

L'INTERVISTA - Mitch Lewis, Dilithium



Dilithium, il video sul cellulare

La società propone soluzioni e servizi a un mercato in costante e rapida crescita. Ecco cosa ci aspetta



I servizi video nella telefonia mobile stanno crescendo di importanza. Nonostante l'apparente scarso successo delle videochiamate, almeno in Italia, l'utilizzo di immagini in movimento sta aumentando impetuosamente. Ne abbiamo parlato a Barcellona con Mitch Lewis, Vice President della business unit Service Providers e del marketing corporate di Dilithium Networks.

Come vedete il mercato video? Continuerà a crescere così velocemente?

Lo scorso anno abbiamo visto il video raddoppiare, anche grazie all'enorme crescita del numero di utenti 3G. Penso che ci sia comunque un grande mercato anche per le reti non 3G, con telefoni GPRS ed EDGE. In questo ambito abbiamo tecnologie che consentono mail con video e voce che possono essere utilizzate anche per la pubblicità. E poi bisogna tenere conto dell'altro grande mercato che è Internet.

[Leggi tutto...](#)

Title: Dilithium, il video sul cellulare

L'INTERVISTA - Mitch Lewis, Dilithium

Dilithium, il video sul cellulare

La società propone soluzioni e servizi a un mercato in costante e rapida crescita. Ecco cosa ci aspetta

I servizi video nella telefonia mobile stanno crescendo di importanza. Nonostante l'apparente scarso successo delle videochiamate, almeno in Italia, l'utilizzo di immagini in

movimento sta aumentando impetuosamente. Ne abbiamo parlato a Barcellona con Mitch

Lewis, Vice President della business unit Service Providers e del marketing corporate di Dilithium Networks.

Come vedete il mercato video? Continuerà a crescere così velocemente?

Lo scorso anno abbiamo visto il video raddoppiare, anche grazie all'enorme crescita del numero di utenti 3G. Penso che ci sia comunque un grande mercato anche per le reti non

3G, con telefoni GPRS ed EDGE. In questo ambito abbiamo tecnologie che consentono mail con video e voce che possono essere utilizzate anche per la pubblicità. E poi bisogna

tenere conto dell'altro grande mercato che è Internet.

Come Dilithium Networks proponiamo un sistema di social networking per i siti web che consente di eseguire le videochiamate. Penso quindi che il 2008 ci farà vedere un altro grande salto rispetto al 2007, con numerosi nuovi servizi e terminali a supportare questo mercato.

Vedete maggiori opportunità nel mercato consumer o in quello professionale?

Ci sono buone opportunità in entrambi i mercati. Sul fronte consumer vediamo spazi per il video blogging e per le suonerie video, che avranno secondo noi lo stesso impatto che le suonerie audio hanno avuto qualche anno fa. Sul fronte aziendale cresceranno invece i call center con servizi in video. Penso, per esempio, ad applicazioni in ambienti bancari.

Lavorate di più sul video in tempo reale o su contenuti registrati?

Direi su entrambi. Sviluppiamo sistemi per il video da individuo a individuo o da macchina a individuo, quindi non solo per videochiamate tra persone, ma anche per i blog video. A guidare il video non è più solo la mobile TV, dove in telefonia non esiste il concetto di decine di canali diversi, ma solo pochi canali selezionati dall'operatore. Quest'ultimo ha ora la necessità di monetizzare e capitalizzare. Per farlo ci sono diverse strategie. Per esempio, in mercati dove il prezzo delle videochiamate è stato portato a livello di quello delle chiamate vocali, come in Sud Africa e in Francia, il tasso di utilizzo e i profitti sono immediatamente aumentati.

Per voi è più facile lavorare su pochi grandi progetti o su numerose iniziative più limitate?

I nostri progetti tendono a essere più piccoli che in passato, perché i gateway video fanno parte di un'applicazione, e i progetti tendono a essere molto complessi e a portare grande innovazione. Così è meglio partire piccoli e poi crescere. E' una tendenza ormai seguita anche dagli operatori.

Che cosa ci aspetta in futuro?

Un cambiamento fondamentale sarà quello legato all'adozione degli IMS (IP Multimedia System). Consentendo la coesistenza di reti IP e di reti proprietarie porteranno a una semplificazione dell'architettura di rete e consentiranno di offrire più facilmente nuovi servizi.

La larghezza di banda è una limitazione?

Con tutti i grandi network che ormai sfruttano la tecnologia 3G non penso che la larghezza di banda sia più un problema. Le statistiche dicono che dal 25 al 30% degli utenti utilizza video per 5-10 minuti al mese. C'è grande spazio per la crescita.

Come è strutturata la presenza di Dilithium Networks a livello europeo?

Il nostro quartiere generale si trova a Londra, dove abbiamo i servizi di supporto e la struttura dedicata alle vendite, e poi abbiamo uffici in Germania, Francia, Italia, Polonia nel medio oriente, a Dubai. La maggior parte dell'Europa occidentale è quindi coperta a partire da questi mercati.

Qual è il mercato più grande per voi, in Europa?

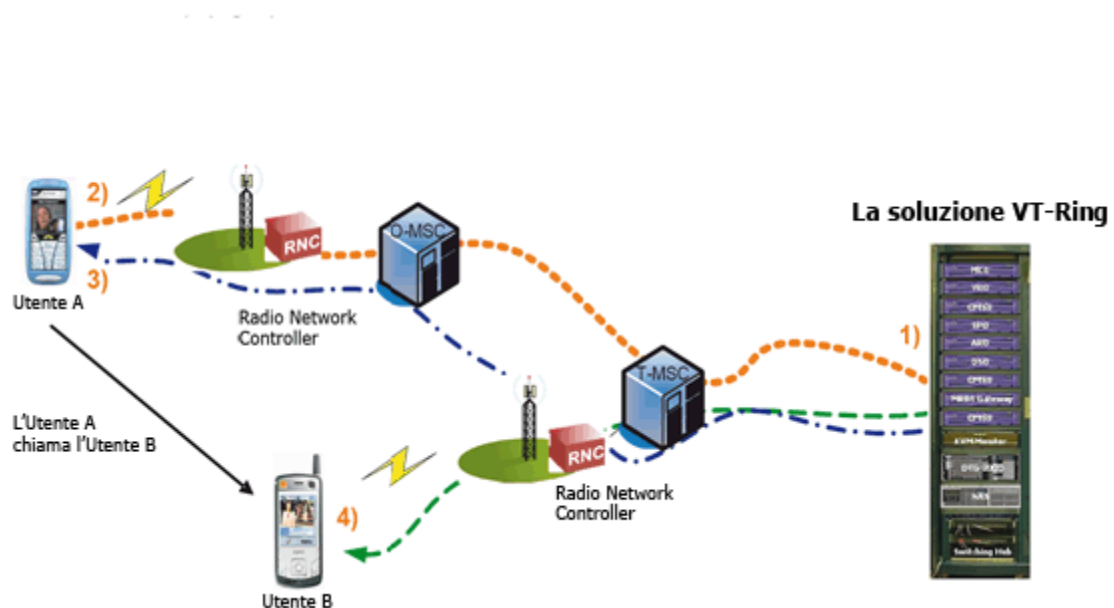
In realtà è difficile dirlo, perché siamo ugualmente forti in Germania, Francia, Regno Unito:

nessuno di questi è molto più grande degli altri. L'Europa dell'Est è invece un grande mercato emergente, così come la Russia.

La maggior parte del vostro fatturato è realizzata tramite operatori o attraverso ISP?

Oggi le due realtà si equivalgono, mentre fino a un paio di anni fa circa l'80 per cento derivava dagli operatori. Oggi abbiamo sei o sette filiali Vodafone tra i nostri clienti e abbiamo un numero elevatissimo di ISP. Questi ultimi si rivelano spesso molto più veloci nel deployment di nuovi progetti.

www.dilithiumnetworks.com



La sequenza di una chiamata basata su VT-Ring

- 1) L'utente A si abbona al servizio Video Ringback
- 2) L'utente A chiama l'utente B
- 3) Durante la fase di preparazione della chiamata, l'utente A riceve un videoclip selezionato dall'utente B
- 4) La chiamata viene stabilita e il videoclip si ferma

Con la soluzione VT-Ring di Dilithium Networks si possono offrire servizi chiamati "video ringback". Nel grafico qui sopra si vede come funzionano

Chi è Mitch Lewis

Mitch Lewis è Vicepresidente Senior di Dilithium Networks, dove è responsabile del marketing aziendale e della business unit Service Providers. Lewis ha più di 25 anni di esperienza nelle vendite, nel marketing e nella gestione all'interno di società di servizi di telecomunicazioni. Prima di approdare in Dilithium Networks, Lewis è stato Country Manager e Presidente di Ericsson Indonesia. Nel gruppo Ericsson ha lavorato per quasi 15 anni, occupandosi ad alto livello di vendite e marketing. Tra gli altri incarichi, Lewis ha avuto la responsabilità delle attività di comunicazione dati e network a banda larga della struttura Wireline di Ericsson a Kuala Lumpur, in Malesia, e per tre anni, dal 1999 al 2002, è stato Direttore Generale e responsabile del marketing della business unit Systems di Ericsson, a Stoccolma. In precedenza, Lewis ha lavorato per la statunitense Pacific Bell (ora SBC) a Los Angeles.