

MEDITERRANEO E AMERICHE SPARKLE OLTRE IL MILIARDO

L'azienda controllata da Tim e specializzata nel trasferimento dati attraverso cavi sottomarini inaugura un data center a Panama. Il ceo Bagnasco: «Ora con Google progettiamo un'infrastruttura che colleghi Milano a Mumbai»

Senza rete l'Occidente non funziona. A constatarlo è Enrico Bagnasco, dalla fine dello scorso anno amministratore delegato di Sparkle, nel pianeta Tim. La controllata del gruppo guidato da Pietro Labriola, specializzata nel trasferimento di dati attraverso cavi sottomarini, rafforza la sua presenza in centro America inaugurando un nuovo data center.

Perché Sparkle ha investito in un nuovo data center basato a Panama?

«Abbiamo scelto Panama perché geograficamente è

«Tra i nostri principali clienti ci sono Meta, Bloomberg, Sky, Eni, Netflix, Amazon e Microsoft»

un luogo candidato naturale ad ospitare molti altri approdi sottomarini. Va ricordato che i nostri data center sono come una stazione di arrivo per i cavi sottomarini, oltre che un punto per lo scambio di dati dei nostri clienti. Per questo abbiamo deciso di realizzare la nuova base di Panama».

Quanto è strategica l'area del centro e sud America per voi?

«Se guardiamo l'attuale architettura della rete di Sparkle appare evidente che per noi ci sono in particolare due aree di grande interesse commerciale e posi-

di **ANDREA DUCCI**

zionamento strategico. La prima si trova nel corridoio sottomarino che collega l'Europa con il Medio Oriente e il Far East, il secondo corridoio cruciale per importanza commerciale è quello che unisce il nord America con il centro e il sud America. Noi siamo il quinto operatore al mondo in termini di volume di traffico trasportato, ma, soprattutto, in sud America siamo il primo in termini di traffico internet trasportato. Abbiamo infrastrutture sottomarine sia sul lato dell'Oceano Atlantico, che collegano New York alle coste del Brasile e dell'Argentina, sia sulla tratta pacifica con un cavo realizzato in collaborazione con Google che si chiama Curie e collega Los Angeles al Cile. Tramite il nostro nuovo data center questo cavo avrà un approdo a Panama, assicurando sicurezza e protezione a questa imponente mole di dati che si muove nel corridoio tra il nord dell'America e il sud del continente».

Sparkle è un fornitore di servizi di telecomunicazioni internazionali, dispone di una rete di 600 mila chilometri di fibra e opera in 32 Paesi. Qual è oggi esattamente il vostro mestiere?

«Il nostro mestiere principale è trasportare grandi moli di dati internet su lunghe distanze per conto dei principali operatori del mercato. Questo trasferimento di dati da un operatore all'altro e da un paese all'altro avviene tramite cavi sottomarini. Il secondo mestiere è servire le multinazionali, ossia le imprese che operano a livello internazionale e necessitano di una rete globale. C'è poi il lavoro di costruzione delle infrastrutture sia per ampliare la nostra rete, sia per vendere una porzione di queste reti a terzi. Si aggiunga un'ulteriore attività, quella più tradizionale legata al trasporto di servizi voce, mobile e roaming».

Nel 2022 i ricavi hanno sfiorato il miliardo, l'obiettivo per l'esercizio in corso è superarlo?

«Mi consenta di essere scaramantico: l'obiettivo è quello, ma preferisco procedere con prudenza visto che siamo ancora a metà dell'anno. Il nostro resta un mercato duro con un'elevata competizione».

Chi sono i vostri concorrenti?

«In Europa i francesi di Orange e gli svedesi di Arelion. Poi ci sono i big americani come Verizon e AT&T».

Quali sono le principali voci di ricavo per Sparkle?

«Nel nostro caso i clienti e i grandi operatori internet valgono l'80% dei ricavi, la voce relativa all'attività enterprise rappresenta il 20%. Per area geografica i paesi Emea (Europa, Medio Oriente e Africa) generano la metà del giro di affari, l'America il 30% e il resto del mondo il 20%. A livello di margini il 50% è garantito dal grande trasporto di traffico dati, a seguire la parte infrastrutturale e i servizi legati a voce e mobile».

Può dire citare i vostri principali clienti?

«A lavorare con noi sono, per esempio, le grandi imprese italiane e internazionali come Meta, Bce, Sky, Bloomberg, Tod's, BnpParibas, Eni, Barclay, Generali, Benetton, mentre sul fronte degli operatori internet sono nostri clienti Telefonica, Verizon, Vodafone, Google, Microsoft, Amazon e Netflix. Serviamo più di 1.500 clienti».

Gli addetti ai lavori parlano di «momento storico per l'industry della connettività», qual è il futuro del settore delle telecomunicazioni?

«Credo sia vero, partendo da una semplice osservazione: senza una rete efficiente i paesi occidentali non funzionano più. Nel frattempo, ogni tre anni vediamo raddoppiare la necessità di banda per trasportare dati in giro per il mondo».

Avete appena siglato un accordo per una nuova infrastruttura sottomarina che collega la Libia alla Sicilia. A cosa servirà?

«Il memorandum of understanding firmato con la Li-

bia è parte di un programma più ampio che si chiama Blue Raman, realizzato con Google. Si tratta di un'infrastruttura che via cavo collega Milano a Mumbai, passando attraverso il Mediterraneo e il Medio Oriente, lungo un tracciato diverso da quello di altre infrastrutture sottomarine già esistenti. Le cito un paio di elementi che caratterizzano il progetto: il punto di approdo in Europa continentale è Genova, invece di Marsiglia, il passaggio in prossimità della Sicilia è previsto attraverso lo stretto di Messina, anziché a largo del ca-

I numeri

600

mila
I chilometri di fibra di cui dispone la rete di Sparkle. L'azienda opera in 32 Paesi

50

per cento
La quota di ricavi generata dall'area Emea (Europa, Medio Oriente e Africa)

nale di Sicilia. Sparkle ha un forte interesse sull'area del Mediterraneo, in linea con la strategia di rafforzare il suo ruolo di hub digitale, in questa ottica la Libia è uno dei mercati di riferimento, con più di un punto di approdo sulle coste libiche. La Libia inoltre vuole utilizzare la nostra rete per realizzare un backbone nazionale sottomarino».

Il contratto di Sparkle con gli emiratini di Kush Investments per un collegamento di Gibuti con l'Europa cosa prevede?

«Anche in questo caso si tratta di un contratto colle-



Enrico Bagnasco
Amministratore delegato di Sparkle

gato al progetto Blue Raman, l'accordo prevede di garantire a Gibuti una porzione dello spettro ottico che sta dentro la fibra per collegamenti sia verso l'India, sia verso l'Europa».

La corsa dei prezzi all'indomani della pandemia e la guerra in Ucraina che effetto hanno avuto per chi fa il vostro mestiere?

«A valle della pandemia anche noi abbiamo scontato una forte crescita dei prezzi delle materie prime, tra l'altro, nel pieno del nostro programma triennale di investimenti infrastrutturali. Abbiamo dovuto fare i conti con una catena logistica e con fornitori non più in grado di garantire le consegne. In tutto questo è cresciuta la complessità di operare in aree geografiche come il Medio Oriente e il Sud America. La guerra in Ucraina ci ha reso il lavoro più complicato, con inevitabili spinte al protezionismo e alla tutela delle prerogative territoriali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Elisabetta Romano
Dal mese scorso è la nuova presidente di Sparkle