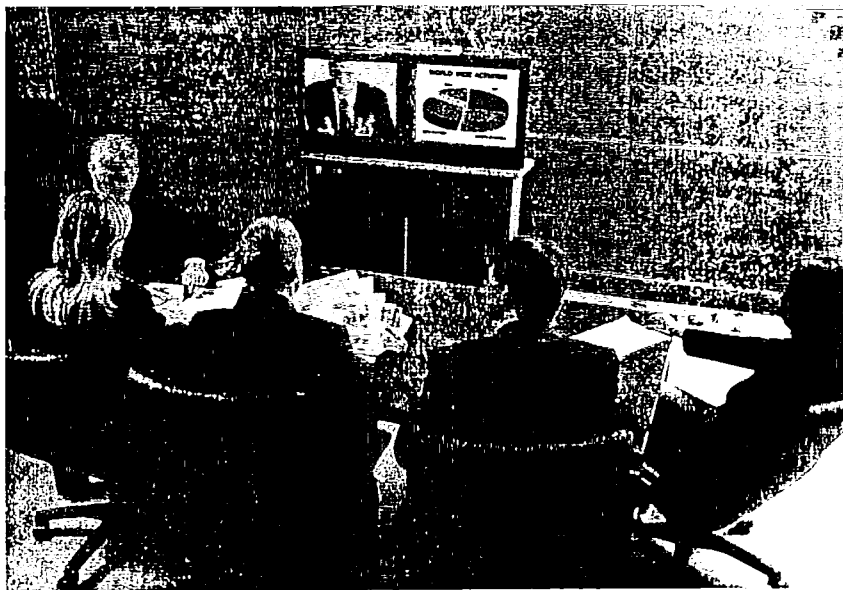


DATA:	5 Settembre 2005
TESTATA:	CRN - La rivista dei Rivenditori di Information Technology
AUTORE:	Lorenza Peschiera
TITOLO:	Inchiesta: Comunicare e fare Business in videoconferenza

## COMUNICARE E FARE BUSINESS IN VIDEOCONFERENZA

5 SETTEMBRE 2005

Il mercato delle tecnologie collaborative (videoconferenza, audioconferenza e Web conferenza), secondo diverse società di analisi, sta avviandosi verso la maturità. La diminuzione del costo della banda larga e delle tecnologie, accanto all'aumento della qualità dei sistemi utilizzabili, renderanno la videoconferenza uno strumento sempre più apprezzato dalle aziende, anche dalle Pmi, alla ricerca di soluzioni alternative di incontro in grado di favorire un risparmio di tempo e di costi. Per il canale, in questo caso i Var, un possibile business incrementale



### Hanno partecipato:

Aethra

Cisco Systems

Feedback Italia

Genesys Conferencing

Nortel

Tandberg

**R**ealizzare conferenze multimediali che integrano possibilità audio, Web e video e consentono incontri virtuali destinati a diventare vere e proprie sessioni di lavoro sempre più complete, in cui gli interlocutori possono incontrarsi faccia a faccia senza doversi muovere dal luogo in cui si trovano, risparmiando sui costi per gli spostamenti, in tutta affidabilità e sicurezza personale dei dati... Sono queste le esigenze delle aziende in termini di videoconferenza, una modalità di comunicazione che, come ha evidenziato Roberto Polli, Direttore Generale di Assolombarda nel corso del convegno dal titolo "Audio e video conferenze - Servizi alla portata di tutte le aziende" organizzato a Milano dall'Anit (Associazione

nazionale utenti italiani di telecomunicazioni), diventerà sempre più strategica in un mondo in cui vince chi è più veloce e ha maggiori capacità di adattamento.

Secondo il Tia (Telecommunications industry association) report market statistics on collaborative technology market 2005, le tecnologie collaborative (videoconferenza, Web conferenza e audioconferenza) sono uno dei segmenti a più rapida crescita nel settore delle telecomunicazioni. Stando al report, nel 2003 il mercato ha raggiunto, a livello mondiale, i 4,6 miliardi di dollari in aumento del 23% sull'anno precedente e nel 2007 la cifra toccherà i 7,5 miliardi di dollari, con una crescita annuale del 13%.

Fenomeni come la decentralizzazione delle imprese accanto all'esigenza di risparmiare e ridurre il numero dei viaggi sono indicati come i principali elementi che inducono le aziende a trovare alternative al meeting dal vivo, mentre le tecnologie collaborative stanno diventando sempre più accessibili, dal momento che i costi si stanno riducendo, in particolare per la videoconferenza. Il graduale declino dei prezzi è confermato anche dal Wainhouse Research, secondo cui saranno sempre più diffuse tecnologie più economiche, mentre le spese legate ai sistemi di aula di videoconferenza saliranno dai 530 milioni di dollari nel 2003 a 1 miliardo di dollari nel 2004. Riguardo all'Europa e all'Italia, come ldo sul periodo 2000-

2005, che paragonano i tradizionali sistemi alle nuove tecnologie, individuano una crescita notevole dei sistemi di videocomunicazione. A fine 2005, i ricavi relativi alla voce videoconferenza set-top-box saranno, nell'Europa Occidentale, di 408,5 milioni di dollari, dai 330,5 del 2004 mentre il segmento videocomunicazione desktop raggiungerà entro dicembre di quest'anno i 224,4 milioni di dollari dai 185,1 del 2004. In Italia questo ambito toccherà i 20,1 milioni di dollari a fine 2005, rispetto ai 16,6 dell'anno precedente. Per Francesco Sacco, Docente dell'Università Bocconi e dell'Università dell'Insubria, la diminuzione del costo della banda larga e l'aumento della qualità dei sistemi utilizzati, come rilevano studi Anuit

hanno determinato nel nostro Paese un aumento dell'interesse per la videoconferenza. Con la crescita dell'urbanizzazione e del lavoro fuori sede, anche in Italia questa modalità comunicativa sarà sempre più usata.

#### INCONTRARE I CLIENTI IN VIDEOCONFERENZA

La videoconferenza ibrida, che abbina videoconferenza tradizionale, comunicazione online e informazioni sul Web, secondo Sacco, potrebbe diventare particolarmente strategica per il canale. Cliccando su un'icona del sito di un'azienda si potrà comunicare con un commerciale o con qualche altro esperto, in tempo reale, vedendolo sul video. Potrebbe diventare consuetudine il prendere appuntamenti virtuali con i clienti, per discutere di prodotti, soluzioni e vendite senza spostarsi dalla propria sede, con un risparmio di tempo e di costi.

Ma Sergio Antocicco, Presidente Anuit, ha rilevato che esistono ancora resistenze nell'uso di questi strumenti in ambito vendite. "È necessario che sistemi di questo tipo siano resi facili da usare", ha spiegato. "Altrimenti gli utenti si scoraggiano e preferiscono tornare ai sistemi tradizionali".

#### UNO STRUMENTO UTILE ANCHE PER LA PMI

Secondo Polli di Assolombarda, la videoconferenza sarà sempre più usata non solo dalle grandi imprese, ma anche dalle Pmi.

"Oggi le Pmi hanno sempre più bisogno di accedere ai nuovi strumenti di comunicazione come le grandi aziende", ha confermato Gianluca Ferrè, Business Development Manager Ip Communications di Cisco Systems Italy. "La videoconferenza è una straordinaria opportunità per rendere più efficace il proprio business. Gli strumenti di comunicazione più innovativa possono essere adottati costruendo un'architettura convergente basata su di un'infrastruttura Ip, capace di ridurre i costi e incrementare la produttività. Un tempo la videoconfe-

renza era possibile solo grazie a soluzioni commutate quali l'ISDN, che richiedevano architetture e dispositivi dedicati al servizio, avevano costi di chiamata da sostenere durante la connessione ed erano disponibili alle aziende di dimensioni e risorse più ingenti. Attualmente, è possibile parlare di videoconferenza a 360 gradi, in quanto le architetture e i dispositivi non sono più relegati a una sola funzione, ma integrati ai sistemi di comunicazione che quotidianamente usiamo nella vita lavorativa e sono basati sul protocollo di internet".



Gianluca Ferrè, Business Development Manager Ip Communications Cisco Systems Italy

Per conoscere meglio le soluzioni di videoconferenza destinate alle Pmi ci siamo rivolti ad Aethra, Cisco Systems, Feedback Italia, Genesys Conferencing, Nortel e Tandberg, aziende intervenute durante il convegno organizzato da Anuit, che hanno descritto anche le loro strategie di canale.

#### SOLUZIONI PER TUTTI I GUSTI

"L'offerta di Aethra - afferma Marco Viezzoli, Amministratore Delegato della società - comprende sistemi rollabout adatti per grandi sale e ampi gruppi di persone; prodotti set top box, apparati che, abbinati a un monitor, consentono la videoconferenza di gruppi medio-piccoli di persone; soluzioni personal che includono i video-telefoni.

Vega Star Silver E è il tool di interazione globale che pronuncia-

mo alle piccole e medie imprese; e un sistema all-in-one aggiornabile, la cui architettura semplice e flessibile ne facilita la riconfigurazione e permette di scegliere, in modo personale, le funzionalità ritenute più importanti per le proprie esigenze di videoconferenza. Dal controllo dei processi produttivi alla cooperazione lavorativa, dalle consulenze aziendali alla formazione in azienda, la soluzione consente di ottimizzare i principali processi operativi e strategici in ambito business".

"Le soluzioni della famiglia Cisco CallManager - dice Ferrè di Cisco Systems - sono state pensate per permettere alle aziende di comunicare su Ip e supportare la crescita sia delle sedi principali sia degli uffici medio-piccoli e delle filiali. L'adozione delle tecnologie di Ip Communications ha reso la videoconferenza a portata delle Pmi. Dal concetto di videoconferenza è possibile approdare a quello di videotelefonata, che non esclude ma integra il precedente. Cisco CallManager è in grado di gestire i terminali di videoconferenza allo stesso modo e con le stesse funzionalità dei telefoni Ip audio e video, nel medesimo piano di numerazione aziendale. Non è più necessaria la realizzazione di un'architettura dedicata alla comunicazione video, con i relativi costi di gestione e manutenzione, ma tutti gli investimenti possono convergere verso un'unica architettura integrata di comunicazione. I costi per accedere a questo servizio sono incrementali rispetto all'adozione della telefonia Ip e programmabili in modo scalabile e in linea con le progressive esigenze delle imprese. Un elemento non trascurabile della videoconferenza basata su infrastruttura Ip è la possibilità di utilizzare come terminale il telefono senza la necessità di disporre di una sala di videoconferenza e di apparecchiature dedicate. Le Pmi possono, infatti, accedere alla videoconferenza attraverso i classici Ip Phones, in grado di adoperare le risorse (monitor, webcam) del pc a fianco (Cisco Video Telephony Advantage). In



Marco Viezzoli, Amministratore Delegato Aethra

questo modo l'accesso alla videoconferenza è semplice ed è possibile usare tutte le funzionalità telefoniche cui siamo abituati: estendere la videoconferenza a ulteriori partecipanti, trasferire la comunicazione da un dispositivo a un altro, o mettere un partecipante in attesa per poi riprenderlo in un momento successivo. Perché tutto questo sia possibile è necessario che l'architettura di rete Ip (che per analogia corrisponde allo chassis del vecchio centralino) sia intelligente, affidabile e sicura, e garantisca in modo autonomo e trasparente le funzionalità adatte a supportare un servizio di comunicazione evoluto. Terminali audio/video, dispositivi di controllo delle chiamate, applicazioni convergenti e rete Ip sono infatti elementi strettamente correlati e interdipendenti.

Le soluzioni Cisco Call Manager Express e Cisco Unity Express, commercializzate tramite canale, sono molto adatte alle



Claudia Ambrosiani, Responsabile Marketing e Comunicazione Feedback Interactive Systems Italia

Pmi, integrate nelle piattaforme router di accesso (Cisco ISR, Integrated Services Router), offrono funzionalità di centralino Ip messaggistica e risposta automatica e sono pensate per aziende con meno di 100 impiegati".

"Feedback Italia ha sviluppato la suite software FeedbackIVC per videoconferenza in termini di audio, video e dati, con una buona qualità audiovisiva a partire da 100 kbit di banda disponibile", spiega Claudia Ambrosiani, Responsabile Marketing e comunicazione di Feedback Interactive Systems Italia. "Il sistema permette di utilizzare dispositivi audio-video già presenti sul proprio pc o comunque di basso costo e facile reperibilità, quali webcam, microfoni e cuffiette, o telecamere professionali e altre attrezzature. La suite FeedbackIVC funziona con meccanismo multicanale su qualsiasi tipo di canale Ip, e quindi su fibra ottica, Adsl, internet, piuttosto che su satellite bidirezionale, reti wireless o tecnologia Umts.

L'obiettivo di Easymeeting, modulo principale della suite, è di permettere la realizzazione di riunioni virtuali dalla propria scrivania, con la possibilità di invitare da 2 a 300 persone che si possono alternare negli 8 canali full-duplex tramite un semplice meccanismo di prenotazione. Easymeeting utilizza un ambiente Ms Windows, tutta l'interfaccia è stata sviluppata per consentire l'uso anche a quanti non hanno molta dimestichezza con la tecnologia: punto di forza dell'applicativo è la possibilità per gli utenti di scambiare ogni tipo di file (dati, documenti, immagini, filmati), commentarlo e modificarlo in tempo reale in modalità collaborativa. La suite software è pensata per supportare tutte le esigenze della business communication: formazione e aggiornamento professionale, meeting a distanza, data casting, comunicazione sul punto vendita, eventi multi-sito, business television, distance customer care. Easymeeting è usata in diversi ambiti: dalla comunicazione medicale a quella bancaria dal-

l'amministrazione pubblica, alla scuola, ai circuiti di Formula 1. È possibile utilizzare la soluzione per realizzare eventi multi-sito di una o più sessioni, adibendo location ad hoc o sfruttando siti alberghieri sparsi sul territorio nazionale già muniti del sistema".

"Come società dedicata esclusivamente ai servizi di conferenze call, Genesys è da sempre molto attenta all'innovazione e alla ricerca di soluzioni per migliorare la comunicazione virtuale", dichiara Paolo Delgrossi, General Manager Genesys Conferencing. "Oggi la soluzione che sta riscontrando più successo è il Genesys Meeting Center, piattaforma multimediale per conferenze call audio/Web e video; questo servizio permette di indire riunioni virtuali senza la costrizione di dover essere in un determinato luogo a un'ora stabilita e senza dover acquistare apparecchi dedicati, pur consentendo ai partecipanti di parlarsi, scambiare file, vedersi, registrare la riunione per eventuali assenti, sottoporre quiz, questionari o votazioni e quant'altro si vorrebbe fare in una vera riunione, senza dover sopportarne i relativi costi di viaggio".

"La soluzione di videoconferenza che Nortel propone è molto adatta alle Pmi perché non consiste in un sistema separato, dedicato a questa funzione, non



Paolo Delgrossi, General Manager Genesys Conferencing

richiede investimenti specifici e non implica problemi legati a una gestione e manutenzione differenziata", precisa Dario Zerbi, Enterprise Distributor Manager Nortel. "La soluzione di videoconferenza di Nortel è integrata nella piattaforma per la comunicazione multimediale MCS 5100 (Multimedia Communication Server), che è basata sullo standard Sip e supporta la collaborazione a distanza in tutti i suoi aspetti. L'applicazione di videoconferenza inclusa nella piattaforma Mcs 5100 consente di usare una comune postazione pc fissa o mobile, dotata di un qualunque dispositivo di telecamera commerciale e offre un servizio pratico e flessibile grazie a una interfaccia grafica semplice e intuitiva e all'abbinamento della videoconferenza con le altre applica-

zioni. Mcs 5100 potenzia il servizio di videoconferenza grazie all'uso contemporaneo delle applicazioni collaborative a valore aggiunto. Per la gestione degli interlocutori è disponibile l'applicazione di Presence Management, che informa su chi è collegato e disponibile alla comunicazione in ciascun istante; si possono usare le applicazioni di instant messaging, di condivisione online di file, documenti e presentazioni e si può fare Web-push e co-browsing, oltre alle normali funzioni di comunicazione telefonica e teleconferenza o di e-mail".

"La tecnologia Tandberg è usata in organizzazioni di diverso tipo ed è applicata in molti modi innovativi", puntualizza Ivano Zanni, Southern Europe Regional Manager di Tandberg. "L'impegno di Tandberg verso gli standard di settore consente di integrare la soluzione video con gli esistenti ambienti voce e dati. Grazie alla nuova soluzione Tandberg Expressway è possibile comunicare visivamente con fornitori, clienti e quanti svolgono il lavoro a distanza mediante firewall multipli senza compromettere funzioni e funzionalità. La soluzione firewall traversal Tandberg è facile da installare e garantisce un piano di numerazione scalabile per comunicazioni Ip end-to-end. Utilizzando la composizione numerica Uri, questa tec-

nologia permette alle aziende di comunicare visivamente nonostante i diversi piani di numerazione di proprietà locali. Tandberg Expressway semplifica anche l'installazione di video Ip nell'home office. È sufficiente collegare un endpoint Tandberg Mxp a un modem Dsl o via cavo e il sistema entra subito a far parte del piano di numerazione aziendale".

#### UN BUSINESS STRATEGICO PER IL CANALE

La vendita di soluzioni per videoconferenza può essere strategica per gli operatori di cana-



Ivano Zanni, Southern Europe Regional Manager Tandberg

le, anche per quanti si rivolgono al mercato Pmi, che stanno sempre più dimostrando interesse per l'argomento. Indispensabile, però, è sviluppare nei rivenditori una adeguata cultura tecnica e commerciale sui prodotti per soddisfare al meglio le esigenze dei clienti, magari supportata da programmi incentivanti.

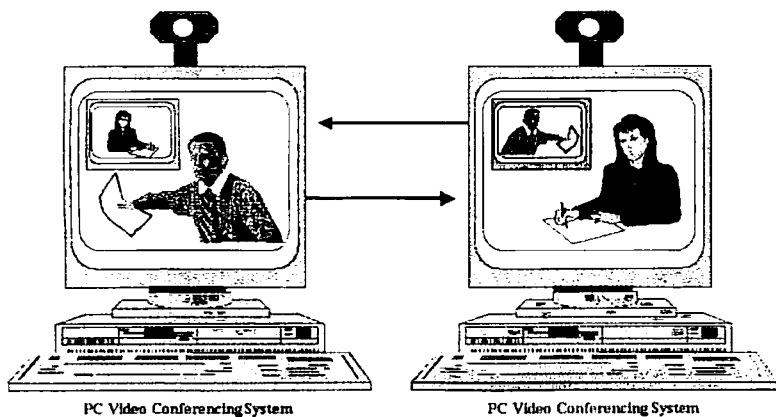
"Affinché il canale sia pronto a proporre efficacemente le nostre soluzioni presso gli utenti finali e il mercato delle Pmi possa recepire nel miglior modo questa tecnologia, è importante che i nostri partner diano prova di avere acquisito buona dimestichezza con la tecnologia Ip Communications in tutti i suoi aspetti", afferma Ferrè di Cisco Systems. "Per questo abbiamo predisposto programmi di specializzazione e certificazione per qualificare le aziende che più sanno porsi sul mercato formando adeguatamente le pro-

prie persone tecniche e commerciali. La natura aperta delle soluzioni di comunicazione su Ip Cisco consente ai partner di integrare le architetture con prodotti e sistemi di terze parti (come videotermini Tandberg, Sony, Aethra, ecc.) o sviluppare applicazioni che differenziano la loro proposta sul mercato. Il segmento delle piccole imprese e delle filiali autonome è un'opportunità di crescita per Cisco Systems e per i partner di canale nell'ambito Ip Communication".

I partner Cisco interessati alle soluzioni di videoconferenza per le piccole e medie imprese possono accedere alle iniziative per i rivenditori attivi in area Pmi; i programmi Cisco Capital consentono l'accesso a servizi di locazione finanziaria e operativa; il programma Opportunity Incentive Program (OIP) premia i partner che hanno investito in attività di prevendita e che hanno procurato nuove opportunità di business nel mercato delle piccole e medie imprese e comprende attività di deal registration focalizzate sulla generazione di valore aggiunto nelle fasi di proposta del progetto. Il Value Incentive Program (VIP), per partner certificati, consente di ottenere sconti significativi a fronte del raggiungimento degli obiettivi di vendita.

**La politica commerciale legata alla suite FeedbackIVC prevede la vendita di una licenza server, dimensionata sul numero di sale riunioni virtuali e partecipanti in contemporanea, mentre la componente client è gratuita e installabile su un numero a piacere di Pc",** dichiara Ambrosini di Feedback. "La distribuzione dei prodotti avviene tramite partner qualificati, tra cui Hp Italia, Eutelsat, CSI, ACI Informatica, Netscalibur. Poiché il software è stato interamente sviluppato da Feedback Italia, è possibile richiedere configurazioni e personalizzazioni in base alle proprie peculiarità, per ottenere uno strumento in linea con le più diverse esigenze di comunicazione".

"Più che il tema della videoconferenza come singola applicazione, riscontriamo interesse da



Video Conferencing General Uses:  
One - to - One Meeting

parte del canale per le soluzioni di collaboration, che sono un mercato in espansione", constata Zerbi di Nortel. "La soluzione Mcs 5100 di Nortel e commercializzata in Italia tramite distributori e canali certificati. Per rispondere alle esigenze delle Pmi, la politica di canale di Nortel per l'Mcs 5100 prevede la disponibilità di un Fast Start Package fino a 50 utenti che rende disponibile a condizioni vantaggiose l'intero set di applicazioni multimediali".

"La videocomunicazione Tandberg è accessibile a tutti, di facile utilizzo e gestione; ma questa semplicità richiede professionalità e una qualifica specialistica da parte del canale che chiede di offrire ai clienti tecnologie innovative e migliorative sul piano produttivo", commenta Zanni di Tandberg. "Le soluzioni Tandberg sono distribuite da partner qualificati e specializzati sia nelle telecomunicazioni, sia nell'integrazione audio visiva, per rispondere a

nostri partner, e possibile rispondere anche a richieste complesse, in un'ottica di total customer satisfaction". "Abbiamo constatato un interesse crescente da parte del mercato per la videoconferenza che abbiamo scelto di gestire principalmente tramite operatori telefonici, distributori audio/visual e system integrator", dice Viezzoli di Aethra. "Le no-

stre politiche di canale sono volte a sviluppare accordi quadro con associazioni di categoria tramite i nostri distributori, per fornire nuovi strumenti, vantaggi e accordi specifici alle Pmi".

Delgrossi di Genesys Conferencing denuncia, invece, la mancanza in Italia di una cultura adeguata nei confronti delle conference, audio, video o Web.

"Questo ha fatto sì che inizialmente solo alcune grandi aziende di telecomunicazioni fossero interessate a rivendere la nostra offerta con il loro brand", spiega il General Manager. "Le nostre vendite sono quindi maggiormente dirette, indirizzate alle grandi imprese, soprattutto multinazionali con una cultura già sviluppata verso le riunioni virtuali. Abbiamo di recente ac-

quisito un paio di partner che hanno dimostrato di credere nel futuro di questo mercato in forte e continua espansione, che oggi rivendono i nostri servizi con ottimi risultati, ricordiamoci che stiamo parlando di un mercato potenziale immenso, dove la concorrenza è minima e i margini di guadagno interessanti".

Lorenza Paschiera III



IDC  
Analyze the Future

RFID

Strategy and Technology Application

Conference 2005

Milano, 13 Settembre 2005 - Hotel Executive

Nonostante il mercato IT italiano mantenga un andamento tendenzialmente "flat", le aziende sono molto interessate a conoscere le tecnologie e i servizi ICT che funzionano e le reali possibilità che offrono a supporto della loro operatività e del loro business. Ad esempio, il tema delle soluzioni legate alla mobility (in senso lato) è tra le aree più calde di attenzione, per quanto permanga un atteggiamento ambivalente per cui, a fronte di un elevato interesse, le applicazioni sviluppate sono ancora limitate. RFID fa parte delle applicazioni che si ricollegano al tema della mobility, per quanto non siano strettamente confinate in questo ambito applicativo, e ci sono già evidenze che si tratta di un'area che può avere un forte sviluppo. RFID è già oggi un'opportunità per le aziende che vogliono migliorare l'efficienza dei propri processi, contenere i costi, sviluppare servizi per i propri clienti, ma va correttamente spiegata. Anche perché le aree di utilizzo/applicative coinvolte possono essere molto diverse:

- in funzione dell'estensione dell'applicazione: da un uso interno ("within the walls") ad uno esterno esteso ("value chain")
- in funzione degli obiettivi: es. dalla tracciabilità-rintracciabilità di merci, componenti, veicoli alla razionalizzazione della gestione di stock, magazzini ecc.
- in funzione delle applicazioni supportate: produzione, logistica, trasporti, sicurezza ecc.



Dario Zerbi, Enterprise Distributor Manager Nortel

tutte le richieste di alta qualità/design e servizi a valore aggiunto dei clienti. La politica di distribuzione è del tipo 'high touch' che vede i nostri Sales Manager lavorare insieme a partner certificati, competenti e specializzati nei vari settori verticali di mercato. Tandberg tramite il suo canale permette una presenza globale, gestita tramite il programma GPP (Global Presence Programme). Il portfolio e la piattaforma Tandberg rendono disponibili soluzioni per le Pmi e settori specialistici e, grazie alla professionalità dei

Gold Sponsor	Atos Origin	IBM	Media Partner	ANSA	APGEO	PMI
	SAP			COMPUTERWORLD	COMPTON ITALIA	CRN
				Daily Web	DAVA	ICT
Invited Speaker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Speaker tbc</b> Politecnico di Milano, Osservatorio sulle applicazioni del RFID Politecnico di Milano</li> <li>• <b>Massimo Bolchini</b> Direttore Area Tecnica, Indicod-Ecr</li> </ul>		Programma	LABitalia	NetworkWorld	NOMAD VILLAGE
				SETTE DI TIZIUMI/PAZZINI	week	ZeroUno
					television	

- RFID: a che punto siamo?
- RFID: considerazioni sul mercato italiano
- Lo stato delle tecnologie e degli standard associati all'RFID
- Guadagnare in efficienza, sicurezza, flessibilità grazie all'RFID
- Casi concreti per "verticals"
- RFID: consigli e avvertenze per l'uso
- EPC (Electronic Product Code): l'RFID per il Largo Consumo

Per informazioni sul programma e per l'iscrizione visitate il nostro sito internet

www.idc.com/italy