



**IN ESPANSIONE** Sopra, Michela Colli. L'azienda Twt, nata nel 1995, si avvia a chiudere l'anno con 100 milioni di fatturato. A sinistra, l'addetta di un ufficio con gli strumenti del lavoro: computer e telefono

# «Noi, sarti delle tlc perché cuciamo servizi su misura»

**Diego Luigi Marin**

● In tempi di vacche magre le aziende che prosperano fanno notizia. Specie nel settore delle telecomunicazioni fisse, da anni in contrazione, ove il carrier milanese Twt nell'arco di un lustro riesce a moltiplicare per 9 il proprio giro d'affari. «A fine anno - conferma l'amministratore delegato Michela Colli - dovremmo raggiungere i 100 milioni». Erano 11 nel 2001, quando la società, nata nel '95, ottenne la licenza di gestore di tlc.

**Una corsa al galoppo per una realtà rimasta finora sostanzialmente sotto traccia...**

«Ci siamo concentrati sulle attività di business, evitando peraltro le sirene delle operazioni finanziarie facili, quando i mercati borsistici impazzivano per le dot.com. I clienti hanno una buona opinione di noi; ora cerchiamo di migliorarla ulteriormente e di farci conoscere di più».

**Come si spiegano ritmi e continuità della crescita?**

«Abbiamo lavorato molto sull'informatizzazione e sull'in-

L'amministratore delegato Colli presenta la realtà Twt: telefonia, Internet e banda larga, reti private virtuali, sicurezza e progetti di siti

frastruttura tecnologica. Gran parte del fatturato è per la progettazione e lo sviluppo. Inoltre, il modello di business funziona, continuando a fornire risultati economici in controtendenza con l'andamento negativo delle tlc fisse. E oggi siamo tra i primi 10 operatori nazionali. Sono due i principali aspetti chiave: la rapidità nell'attivare i servizi, proposti

“chiavi in mano”, e la personalizzazione».

**Cioè a dire?**

«Ci consideriamo i sarti delle tlc: cuciamo servizi su misura».

**Di cosa si compone l'offerta alle imprese?**

«È una gamma completa che comprende telefonia, Internet a banda larga, reti private virtuali (Vpn), sicurezza dei

network informatici e anche progetti di siti web. Il traffico voce è la parte preponderante del giro d'affari; il resto, poco meno del 15%, deriva dagli altri servizi, in parti pressoché uguali».

**Approfittate, insomma, delle lacune dei grandi carrier?**

«Certo, presidiamo delle nicchie. Da un lato agiamo sul mercato delle medie e grandi aziende, il cuore del nostro business; dall'altro, vendiamo servizi ad altri operatori del settore. Twt conta tre divisioni, dedicate rispettivamente alle imprese (Corporate) che desiderano ottimizzare la propria rete di tlc, al target dei rivenditori (Reseller) e ai gran-

di operatori nazionali e internazionali (Carrier)».

**Più in dettaglio?**

«Forniamo una quindicina di reseller che si appoggiano alla nostra struttura per rivendere i vari servizi come propri. Nei confronti dei carrier, l'attività è di compravendita di traffico. Offriamo servizi nella forma di prodotti “finiti” e soluzioni già confezionate, come le Vpn o altre applicazioni Internet su misura, la cui progettazione e gestione, grazie alle piattaforme tecnologiche che abbiamo sviluppato, è fortemente automatizzata».

**Quali sono i servizi in cima alle richieste?**

«La sicurezza, ai cui requisiti di legge le imprese devono adeguarsi. E poi, i collegamenti tra le diverse sedi, che ora è possibile realizzare a costi limitati grazie alle Vpn».

**E in prospettiva?**

«Oggi va di moda il VoIp, che integriamo in un sistema di tlc più articolato. Domani, con il WiMax, tecnologia wireless a banda larga, potremmo arrivare all'ultimo miglio, completando il distacco dei clienti dalla rete fissa dell'ex monopolista».

OBIETTIVI

## Riflettori puntati sulle aziende in vena di risparmi

**Francesca Lojola**

● Si chiama Tron, come l'avventuroso film disneyano che per primo ha affrontato il tema della realtà virtuale. Nulla di più concreto per la società Twt, che sull'acronimo di Total Routing Over Net ha costruito le proprie fortune: una piattaforma software, la prima, sviluppata per gestire i servizi di tlc che ne rappresentavano l'attività agli esordi, quando il business di Twt consisteva nell'acquistare e rivendere servizi di callback (l'accesso alla rete Usa per le chiamate internazionali delle aziende, che così riducevano i costi). Una piattaforma per gestire gli addebiti della clientela, per dare corso alla fatturazione, per supportare l'acquisto di codici di interconnessione di altri operatori e pure per la rivendita del servizio in altri Paesi, dall'Africa all'Est europeo.

«La liberalizzazione era di là da venire, Internet esisteva in potenza e il tema ricorrente di allora - ricorda Michela Colli, amministratore delegato di Twt - era il risparmio».

Oggi, in un settore profondamente mutato, la società, che nel frattempo non ha mai smesso di crescere, festeggia il decimo anniversario. «Da quasi cinque anni possediamo la licenza di carrier; la nostra rete intelligente si basa su due centrali di proprietà, abbiamo dei Pop a Londra, Parigi e in altre città europee, e siamo interconnessi con tutti i principali gestori di tlc in Italia e all'estero». Servizi voce, dati e Internet rappresentano i mattoncini con i quali Twt costruisce le proprie soluzioni di tlc, indirizzate in primo luogo alle medie e grandi aziende: telefonia, connettività in rete (dalla banda larga alle reti private virtuali), tecnologie integrate, e poi ancora sistemi di sicurezza, web design, hosting e housing.

«Si tratta di soluzioni e servizi - spiega Colli - che sfruttano tecnologie alle quali nessun imprenditore può fare a meno di allineare la propria azienda, se vuole restare sul mercato. Ben consci che molti operatori pos-

sono offrire proposte equivalenti, puntiamo su un ventaglio d'offerta completo, con servizi di comunicazione integrata che, debitamente personalizzati, fanno il paio con l'ottimizzazione dei costi sul traffico nazionale e internazionale dell'azienda». Tra i quali compare anche il Voice Over Ip: una soluzione più che mai d'attualità, da un lato perché foriera di nuovi servizi legati alla piena integrazione tra voce e dati, dall'altro perché, utilizzando Internet per effettuare e ricevere le chiamate telefoniche, può tradursi in consistenti risparmi. Inoltre, il VoIp permette di abbandonare le linee e i relativi canoni dell'ex monopolista, mantenendo i numeri già in uso. «È bene però - osserva Colli - inquadrare questo servizio nel contesto di un sistema più ampio, coniugandolo a quelli abituali. Per ovvi motivi di sicurezza non può essere l'unica modalità di comunicazione. E poi, una linea di backup è sempre consigliabile».

Se il VoIp promette di dare vita a una salva di nuove applicazioni multimediali e multiservizio, impensabili per la telefonia tradizionale, all'orizzonte già si profila la tecnologia WiMax, pronta a rappresentare la nouvelle vague delle tlc prossime venture. «È una tecnologia wireless che potrebbe dare un forte impulso alla telefonia mobile, sia come supporto alla connettività cellulare, sia per collegare a larga banda il cosiddetto ultimo miglio, il cavo che separa l'azienda dalla centrale. Un investimento che potremmo considerare, una volta che dovesse essere definita la normativa in materia e si passasse poi all'assegnazione delle relative licenze».

Uno scenario che promette ulteriori risparmi per le aziende, che oggi pagano un conto salato per le chiamate da e verso i cellulari, di gran lunga superiore ai costi industriali sostenuti dai gestori, e che dunque prefigura per il VoIp un ruolo primario anche nell'ambito della telefonia mobile.