

Flopée d'innovations chez Nokia Siemens Networks

Renforcement de l'offre qualité, nouvelle solution de diffusion de contenus, augmentation des capacités réseau, simplification des opérations... De nombreuses annonces ont animé l'actualité chez Nokia Siemens Networks (NSN) depuis le Mobile World Congress 2013. Nous avons eu récemment l'occasion de faire un point à leur sujet avec **Olivier de Percin**, vice-président de la branche française de l'équipementier télécoms.

Optimiser les flux vidéo

Commençons par Flexi Content Optimizer. Il s'agit d'un boîtier qui, installé au cœur de l'infrastructure de l'opérateur, réduit «*□intelligemment□*» le taux d'occupation du réseau afin d'en économiser les ressources. Précisément, le système se charge d'adapter le flux vidéo (principalement) aux besoins du client final en fonction de la taille de son écran.

« *On introduit la connaissance du terminal »*, indique Olivier de Percin. Une technologie qui serait plus efficace que l'*adaptive bit rate* des fournisseurs de contenus et services en ligne (OTT). Selon notre interlocuteur, Flexi Content Optimizer augmente de 50% la capacité sur la cellule et devrait baisser de 25% la charge réseau.

Flexi Content Optimizer s'ajoute ainsi à [Liquid Applications](#) (qui vient de remporter un prix au CTIA Wireless 2013), solution de stockage et traitement applicatif au plus près de l'utilisateur présentée au Mobile World Congress 2013, dans la construction de l'offre Liquid Broadband qui vise à « *aider l'opérateur à capter de la valeur »*. Et, bien sûr, satisfaire l'utilisateur final.

Renforcer l'expérience client

Dans ce cadre, il s'avère que, étude à l'appui*, 47% des usagers dans le monde attendent une excellente qualité des services et seraient prêts à payer un peu plus pour cela. « *Prendre la qualité en compte plus qu'auparavant conduit à la loyauté »*, assure Olivier de Percin. Fournir des services de qualité revient donc, pour l'opérateur, à s'assurer de la fidélité de ses abonnés. Une donnée stratégique face à la volatilité toujours plus grande des utilisateurs.

Satisfaire le client passe aussi par la capacité à répondre à ses besoins. Le plus vite possible dans l'idéal. C'est l'objet des nouveaux modules de la plate-forme Customer Experience Management (CEM), une boîte à outils qui permet à l'opérateur de mettre en œuvre le suivi du parcours de l'utilisateur final.

Avec CEM on Demand, « *on corrèle l'expérience client avec le business de l'opérateur »*, explique notre interlocuteur. Concrètement, la solution permet de corriger une offre de capacité en fonction de la demande (grâce à l'architecture [Liquid Radio](#)), avoir une vision claire des incidents de réseau, assurer la bonne couverture, etc. Et cela « *en quasi temps réel »*, assure le responsable. Comptez quelques

paires de minutes entre l'analyse du trafic et la reconfiguration du réseau pour répondre aux besoins des utilisateurs les plus rentables.

Aux dires de notre interlocuteur, « *nos clients qui adoptent CEM on Demand en demandent toujours plus car ils voient la valeur apportée* ». Après la technique réseau et le support client, la demande se tournerait de plus en plus vers les besoins marketing en temps réel. Telkomsel Indonesia, Zain Kuwait ou encore Bharti Airtel ont adopté la solution (parmi ceux que NSN peut citer).

Améliorer les capacités réseaux

Nokia Siemens s'attache aussi à améliorer la capacité des réseaux de ces clients. Une démarche qui passe par l'offre technologique Liquid Radio ainsi que par le déchargement du trafic sur les micro cellules (*small/femto cell*) et autres bornes wifi.

Liquid Radio vise à baisser la signalisation émise par les terminaux mobiles afin d'alléger l'occupation du réseau et réduire la consommation énergétique des téléphones. Comment ? En fournissant des fonctionnalités spécifiques au réseau que les constructeurs implémentent dans leurs terminaux et valident, auprès des opérateurs, depuis les « *smart labs* » que l'équipementier met à leur disposition.

Le wifi au service du réseau mobile

Sur l'infrastructure en elle-même, NSN a, d'une part, enrichi son offre small cell avec une nouvelle femto compatible HSPA+ (H+) et LTE, et, d'autre part, veut « *apporter aux opérateurs les avantages du wifi dans leurs réseaux mobiles* ». Ce qui passe par la capacité de rediriger le trafic sur les bornes mobiles (les stations de base) ou les bornes wifi en fonction des besoins.

Une capacité gérée via la norme ANDSF (Access Network Discovery and Selection Fonction) du 3GPP (l'association en charge du développement des réseaux mobiles). Mais NSN entend aller au-delà du standard. « *On le propose en dynamique* », indique Olivier de Percin. Afin, donc, de gérer automatiquement le signal.

A cela s'ajoute les applications que l'équipementier propose sur les plates-formes Android et iOS afin de rendre compatibles les smartphones avec la norme ANDSF, le temps que cette dernière devienne standard.

L'équipementier a également intégré le protocole ANQP (Access Network Query Protocol) et la norme Wifi Hotspot 2.0. Ainsi, « *on permet à l'opérateur d'accéder à la ressource wifi comme pour son réseau mobile, avec une qualité opérateur en temps réel, automatique ou pas* ».

Simplifier les opérations

Enfin, deux annonces vont dans le sens de la simplification des opérations. D'une part, l'iSON (intelligent Self Organizing Networks), la technologie d'auto-configuration de la station de base et d'auto réparation est désormais applicable aux réseaux 3G. Elle était, jusqu'à présent, dédiée aux réseaux 4G/LTE.

D'autre part, Nokia Siemens a signé un protocole d'accord (MoU pour *memorandum of understanding*) avec Ericsson et Huawei pour renforcer l'interopérabilité des systèmes opérationnels des opérateurs (OSSii pour *Operations Support Systems interoperability initiative*). Il s'agit d'une « initiative conjointe de partage d'interface pour faciliter l'intégration multiconstructeur afin d'améliorer le confort d'exploitation pour l'opérateur ».

L'idée étant que ce dernier puisse piloter l'ensemble de son infrastructure mobile depuis une seule et unique interface. Accentuant ainsi l'impact sur la qualité et, donc, l'efficacité pour l'utilisateur final. « Cela fait avancer l'industrie et ouvre la compétition », estime Olivier de Percin. Si Alcatel-Lucent et ZTE n'ont pas donné signe de vie, l'initiative est ouverte à tous les acteurs.

La bonne stratégie

A travers la réponse aux besoins de ses clients, ces innovations visent évidemment à permettre à NSN de renforcer sa position sur le marché. Et, en la matière, l'entreprise germano-finlandaise tire plutôt bien son épingle d'un jeu hyper concurrentiel.

Nokia Siemens a ainsi affiché une hausse de 7% de son résultat opérationnel (non IFRS) au premier trimestre contre un recul de 5% un an plus tôt. « Le 6e trimestre consécutif qui dégage de la trésorerie, indique Olivier de Percin. Cela montre que la stratégie mobile broadband est la bonne et, surtout, elle est exécutée. »

Nokia Siemens Networks est notamment crédité de 20% de part de marché sur la 4G (par le cabinet Dell'Oro) avec 80 contrats signés ce jour.

* « 2013 Acquisition & Retention Study Repor from Nokia Siemens Networks » réalisée mi-2012 à partir de 8 700 entretiens de consommateurs dans plusieurs marchés (Danemark, Corée du Sud, Japon, Rpyaume-Uni et Etats-Unis, Brésil, Colombie, Russie et Inde).

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – Le vocabulaire des télécoms](#)