

Cubecom, carrier in controtendenza nelle Tlc aziendali

L'operatore genovese, nato nel 1999, punta quest'anno al raddoppio del fatturato, che deriva prevalentemente dalla vendita di intranet. Pietro Risso spiega il perché di questa crescita.

MANUELA GIANNI
manuela.gianni@nets.01net.it

Cubecom a gonfie vele. L'operatore di Tlc genovese, specializzato nella trasmissione dati per aziende multisede, ha messo a segno nel 2001 una crescita del fatturato del 30% (9 milioni di euro) e quest'anno punta al raddoppio. Nata nel 1999, la società oggi ha un organico di 110 persone, dislocate in 11 filiali nazionali, e un'infrastruttura di rete proprietaria basata sulle tecnologie ATM, MPLS e IP, che, oltre a interconnettere tutte le sedi, è direttamente collegata ai principali punti di scambio di Internet. A dicembre dello scorso anno, poi, Cubecom ha acquisito il marchio Galactica, noto ISP milanese, e il ramo d'azienda relativo alla fornitura dei servizi dial up e ADSL, dando vita alla società autonoma Galactica Net. L'azionariato di Cubecom è ripartito fra il fondo Kiwi (37%), il management (39%) e altri soci minori. Per saperne di più abbiamo incontrato Pietro Risso, socio della società e direttore delle relazioni esterne.

►► **A chi vi rivolgete, principalmente, e con quali servizi?**

Il target primario sono le grandi aziende con più sedi in Italia e all'estero. Ci occupiamo di connettività, in pratica arriviamo fino al livello 3 della pila OSI. Il servizio principale sono le intranet, con altissimi standard di qualità e sicurezza. Abbiamo inoltre due data center per i servizi di housing.

►► **Quali sono le chiavi del successo di Cubecom?**

Innanzitutto la rete, basata su una tecnologia consolidata e multifunzionale come ATM, che ci permette di lanciare nuovi servizi in breve tempo: di recente, per esempio, abbiamo lanciato un'offerta Frame Relay su ATM. Grazie all'MPLS, introdotto dopo una

sperimentazione di sei mesi, gestiamo la qualità del servizio del traffico IP in modo eccellente, garantendo la massima sicurezza per le intranet aziendali. Il nostro approccio, poi, non è invasivo: c'è, infatti, una tendenza a invadere le aziende con nuove tecnologie, senza guardare le vere esigenze e obbligando i clienti ad acquistare apparati costosi, con risultati spesso scadenti. Inoltre, effettuiamo una gestione proattiva delle reti e puntiamo molto sulla relazione con il cliente, un aspetto che rappresenta un punto debole per i grandi carrier nazionali.

►► **Siete presenti anche all'estero?**

Abbiamo sedi secondarie nelle principali città europee, come Londra, Francoforte e Parigi, per garantire la connettività verso le sedi estere dei nostri clienti. Prima avevamo rapporti paritetici con carrier esteri per l'interscambio del traffico, ma si è resa necessaria la presenza di sedi tecniche, anche per gestire i collegamenti con i punti neutri di Internet.

►► **Qual è il rapporto che lega Galactica a Cubecom?**

Galactica sfrutta la nostra infrastruttura tecnica, ma è indipendente. In pratica, per noi è un grande cliente. Gli approcci sono molto diversi: Galactica vende pacchetti alle PMI e agli utenti consumer, Cubecom soluzioni specifiche sviluppate ad hoc al mercato corporate, con un approccio che parte dalla consulenza e arriva alla manutenzione. ■



PIETRO RISSO
(CUBECOM)

«Il nostro approccio non è invasivo e punta molto sulla relazione con il cliente, un aspetto che rappresenta un punto debole per i grandi carrier».