

INFORMATIONS ET POINTS DE VUES SUR LA COMMUNICATION UNIFIEE EN TEMPS REEL

Comme d'habitude n'hésitez pas à faire suivre cette lettre d'information à vos collègues. Pour être mis sur la liste de distribution gratuite, inscrivez-vous sur www.wainhouse.com/bulletin.

Andrew W. Davis, andrewwd@wainhouse.com

Polycom présente un nouveau système « executive » de Visio HD

Comme nous l'avions annoncé dans le numéro 821 WRB du 25 juin, Polycom a fait l'annonce du système de Visio HDX 4000 executive H. D. et graphique. Comme le montre la photo, le système est « tout en un ». Il est conçu pour être installé sur les bureaux de dirigeants ou dans des petites salles de visioconférence. Les points importants à noter sont :

- Ecran de 20" 16:9, 1680x1050, (Visio 720p entre 1et 4Mbs) qui peut s'utiliser en tant que moniteur PC
- Caméra HD intégrée (5 M Pixel) avec motorisation électronique site, azimut zoom.
- Codec fonctionnant en 4CIF vidéo à 256kbps
- Microphone double et son stéréo surround à 22kHz.
- Haut-parleurs Hifi et subwoofer, dirigé vers le bas.
- Clavier téléphonique intégré.
- Interface téléphonique analogique pour insert téléphonique et téléphone main libres.
- Interface utilisateur flottant, qui permet à l'utilisateur de contrôler le système Visio, soit en réception, soit en émission d'appel, sans perturber la diffusion du document ou de l'application en cours.

La liste de prix pour l'Amérique du Nord démarre à US \$7,999 pour le HDX 4001, qui est un système SD et seulement en 480 p. Le prix pour le HDX 4002 qui fonctionne en HD, n'a pas encore été annoncé.



Commentaires: Le design est très sexy et les performances au moins sur le papier, semblent très adaptées pour les petites salles de réunion. La question qui demeure, est de savoir si les entreprises vont dépenser beaucoup d'argent pour des solutions de conférence et de collaboration personnelles..

Dollars & \$ignifications

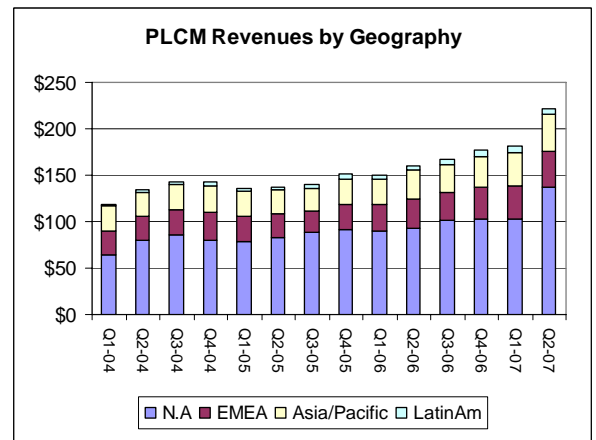
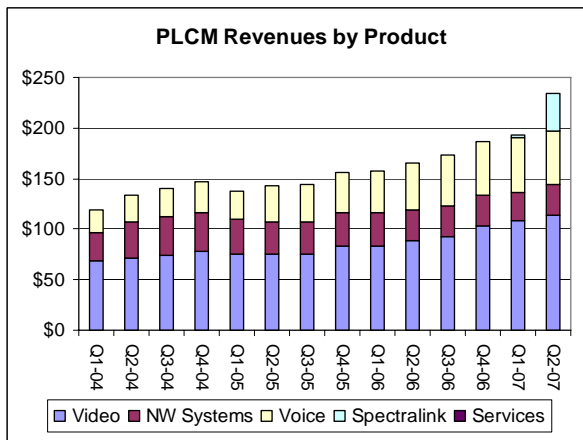
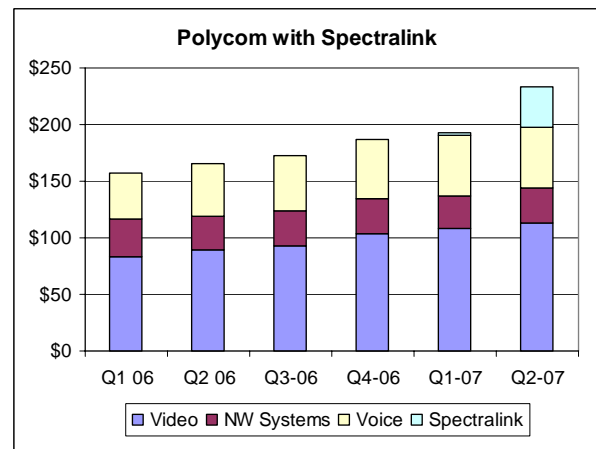
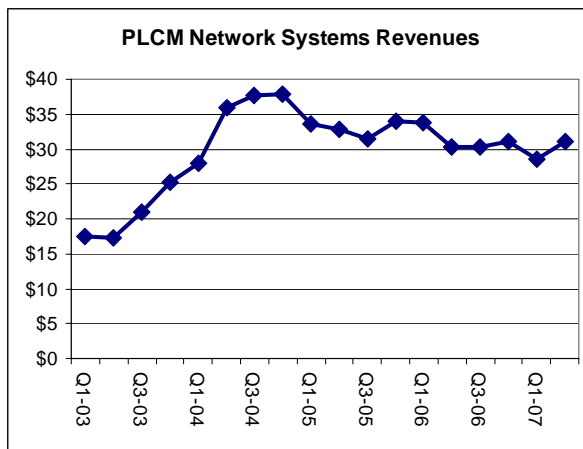
Le métier de la visioconférence continue à bien se porter

Polycom Q2-2007

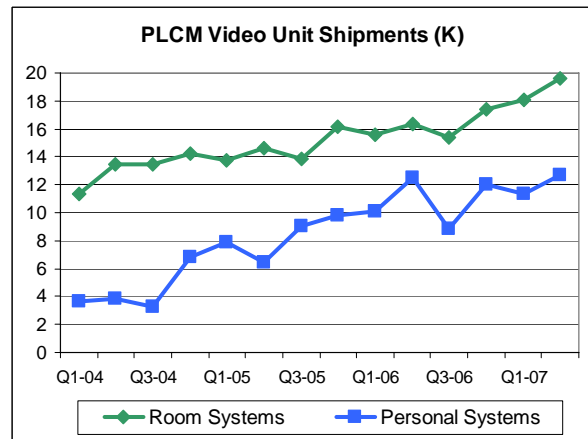
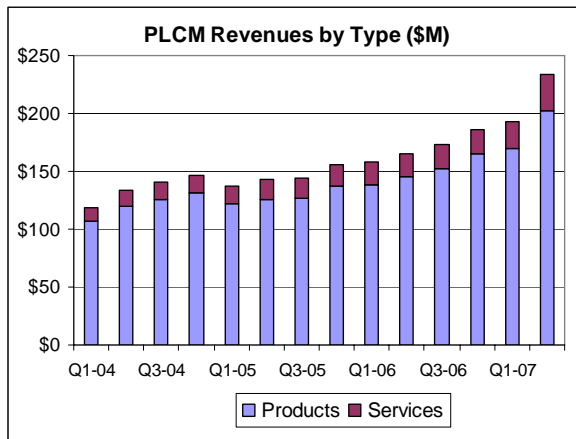
PLCM	Q2 06	Q1-07	Q2-07	Croissance tri mestrielle	Croissance Annuelle	Trim sans Spectra	Annuelle sans Spectra
Video	\$89.0	\$108.0	\$113.3	4.9%	27.3%	ident	ident
Syst réseaux	\$30.2	\$28.6	\$31.0	8.4%	2.6%	ident	ident
Voix	\$45.8	\$56.1	\$89.6	59.7%	95.6%	-1.5%	16.2%
CA Total	\$165.0	\$192.7	\$233.9	21.4%	41.8%	3.6%	19.7%
Qté Groupes	16,324	18,045	19,582	8.5%	20.0%	ident	ident
Benéf exploit	\$17.6	\$10.2	\$17.3	68.9%	-1.5%	NA	NA
Am Nord	\$92.8	\$102.7	\$137.1	33.5%	47.7%	5.9%	17.2%
EMEA	\$36.3	\$47.6	\$51.2	7.6%	41.0%	-9.5%	18.7%
Asie/Pacifique	\$31.5	\$36.0	\$39.0	8.3%	23.8%	8.3%	23.8%
Am Latine	\$4.4	\$6.4	\$6.6	3.1%	50.0%	3.1%	50.0%

Avec de bons résultats, de l'activité visio et le retour à la croissance des produits d'infrastructures, sans que l'on connaisse avec précision l'influence du chiffre d'affaire supplémentaires apporté par l'acquisition de SpectraLink finalisée le 26 Mars, Polycom a annoncé des résultats étonnants. Le Second trimestre 2007 a connu un CA consolidé de \$233.9 million, comparés aux \$165.0 million à la même époque

de l'année dernière. SpectraLink a contribué pour \$36.4 million to au CA net pour le second trimestre 2007 et \$2.1 million en Q1-07. Tout en continuant à ne pas dissocier les ventes de systèmes HD, la société a révélé que la croissance de ces produits se situait aux alentours de 20 %. Polycom a regroupé les divisions Visio et Produits d'infrastructure, en une seule unité d'affaire, baptisée solutions Visio. Actuellement (au moins pour le moment) la société publie des résultats, selon l'ancien et la nouvelle structure organisationnelle. Nos tableaux sont un peu plus complexes que d'habitude, car nous montrons également les résultats avec et sans Spectra



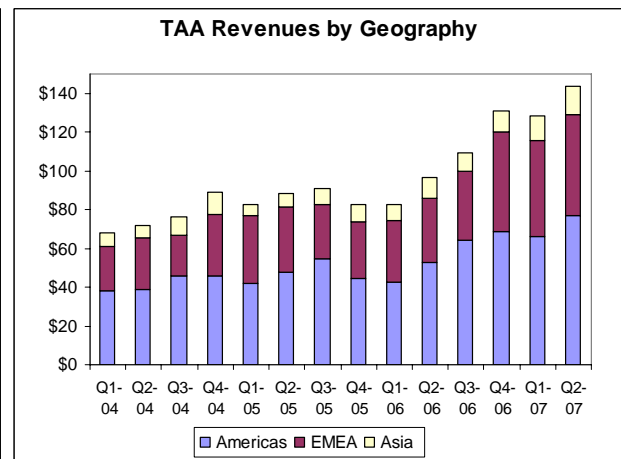
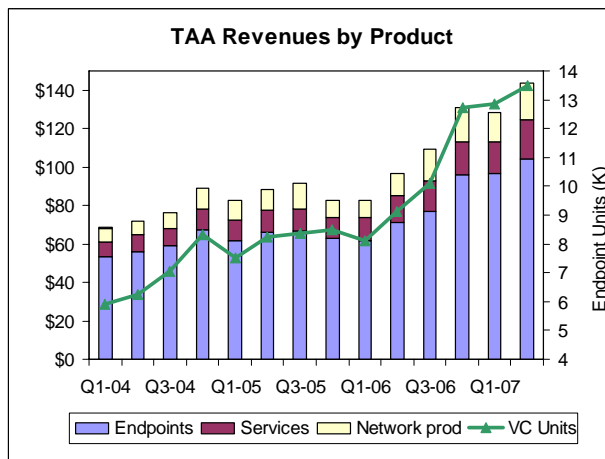
Link de façon à comparer ce qui est comparable. Comme le montrent les chiffres, les terminaux ont crû de 20 % en quantité et de 27 % en CA, avec bien entendu la HD qui y apporte une grosse contribution.



Tandberg Q2-2007

Tandberg a connu un trimestre incroyable, pour la seconde fois de suite. En effet la croissance annuelle en Q1 était de 55.3%, et celle de Q2 est passée "seulement" à 49% et tout cela a été généré par de la croissance interne plutôt que par des acquisitions. L'avancée continue vraiment. Les chiffres annuels dans notre tableau sont remarquables, ils montrent une croissance impressionnante dans toutes les régions commerciales et dans toutes les lignes de produits. Au cours de la conférence de presse des résultats, qui s'est tenue en audio, nous avons demandé au PDG Halvorsen, la contribution de la HD dans son chiffre d'affaire totale. Sa réponse a été que 80 % des systèmes de groupe (qui approche 13 000 unités ce trimestre) ont été livrés avec une caméra compatible HD. Nous ne croyons pas trop ce chiffre, mais les autres parlent d'eux-mêmes.

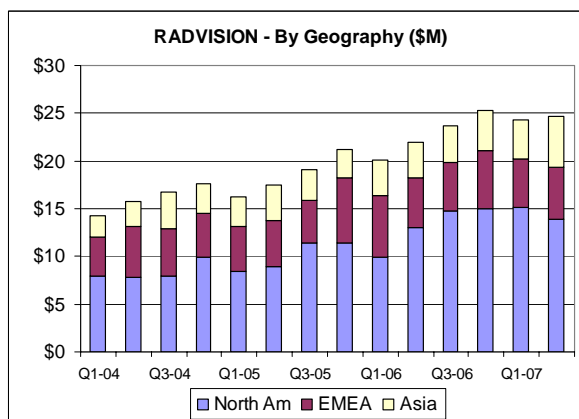
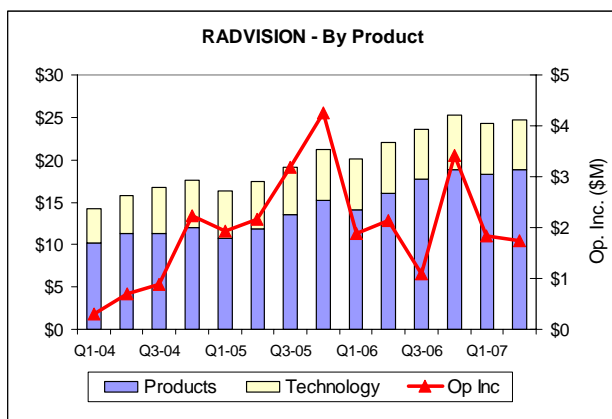
TAA	Q2 06	Q1 07	Q2 07	Croiss trim	Croissance Ann
Ameriques	\$52.8	\$65.9	\$77.2	17.1%	46.2%
EMEA	\$33.3	\$49.8	\$51.9	4.2%	55.9%
Asie	\$10.4	\$12.7	\$14.7	15.7%	41.3%
CA Total	\$96.5	\$128.4	\$143.8	12.0%	49.0%
Terminaux	\$71.4	\$96.6	\$104.2	7.9%	45.9%
Services	\$13.5	\$16.7	\$20.1	20.4%	48.9%
Infrastructure	\$11.6	\$15.1	\$19.5	29.1%	68.1%
Benef exploit	\$20.7	\$29.2	\$33.3	14.0%	60.9%
Qté de terminaux	9,148	12,866	13,512	5.0%	47.7%



RADVISION Q2-2007

RVSN a eu de bons résultats, même s'ils sont moins spectaculaires, en raison d'une bonne croissance en Asie Pacifique. Les résultats Nord Américains apparaissent plus faibles qu'ils ne pourraient être en raison des résultats exceptionnels du second trimestre de l'année dernière, en raison de la forte contribution de Cisco du projet DISA-II qui s'est achevé depuis. Sans le DISA la croissance serait supérieure à 40%.. Radvision a annoncé un CA de \$1.6M pour Click to Meet et \$2.6M pour les clients 3G.

RVSN	Q2-06	Q1-07	Q2-07	Sequential Growth	Annual Growth
Products	\$16.0	\$18.3	\$18.8	2.7%	17.5%
Technology	\$6.0	\$6.0	\$5.9	-2.0%	-2.0%
Total Sales	\$22.0	\$24.3	\$24.7	1.6%	12.2%
NA	\$13.0	\$15.1	\$13.9	-8.0%	6.8%
EMEA	\$5.3	\$5.2	\$5.5	6.9%	4.3%
Asia	\$3.7	\$4.1	\$5.3	30.7%	42.7%
Op Inc.	\$2.13	\$1.84	\$1.74	-5.4%	-18.4%



La comparaison

		Q1-06	Q4-06	Q1-07	Croissance trimestri	Croiss Annuelle
PLCM	Qté terminaux	16,324	18,045	19,582	8.5%	20.0%
TAA	Qté terminaux	9,148	12,866	13,512	5.0%	47.7%
PLCM	CA Visio	\$89.0	\$108.0	\$113.3	4.9%	27.3%
TAA	CA Visio	\$71.4	\$96.6	\$104.2	7.9%	45.9%
PLCM	CA Infrastructures	\$30.2	\$28.6	\$31.0	8.4%	2.6%
TAA	CA Infrastructures	\$11.6	\$15.1	\$19.5	29.1%	68.1%
RVSN	CA Infrastructure r	\$16.0	\$18.3	\$18.8	2.7%	17.5%
PLCM**	CA Total	\$165.0	\$192.7	\$233.9	21.4%	41.8%
TAA	CA Total	\$96.5	\$128.4	\$143.8	12.0%	49.0%
RVSN	CA Total	\$22.0	\$24.3	\$24.7	1.6%	12.2%

** inclue les résultats de l'acquisition Spectral Link

Encore un trimestre exceptionnel, mais les chiffres Polycom (sans les l'intégration de SpectraLink) et Radvision sont à qualifier de "forte croissance" plutôt que de "croissance exceptionnelle." Néanmoins, une croissance annuelle de 20% est loin d'être négligeable. Nous pensons que les bénéfices apportés par la HD, l'excitation qui tourne autour de la téléprésence, combiné avec la volonté de la préservation de l'environnement et la tendance de la croissance de la collaboration sur le poste de travail, devraient être une bonne plateforme pour une grande activité dans les douze prochains mois.

One on One with Spire Global's Joe Sorrentino



J'ai eu la chance de rencontrer récemment Joe Sorrentino dans les allées du salon Infocomm.

WRB: j'ai appris que vous étiez la source exclusive américaine pour la visioconférence de Sony. Aussi Spire Global est-elle une nouvelle société et êtes-vous réellement exclusif.

JS: Spire Global est une nouvelle société, posséder à des indépendants est formé par des gens expérimentés de la profession, dans le but de devenir la source exclusive pouvant la visioconférence de Sony aux États-Unis de Sony Electronics vendra les produits de visioconférence de façon exclusive à Spire Global. Nous sommes exclusifs en Amérique du Nord (les autres canaux de distribution ne peuvent obtenir ces produits directement de la part de Sony)

WRB: Pouvez-vous nous expliquer brièvement votre business modèle : une distribution, ventiler et revendeurs etc...

JS: Il faut penser à Spire Global en tant que fabricant. Nous nous ne vendons pas en direct aux utilisateurs, tout en utilisant une distribution indirecte au travers d'une poignée de vendeurs à valeur ajoutée et de distributeurs. Nous utilisons également un réseau de représentants de fabricants, qui ont des relations avec les secteurs dominants du secteur de l'audiovisuel, ainsi que des consultants audiovisuels qui font les spécifications des produits pour leurs clients. Ces acteurs du marché permettent d'être en relation plus rapidement avec les utilisateurs que si nous nous étendions la force de vente de Spire global.

Nos deux nouveaux distributeurs, Jenne and Shoreview, ont été choisis en fonction de leur expérience dans le métier de la visioconférence, mais également en raison de leurs connaissances acquises dans la vente d'autres produits Sony. Shoreview a été un distributeur exclusif d'équipements Sony autres que la visioconférence pendant des années et a connu des réussites. Nous nous sommes organisés pour qu'ils stockent et vendent également les produits de visioconférence. Je ne crois pas que Jenne, soit distributeur d'autres produits Sony en dehors de la visioconférence.

WRB: Représentant du fabricant? Comment cela se relie-t'il avec votre stratégie de distribution. Il semble qu'il y ait une compétition avec Jenne et Shoreview?

JS: C'est vraiment le contraire, les représentants du fabricant sont complémentaires avec les partenaires de la distribution. C'est une extension de leurs forces de vente et non une concurrence. Leur responsabilité est de trouver de nouveaux vendeurs et de les aider à être rapidement au niveau, pour être performant dans la vente de la gamme de produits de Visio de Sony. Les représentants n'achètent pas les produits, mais ils y travaillent avec les revendeurs au travers de la distribution. Plutôt que d'avoir des chefs de vente régionaux qui soient en contact avec les revendeurs et soient responsables de canaux de distribution, nous laissons les représentants du fabricant le faire. Ceci laisse les chefs de vente régionaux passer du temps avec des utilisateurs et trouver des affaires pour alimenter le canal de distribution.

WRB: Cela ressemble à une approche à quatre niveaux : Sony vous vend, vous vendez à un

The Wainhouse Research Bulletin would like you to join us in thanking our 2007 sponsors who help keep distribution of the WRB free:

Aethra	RADVISION
AGT	SPL
Codian	Sonic Foundry
Compunetix	Sony
GlobalMedia	Symetria
HaiVision	Talk & Vision
Huawei	TANDBERG
inSORS	Visual Nexus
LifeSize	VTEL
Premiere	York Telecom

The fine print: [Sponsorship](#) of the WR Bulletin in no way implies that our sponsors endorse the opinions expressed in the WRB. Nor does it imply that the Bulletin endorses their products or services. We remain an equal opportunity critic.

distributeur, qui vend à un revendeur et le revendeur vend à l'utilisateur. Beaucoup de gens vous diront que ce n'est pas économiquement viable dans le métier de la visioconférence. Que pouvez-vous en dire ?

JS: En fait, les critères économiques sont simples et tout à fait acceptables. Il n'y a pas vraiment de différence dans la façon où Sony USA approvisionnait les produits et la façon dont Spire Global le fait aujourd'hui. Sony US s'approvisionnait auprès de Sony Japon, à un prix de transfert qui incluait les bénéfices de production. Depuis que Spire Global a repris les ventes et le support pour Sony, ce dernier a réduit son équipe américaine. Sony fournit la recherche et le développement et la fabrication en dehors du Japon. Sony est capable de vendre les produits à Spire Global à un prix de transfert qui permet des prix compétitifs sur le marché tout en laissant les profits conséquents dans la distribution. Nous sommes très compétitifs, si on se compare à d'autres acteurs du marché en raison de notre nouvelle liste de prix, de notre stratégie de remises et de la distribution à deux niveaux.

WRB: Sony a été sur le marché de la visioconférence depuis longtemps, sans beaucoup de succès ici en Amérique du Nord. Comment l'expliquez-vous et comment pensez-vous que Spire Global peut modifier cette situation ?

JS: Il y a une myriade de raisons qui contribuent à cette perception sur le marché. Depuis que j'ai rejoint Spire Global il y a cinq mois, j'ai entendu la plupart d'entre eux. Je crois que les deux principaux facteurs concernant les performances passées concernent la dépendance à 100 % sur les revendeurs et le peu d'empressement à créer de la demande des utilisateurs. Mais si l'on regarde, quelques acteurs dominants dans notre profession ont fait la même erreur à une époque où une autre et on ne peut pas différencier Sony. La seule activité de Spire Global est de faire grossir le marché avec les produits de communication visuelle se Sony IPela.

WRB: Une grande idée, mais comment la mettre en pratique ?

JS: Avec une focalisation plus grande sur les utilisateurs. Les chefs de vente régionaux de Spire passent tout leur temps à développer des nouvelles opportunités de marché depuis le commencement. Ils alimentent ainsi notre réseau de partenaires. Ainsi au lieu de nous reposer sur nos canaux pour nous apporter des affaires, le rôle des chefs de vente régionaux sera d'aider nos partenaires en face des utilisateurs. Mais le plus important est encore de trouver des affaires, d'y associer le partenaire d'affaires approprié pour assurer le succès et la reconnaissance et de dépasser la résistance vis-à-vis du choix de Sony en tant que système de base pour la visioconférence.



WRB: Un des arguments de vente pour les distributeurs est « pas besoin de certification ». Pouvez-vous nous expliquer, en quoi cela bénéficie à un utilisateur si le vendeur n'est pas formé ou certifié ?

JS: Cet argument est destiné aux revendeurs qui achèteront à la distribution. Le message est qu'il n'y a pas de barrière infranchissable pour revendre les produits de visioconférence de Sony. Connaissant notre part de marché d'ici aux Etats-Unis, nous devons avoir une approche plus attractive vers les revendeurs que celle de nos concurrents. Les équipes de vente et techniques de Spire Global sont prêtes à prendre le relais pour assister le revendeur s'il a des faiblesses en termes de capacité technique. Le revendeur n'a pas besoin de connaître toute la technique avant de démarrer la commercialisation de la gamme de Visio de Sony : ils doivent juste être capables de reconnaître les opportunités de marché et de prendre leur téléphone. Il faut être réaliste, les produits sont devenus plus faciles à installer et à dépanner par téléphone. Ceci en partie grâce à l'accroissement de la demande et par ailleurs grâce au succès de nos concurrents sur le marché. Les produits actuels de HD de Sony nécessitent un plus haut niveau de connaissances techniques. Notre attente est que seulement les fournisseurs expérimentés de visioconférence déploieront et installeront ces produits. Actuellement nous limitons l'accès à

ces produits, à ceux qui sont capables de s'engager et d'avoir des équipements de démonstration pour ce produit.

WRB: Jenne a signé dans le passé avec d'autres fabricants de visioconférence. Est-ce qu'ils ont connu le succès dans le passé et comment travailler avec eux dont le futur ? Ont-ils été des partenaires de Sony dans le passé, en dehors de la visioconférence ?

JS: Jenne a connu le succès dans les domaines de l'audio et la visioconférence depuis longtemps. J'ai travaillé étroitement avec eux, quand on j'étais employé chez un de mes plus gros concurrents actuels. Ils ont réussi dans ce domaine et c'était agréable de travailler avec eux et ils étaient impliqués dans le business. Il y a un peu plus d'un an, ils ont pris la décision stratégique d'ajouter une équipe de ventes dédiée à l'audiovisuel, à l'intérieur de l'équipe de ventes existante, pour assurer un succès continu dans ce domaine. Spire global bénéficie de cette expérience au fur et à mesure que nous avançons dans nos activités.

WRB 简体中文版发布啦!

Бюллетень WRB теперь доступен на русском языке!

Désormais disponible en Français

Ahora disponible en Español

Agora disponível em Português

See www.wainhouse.com/bulletin to subscribe ...

Chinese, Russian, French, Spanish, and Portuguese



Conseil en Visiocommunication et Imagerie Télécom

Premier cabinet français spécialisé en visio et en « Rich Média »

- *Réalisation d'audits de parcs, d'études pour la migration vers IP*
- *Rédaction « indépendante » d'appel d'offres, aide au choix, assistance à la recette et au déploiement*
- *Assistance à la maîtrise d'ouvrage pour des salles intégrant l'audiovisuel et les télécoms (nombreuses références)*

Contact : **JF Pinchon** Tel :+33 1 30 36 12 55; Fax: +33 1 39 95 50 51

Mobile: +33 6 13 45 18 59 e-mail : jf@pinchon.net

Pour plus de renseignements Consultez le site : www.irisressources.com

Vous pouvez y télécharger directement les dernières éditions du WRB en français et obtenir d'autres informations,

Le bulletin de Wainhouse Research est édité par LLC de Wainhouse Research, 34 Duck Hill • Duxbury, MA 02332 .Téléphone 1 617-975-0297. Email à : editor@wainhouse.com. PR to: news@wainhouse.com

Traduction IRIS Ressources 2007

Abonnement gratuits à : www.wainhouse.com © 2007 Wainhouse Research