

Alan Chan (Tata Communications) : « Nous sommes le géant du milieu »

« La donnée est le prochain moteur économique de l'industrie du mobile pour les 5 à 7 prochaines années », lance **Alan Chan**, vice-président exécutif *Global Carrier Solutions* chez Tata communications, rencontré à l'occasion du Global Media and Analyst Summit (GMAS) de Dubaï, le 21 mars dernier. Et d'illustrer son propos avec le nombre d'applications mobiles téléchargées (25 milliards pour Apple, 1 milliard par mois pour Android...) ou encore de l'usage de la vidéo qui compose désormais 50 % du trafic mobile aujourd'hui et 67 % attendus en 2015.

Selon des chiffres issus de Cisco, les opérateurs « subissent » une croissance de 345 % par an de la consommation de données. « Cela signifie que le 'toujours plus, de n'importe où et immédiatement' est la nouvelle normalité, avance le responsable. Du coup, les réseaux 3G et 4G ne suffiront pas à soutenir la demande. » Selon lui, le modèle de l'offre mobile doit donc changer.

Quel modèle pour les opérateurs mobiles ?

Mais quel modèle pourrait permettre aux opérateurs d'assurer leurs retours sur investissement, de coexister avec les fournisseurs de services et contenus (les *Over The Top* ou acteurs qui se placent au-dessus des infrastructures de communication en les exploitant sans contrepartie) et dégager des marges alors qu'ils ne sont plus les interlocuteurs privilégiés de leurs clients ? « Ils doivent changer le jeu en se tournant vers plus de services basés sur la bande passante, estime le porte-parole de Tata Communications. Ce qui permettra de facturer les services selon leur niveau d'accès. Cela signifie obtenir les bonnes données, avec un bon délai, au bon endroit, au bon moment et au prix adéquat. »

Autrement dit, monétiser leur réseau à la hauteur des services qu'il peut apporter. Pour voir telle vidéo sur YouTube dans de bonnes conditions de chez soi comme en déplacement, il faudra donc faire payer. Comment ? « En garantissant la qualité, estime Alan Chan. Or, pour cela, il faut s'assurer de la bonne dimension du réseau de transport où que soit le consommateur. Car vous concevriez difficilement de ne pas avoir le même service quand vous voyagez que celui que vous avez à la maison. »

Un modèle économique flexible

C'est évidemment là que Tata Communications entend intervenir. « Nous sommes le géant silencieux du milieu », lance le responsable. Une formule dont il attribue la paternité à un intervenant du Mobile World Congress. Une image que l'on comprend mieux quand on sait que l'entreprise est la première du marché sur le transport de la voix (et 6 % du trafic Internet), dispose des plus longs câbles de communication sous-marins reliant plus de 200 pays dans le monde (20 % des routes Internet), propose des services MPLS dans plus de 60 territoires, dispose de 42 *datacenters*, et sert pas moins de 1600 opérateurs dans le monde.

« Nous prenons tous ces actifs, exploitons notre position, et appliquons beaucoup de nos innovations pour construire un modèle économique flexible pour répondre à toute la problématique des opérateurs mobiles », résume Alan Chan. Une vision qui se traduit à travers la solution IPX+ de l'entreprise présentée fin

2011. IPX+ se présente comme un *framework* de gestion du réseau à travers les services distribués. La solution entend même fournir plusieurs services par canal, que ce soit du transit IP, du VPN, ou autre.

Une question de temps

« À travers IPX+ nous apportons la connectivité pour de nombreux membres de l'écosystème : des très petits opérateurs avec différents degrés de technologie et services à ceux qui veulent échanger plusieurs services, et la connectivité aux fournisseurs de contenus et d'applications. » Une solution qui entend évoluer pour répondre aux changements induits par les applications Internet riches et à la demande d'immédiateté des données qui vont se concentrer sur la vidéo, le temps réel, le multi-utilisateur.

Il n'en reste pas moins que le modèle dépend du consommateur. Celui-ci est-il prêt à payer plus aujourd'hui ? « Le modèle de la distribution à la demande par la qualité finira par s'imposer face au développement des réseaux CDN de plus en plus partie prenante des réseaux des opérateurs mobiles, la consommation de média, entend Alan Chan pour qui ce n'est qu'une question de temps, et nous sommes là pour y répondre. » Wait and see.