

Altre due acquisizioni per Cubecom dopo Galactica

In un panorama poco favorevole per le telecomunicazioni, Cubecom si permette, dopo l'acquisto di Galactica, di annunciare altre due acquisizioni a breve e di promettere il raddoppio del fatturato per quest'anno. L'amministratore delegato, Michele Zunino, dice addirittura che, secondo lui, «Esiste la possibilità di fare anche qualcosa in più».

I dati del 2001 dell'operatore specializzato nell'accesso a Internet e nella trasmissione dati per le imprese parlano di una crescita dei ricavi del 30%, con un fatturato di circa nove milioni di euro per il 2001 che dovrebbero diventare una ventina nel 2002. Reduce da un aumento di capitale di quaranta milioni di euro, Cubecom ha un'offerta che parte dall'Adsl per arrivare a servizi di connettività basati su collegamenti in fibra ottica e housing e all'utilizzo della tecnologie Atm, Mpls e Ip.

Due data center a Milano e Genova, 10 super Pop e 76 Pop costituiscono la rete del carrier genovese che, nel 2002, cercherà di espandersi sul mercato corporate con soluzioni per medie e grandi aziende. «Il 2001 - prosegue Zunino - è stato l'anno del corretto posizionamento aziendale, dell'espansione dell'azienda e dell'ingegnerizzazione dell'offerta». Una espansione che ha escluso Cubecom da Eritel, il polo delle compagnie telefoniche regionali targato Piol. Ma l'opinione dell'amministratore delegato della società genovese è che Cubecom sia una realtà differente rispetto alle altre nate all'interno del fondo Kiwi. In questo caso, la società di Piol, che possiede il 38,97% della società, è solo uno degli azionisti, inoltre Cubecom opera a livello nazionale e vanta un'offerta differente rispetto agli altri carrier. Poco prodigo di indicazioni riguardo alle nuove acquisizioni, Zunino spiega invece che Galactica (della quale Cubecom detiene il 98%) è un'azienda a sé e che Lorenzo Podestà è stato richiamato a ricoprire la funzione di amministratore delegato (dopo che lo stesso aveva dato le dimissioni, in contrasto con la precedente gestione del provider milanese) con il compito di puntare sulle Pmi non dimenticando Soho e mercato residenziale.

LUIGI FERRO