

Services
multimédia

La 3G et le marché du haut-débit

Les éditeurs, agrégateurs et diffuseurs de contenus - ainsi que les acteurs de la 3G et de la vidéo à haut débit - seront-ils capables de répondre aux défis de ce marché et d'en saisir les opportunités ? Les chiffres parlent d'eux-mêmes : les plus de 100 millions d'utilisateurs 3G/UMTS en 2006, devraient passer à 884 millions en 2011. A ce jour, plus de 110 réseaux UMTS/WCDMA ont été lancés dans 48 pays, et le marché des équipements WCDMA cumule plus de 350 équipements différents, déjà commercialisés ou annoncés. Avec 175 licences d'exploitation commerciales accordées sur 80 pays, le développement et l'exploitation du 3G s'annonce particulièrement prometteur pour les prochaines années.

Le défi des services multimédia

John Chambers, Président de Cisco l'a récemment affirmé : la vidéo est compliquée ! Les acteurs doivent relever un défi qui se décline en plusieurs problématiques décrites ci-après, auxquelles nous apporterons des réponses ciblées, qu'il s'agisse de l'expérience utilisateur du client, de l'interopérabilité réseau ou de problématiques spécifiques à la gestion des segments clients.

Oltre le « pré-carré » de certains opérateurs, l'expérience utilisateur du client déplore l'absence de menu de navigation simple, les délais longs de l'établissement des appels, ainsi qu'une synchronisation déficiente entre les supports cibles.

De plus, on observe un supplément d'investissements (CAPEX) pour déployer des systèmes applicatifs par utilisation cible et la nécessité d'une forte évolutivité de quelques milliers d'utilisateurs à plusieurs dizaines de millions. Une interopérabilité étendue des multiples composants réseaux, ainsi que la possibilité de migrer réseaux multimédia SIP actuels vers les réseaux SIP-IMS futurs sont également nécessaires.

Du point de vue relationnel, coté clients, ceux-ci sont contraints de faire partie du portail WAP et du menu des opérateurs pour bénéficier des services. Coté entreprises, les éditeurs disposent de peu de visibilité directe sur les données clients, compte tenu d'une gestion des clients

assurée par les opérateurs, et le chiffre d'affaires est souvent réparti en faveur de ces derniers. Enfin, les diffuseurs de contenus sont contraints de démultiplier les formats et de les stocker pour répondre de manière spécifique aux différents combinés 3G. Quelles réponses à ces problématiques et à ce défi ?

Qualité de l'expérience utilisateur du client final

Il existe de nombreuses solutions technologiques pour résoudre la plupart des problématiques liées à l'expérience utilisateur du client final. Des technologies telles qu'Unicoding® et VideoRefresh répondent aux défis de la dégradation vidéo et de la synchronisation ; la nouvelle norme ITU réduit le délai d'établissement d'appels d'une moyenne de 5-8 secondes à moins d'une seconde. D'autres problèmes, en dehors de la qualité, sont encore plus gênants et ont jusqu'à présent empêché une adoption plus importante des services. Par exemple, des recherches ont montré que chaque click réduit de 10 % ou plus le nombre de personnes qui continuent à surfer. En utilisant des portails de streaming dédiés de 64 Kbit/s et un système de menus DTMF, les clients pourraient naviguer et accéder directement à une bande d'annonce, à des infos etc. de manière rapide et facile. Par ailleurs, un environnement portail 64 Kbit/s permet aux clients d'aller directement aux sites gérés et commercialisés par des agrégateurs et diffuseurs de contenus, et non seulement aux sites dans le « pré-carré » des opérateurs.

Réseau et interopérabilité

L'interopérabilité est un impératif pour les architectures qui acheminent des séquences vidéo et autres fichiers multimédia en temps réel ou en différé. Les types de combinés et d'équipements périphériques se comptent par centaines, tout comme les systèmes de visioconférence, les centres de commutation vidéo, les serveurs proxy SIP, les serveurs applicatifs, etc. Le rôle d'une passerelle multimédia se révèle donc crucial pour les flux vidéo, compte tenu de son positionnement central et de sa capacité à



MITCH LEWIS est Vice Président Marketing & Product Management de **DILITHIUM NETWORKS**

traiter des fichiers et des types de codecs vidéo et audio différents, tout en assurant une facturation et une administration réseau précise. De plus, la passerelle multimédia doit être compatible avec le protocole SIP et permettre d'évoluer vers SIP IMS ou tout autre avatar de SIP.

La croissance exponentielle prévue du marché (20 % par mois) plaide en faveur des passerelles multimédia capables de gérer plus de 1 000 sessions d'appels vidéo en simultané dès le début 2007, avec la possibilité d'ajouter des passerelles supplémentaires pour se calibrer à 5 000 voire 10 000 sessions simultanées.

Un accès direct aux clients finaux

Une des problématiques critiques pour les acteurs du contenu est l'absence de lien direct avec le client final pour les réseaux mobiles et 3G compte tenu de l'omniprésence des opérateurs et de leurs portails WAP et web. Avec les numéros SMS surtaxés, les clients sont en contact direct avec les éditeurs et agrégateurs de contenus qui gèrent ces numéros, assurent une facturation directe et s'octroient une proportion plus importante du chiffre d'affaires généré. D'autre part, ces portails directs à 64 Kbit/s permettent une meilleure synchronisation des sites mobiles et Internet, assurant ainsi une expérience utilisateur cohérente et évitant le poids d'une adaptation aux portails WAP des opérateurs.

Un autre avantage immédiat pour les acteurs du contenu : les économies de coûts de stockage engendrées par les passerelles multimédia qui utilisent la norme Unicoding® peuvent représenter jusqu'à 35 % du coût total de stockage.

Par Mitch Lewis