroc comme terre d'innovation, d'expérimentation et de développement », affirme-t-il.

Les deux partenaires prévoient désormais de développer de nouvelles actions communes dans plusieurs domaines stratégiques. Les prochaines initiatives pourraient porter sur l'intelligence artificielle, la cybersécurité, l'innovation responsable, le mentorat, la formation aux compétences numériques et la sensibilisation des jeunes aux métiers de la technologie.

Brèves digitales



Google promet que Gemini 4 sera son modèle d'IA le plus avancé à ce jour

Google a confirmé travailler sur Gemini 4, son futur modèle d'intelligence artificielle, présenté comme une avancée majeure.

Le groupe affirme vouloir améliorer notamment les capacités de codage et renforcer sa compétitivité face à ses rivaux.

Selon Sundar Pichai, Gemini 4 reposera sur un modèle de base plus puissant et est actuellement en cours d'entraînement.

Son lancement pourrait intervenir d'ici la fin de l'année, sans date officielle pour le moment.

Meta lance Seller pour Facebook Marketplace

Meta a présenté Seller, une nouvelle application dédiée aux vendeurs de Facebook Marketplace. L'outil utilise l'intelligence artificielle pour analyser les photos d'un produit et générer automatiquement une annonce.

Il regroupe aussi les conversations avec les acheteurs et des outils de suivi des ventes.

Avec cette initiative, Meta cherche à fidéliser les vendeurs les plus actifs et à renforcer la confiance sur Marketplace grâce à de nouvelles fonctionnalités de vérification des comptes.



De faux médecins IA envahissent les réseaux sociaux

Une enquête révèle que Facebook et Instagram sont envahis de vidéos mettant en scène de faux médecins générés par intelligence artificielle pour promouvoir des compléments alimentaires.

Ces publicités diffusent des affirmations médicales non prouvées et utilisent de faux témoignages pour convaincre les internautes.

Certaines victimes ont acheté des produits rappelés pour des risques sanitaires.

Malgré les règles de modération annoncées par Meta, de nombreux contenus trompeurs restent accessibles sur les plateformes.

Brèves digitales



Les études récentes identifient les professions les plus exposées à l'essor de l'IA

Selon plusieurs études, l'intelligence artificielle transformera près de 40 % des emplois dans le monde, avec un impact particulièrement fort sur les métiers du marketing, des médias, de la finance, du service client, du droit et des technologies.

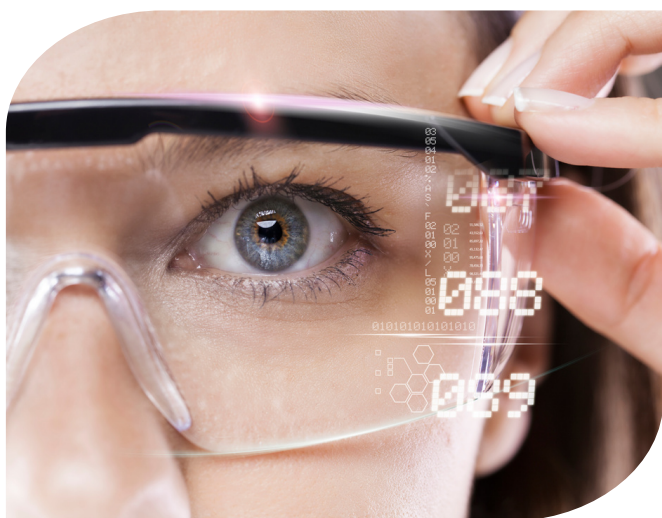
Les tâches répétitives sont les plus exposées à l'automatisation, tandis que les professions reposant sur l'empathie ou le jugement humain restent moins menacées.

Claude Opus 5 promet des performances de haut niveau à moindre coût

Anthropic a dévoilé Claude Opus 5, un nouveau modèle d'IA présenté comme presque aussi performant que son modèle le plus avancé, tout en coûtant deux fois moins cher à utiliser.

L'entreprise affirme qu'il surpasse plusieurs concurrents, dont certains modèles d'OpenAI, sur différents tests. Toutefois, les premiers utilisateurs rapportent aussi des limites, notamment un taux d'hallucinations plus élevé et une consommation importante de ressources.

Anthropic assure avoir renforcé les mesures de sécurité par rapport à ses précédents modèles.



Samsung présente ses premières lunettes connectées avec l'IA Gemini

Samsung a levé le voile sur ses premières lunettes intelligentes, développées avec Gentle Monster et Warby Parker.

Équipées de l'IA Gemini de Google et du système Android XR, elles proposeront la traduction en temps réel, l'assistance vocale et la capture d'informations via leur caméra.

Le constructeur mise aussi sur l'intégration avec son écosystème Galaxy pour se démarquer de Meta. Leur lancement est prévu à l'automne, mais leur prix n'a pas encore été dévoilé.

Un agent IA doit-il désormais avoir sa propre carte d'identité numérique ?

L'agent IA est entré dans l'entreprise sans passer par l'accueil ni la direction des ressources humaine.

Il consulte le CRM, ouvre un dossier, modifie une donnée, prépare une décision et déclenche parfois une opération. Pourtant, cet agent IA n'apparaît dans aucun organigramme et ne possède souvent aucun identifiant propre.



Dans les entreprises, la course à l'automatisation avance plus vite que les règles. Faut-il attribuer à chaque agent une véritable carte d'identité numérique ?

La réponse paraît évidente. Elle l'est beaucoup moins lorsqu'on regarde les coûts, les responsabilités et la réalité du terrain.

Pendant des années, la frontière était assez nette. Un collaborateur posait une question à un logiciel, recevait une réponse, puis décidait lui-même de la suite. En cas d'erreur, on savait vers qui se tourner.

Les nouveaux agents IA ne restent plus derrière une fenêtre de conversation. Ils peuvent rechercher des informations dans plusieurs applications, remplir un formulaire, modifier une fiche client, créer un ticket informatique, générer un rapport ou lancer une chaîne d'opérations. Un agent commercial prépare une proposition à partir du CRM. Un autre classe des demandes adressées au service client. Dans les ressources humaines, certains outils croisent déjà plusieurs sources internes pour produire une synthèse.

Sur le papier, le gain de temps est spectaculaire. Dans la réalité d'une entreprise, où les systèmes anciens cohabitent souvent avec des plateformes cloud et quelques fichiers Excel devenus presque institutionnels, l'enthousiasme mérite d'être tempéré.

Car un agent qui agit n'est plus un simple outil. C'est une identité active au sein du système d'information. Le sujet n'a rien de théorique. En février 2026, le NIST américain a lancé une initiative consacrée aux standards des agents IA afin de favoriser leur déploiement sécurisé. Son centre national d'excellence en cybersécurité travaille parallèlement sur les moyens d'identifier ces agents, de gérer leurs autorisations et de contrôler les actions qu'ils réalisent.

Autrement dit, les grands organismes de normalisation commencent à poser la question que beaucoup d'entreprises ont encore laissée dans un coin : qui est exactement en train d'agir dans nos systèmes ?

Une troisième population numérique à surveiller

Depuis une vingtaine d'années, les DSI gouvernent essentiellement deux catégories d'identités.

Les personnes disposent de comptes nominatifs, de droits et d'une responsabilité. Les applications utilisent des comptes techniques pour exécuter des traitements prévus à l'avance.

L'agent IA se glisse entre les deux. Il n'est pas salarié, mais il peut agir pour un salarié. Il n'est pas non plus une application classique, car il analyse une situation, choisit une étape et adapte parfois son comportement au contexte. C'est cette position intermédiaire qui ouvre une zone grise.

Dans une banque, une administration, une entreprise industrielle ou une plateforme de commerce en ligne, un tel agent peut-il utiliser directement le compte de son créateur ? Ce serait pratique.

Ce serait également une mauvaise idée.

Si plusieurs agents partagent le même accès, la traçabilité devient incertaine. Lorsqu'une donnée est modifiée ou qu'un document sensible quitte son périmètre normal, l'enquête interne démarre avec une question embarrassante : était-ce l'utilisateur, l'application ou l'agent ?

Le risque n'est donc pas l'agent IA en lui-même. Le risque vient du brouillard qui l'entoure.

Le phénomène rappelle les débuts du cloud et du « shadow IT ».

Les directions métiers ont adopté des services plus rapidement que les DSI ne pouvaient les encadrer.

Xbox ouvre une nouvelle porte au cloud gaming gratuit



Le géant américain teste une offre de cloud gaming gratuite qui pourrait changer la manière d'accéder aux jeux Xbox.

Regarder une publicité pour jouer gratuitement ? L'idée peut sembler surprenante, mais c'est justement le pari que teste Microsoft.

Avec cette nouvelle formule de cloud gaming, les joueurs Xbox peuvent accéder à leurs jeux en streaming sans abonnement, en échange de quelques secondes de publicité.

Le cloud gaming n'est plus vraiment une nouveauté, mais il continue de gagner du terrain.

Son principe est simple : les jeux tournent sur les serveurs de Microsoft et sont diffusés en streaming sur l'appareil du joueur.

Un PC peu puissant, une tablette, un smartphone ou même une ancienne Xbox peuvent ainsi faire tourner des jeux récents, à condition de disposer d'une bonne connexion Internet.

Jusqu'ici, cette fonctionnalité était réservée aux abonnés du Xbox Game Pass Ultimate.

Désormais, Microsoft teste une alternative gratuite auprès des membres du programme Xbox Insider.

Le fonctionnement est plutôt simple. Les joueurs peuvent lancer en streaming les jeux qu'ils possèdent déjà sur leur compte Xbox.

Avant le début de la partie, une publicité est diffusée. Ensuite, ils disposent d'une heure complète de jeu en streaming, sans interruption publicitaire.

Une fois cette heure écoulée, le streaming s'arrête, mais le joueur peut continuer sa partie en local si son appareil le permet.

Avec cette formule, Microsoft cherche surtout à rendre le cloud gaming plus accessible. Les consoles nouvelle génération restent coûteuses et tout le monde ne peut pas investir dans un nouvel équipement.

Lire la suite en cliquant sur l'image



MERCI À NOTRE COMMUNAUTÉ !

40 

**MILLIONS
DE VUES**

SUR INSTAGRAM

AU COURS DES
30 DERNIERS JOURS



UNE COMMUNAUTÉ
ENGAGÉE



UNE INFORMATION
INDÉPENDANTE



DES CONTENUS
QUI COMPTENT



MERCI POUR VOTRE
CONFIANCE

Ensemble, continuons
À FAIRE LA DIFFÉRENCE !

