

## Sept raisons de passer à Windows 7

### ✓ COMPATIBILITÉ

Alors que Vista avait connu un démarrage particulièrement lent à cause des incompatibilités des applications et des *drivers* matériel, les choses se déroulent mieux aujourd'hui. Grâce à la virtualisation, les applications ne doivent plus être écrites pour Windows 7, vous pouvez les laisser tourner dans un ancien environnement.

### ✓ ETES-VOUS CERTAIN...?

Ce phénomène irritant qui avait poussé de nombreux utilisateurs à mettre Vista au rencard a été revu en profondeur. Microsoft appelle cela l'UAC (*User Account Control*), une sécurité lors de l'installation de nouveaux programmes qui doit prévenir l'installation de programmes sans autorisation, et donc l'installation de logiciels malicieux. Cette sécurité est toujours présente, mais le réglage standard empêche que vous soyez en permanence confronté à ces demandes d'autorisation quand vous installez vous-même manuellement un logiciel. Quand un programme d'installation est lancé à la suite d'autres manipulations, ces messages restent présents. Et tant mieux: dans le cas contraire, les logiciels malicieux ont la voie libre, comme avant Vista.

### ✓ RAPIDITÉ

Windows 7 a été développé en tenant compte des PC portables légers et y est donc parfaitement adapté. Cela signifie également qu'un PC standard de quatre ans ou plus travaille encore sans difficultés avec ce système d'exploitation, voire même plus rapidement. La rapidité est sensible dès le démarrage: avec Windows 7, un PC sort de son état de veille en 3 secondes en moyenne, alors qu'il fallait 25 secondes sous Vista.

### ✓ BITLOCKER

Un des suppléments les plus intéressants aux possibilités standard de Windows est sans aucun doute Bitlocker to Go, une fonction qui permet de coder et de protéger par un mot de passe les enregistrements sur support USB.

### ✓ TRAVAIL À DOMICILE

DirectAcces a été ajouté pour les télétravailleurs. C'est la version Microsoft d'un VPN, plus facile à utiliser et avec moins de gadgets que les produits VPN courants.

### ✓ RECHERCHES APPROFONDIES

Windows 7 comprend également Federated Search, une fonction de recherche qui permet non seulement de parcourir facilement votre propre PC mais également les autres appareils qui vous y autorisent.

### ✓ STABILITÉ

L'impression générale est que cette version a fait l'objet d'un travail approfondi sur la stabilité. Le risque que votre PC plante à cause de deux applications ou outils qui ne collaborent pas est devenu plus mince.



## 2010, c'est la vérité qui rétablira la confiance

La crise économique actuelle est avant tout une crise de confiance. La société a bien compris qu'on lui a fait prendre des vessies pour des lanternes, bien loin des illusions promises. L'espoir de hausse du pouvoir d'achat est venu se diluer dans celui du pouvoir de l'argent. Certains se sont enrichis en menant leurs proches à la ruine. Ce problème de confiance, additionné à la baisse du pouvoir d'achat, commence à devenir également problématique pour les marques dont les fondements se basent sur la confiance et la promesse qu'elles font à leurs clients. Le manque de crédibilité du discours publicitaire prend de l'ampleur. Grâce à l'accès aux technologies de l'information, le consommateur s'informe des opinions des autres consommateurs, considérées comme plus crédibles. L'Internet est un outil essentiel dans la prise d'information et de décision avant un acte d'achat. Une marque qui veut réussir aujourd'hui, se doit de parler vrai, de créer des produits qui ont une valeur ajoutée évidente, et non pas des nouveautés insignifiantes conditionnées avec du baratin. Ensuite, elles doivent adapter leurs canaux de communication à ceux utilisés par le consommateur, comme l'Internet, où ces leaders d'opinion vont évangéliser la nouvelle bonne parole de la marque pour autant que celle-ci soit authentique. Car sans cette condition *sine qua non*, elle n'a plus aucune chance de sortir vivante de cette crise de confiance. Pour cela, il va falloir revenir à des messages plus simples, mais complets, démontrés et limpides. Enfin, il faudra éviter les discours de politiciens et faire ce que l'on dit en privilégiant les espaces de dialogue et d'interactions directes. Ce n'est que de cette manière que vous pourrez redonner confiance, pertinence et crédibilité aux produits et services que vous représentez. Regardez d'ailleurs la dernière campagne publicitaire de la STIB qui met en avant les photos de ses employés et pas des mannequins. ■

PIERRE MERCIER, Managing director, COMPUTER PROFILE,  
pierre@computerprofile.com  
BRUNO VAN MARSENILLE, Managing director, SIZE COMMUNICA-  
TION, bruno@sizecom.be