

Nel 1979 Piero Cecchini, giovane albergatore di Cattolica, crea un sistema di trasmissione digitale dei segnali che usa le linee elettriche già installate. Oggi i fari che illuminano La Mecca durante l'Hajj, i giorni

L'italiano che dà luce alla Mecca

LEADER GLOCALISTI

a cura di Antonio Barbangelo

del pellegrinaggio, ma anche i lampioni di Buenos Aires, di Barcellona e di altre città nel mondo hanno un sistema di telegestione tutto italiano. Oggi la Umpi di Cecchini esporta in una dozzina di Paesi e...

Quando racconta ai suoi amici che Cattolica controlla le luci di due città islamiche simbolo come Medina e La Mecca, in Arabia Saudita, tutti ridono. Ma Piero Cecchini, titolare di Umpi Elettronica, spiega agli amici che i dispositivi elettronici prodotti dalla sua azienda sono presenti anche a Buenos Aires e a San Isidoro in Argentina, nel porto di Brema in Germania, nelle stazioni ferroviarie e in alcuni tunnel stradali in Austria, lungo le autostrade di Galles e Scozia, ad Andorra e Gradada in Spagna, in altre località europee. E, naturalmente, in diverse città italiane, tra cui Venezia.

Cecchini, nato a Cattolica (Rimini), classe 1945, è il fondatore e presidente di Umpi Elettronica, società che produce dispositivi elettronici (hardware e software) che utilizzano tecniche di comunicazione basate sulle cosiddette "onde convogliate". In pratica, apparecchiature che trasmettono segnali su reti elettriche già esistenti, senza dover spaccare le pareti di un edificio. Ma possono essere installati in strutture complesse, come un porto, un tunnel sotterraneo o una rete di illuminazione esterna pubblica in una metropoli del Nord Europa. Umpi ha un fatturato (2006) di 4,5 milioni di euro; l'incremento rispetto al 2005 è stato del 70 per cento. I ricavi previsti per il

2007 sono di circa 6 milioni. Conta 30 dipendenti e ha una quota di fatturato estero (2006) del 25 per cento. "La struttura produttiva è tutta in Italia", spiega Cecchini, "a 5 chilometri dalla nostra sede principale di Cattolica, dove abbiamo il settore di ricerca e sviluppo e la direzione commerciale". La società romana nasce nel 1982 da un'idea Cecchini, che cerca di ridurre i costi installativi nell'hotel di famiglia. Nel 1979, dopo avere cercato invano, in Italia e all'estero, possibili alternative alla continua stesura di cavi per realizzare nuovi impianti di servizi e sicurezza, l'attuale presidente di Umpi pensò di investire parte dei suoi risparmi per sviluppare dispositivi di trasmissione e ricezione affidabili, che utilizzassero la rete elettrica già installata per gestire sensori e attuatori (le "onde convogliate" oggi sono chiamate anche "power line"). Obiettivo: ridurre i costi di installazione e realizzare un sistema polifunzionale per tutti i servizi.

Il 2007 è un anno di svolta per la vostra azienda...

Stiamo realizzando una ristrutturazione del nostro gruppo. Quest'anno nasce Umpi Group, una holding. L'85% è in mano a me e il restante 15% ad Alberto Grossi, l'ingegnere che ha fornito una collaborazione preziosa per



la parte tecnica, fin dalla nascita della società. Le controllate sono: Umpi Elettronica Srl; Umpi R&D, che si occupa di ricerca e sviluppo e Accaesse, che opera nei settori building automation e domotica.

Ma tutto nasce da una piccola rivoluzione tecnologica nel vostro albergo...

Provengo da una famiglia di imprenditori edili. Abbiamo costruito gran parte degli alberghi di Cattolica. Nel '79 cercavo una soluzione per uno degli hotel costruiti, gestito da noi. Era l'epoca dei primi microprocessori e della tecnica digitale. L'installazione nel nostro hotel del primo impianto pilota fu molto positiva.

Cosa decise di fare?

Da quel momento capii quanto futuro avrebbe potuto avere l'espansione di quella tecnologia e decisi di investire. Il primo mercato fu, naturalmente, quello degli alberghi, per le chiamate di soccorso nei bagni, i controlli tecnici e antincendio. Dopo, acquisito sempre più know-how sulla materia, e consolidata la struttura interna di ricerca e sviluppo, mi trovai di fronte a una immensa "prateria" di mercato da esplorare. Fondamentale è stato il supporto tecnico di Alberto Grossi.

E la società?

Umpi Elettronica Srl è nata tre anni dopo la mia idea iniziale; cioè nel 1982, quando ottenemmo il "brevetto per sistema di chiamata di soccorso nei bagni a onde convogliate". Due anni più tardi avevamo circa 300 alberghi in Italia equipaggiati con tecnologie Umpi.

La vostra azienda si trova in un particolare distretto produttivo?

L'azienda si trova nel polo artigianale e industriale di Cattolica. Ma il nostro settore in Italia non ha punti di riferimento, né distretti di settore.

Dedicate molte risorse alla ricerca?

Al settore R&D vengono dedicati a tempo pieno otto ingegneri elettronici e due periti elettronici. Sei di queste persone lavorano sulla ricerca hardware e quattro al software. Il settore ricerca attualmente incide per il 15% del fatturato.

Quando avete iniziato a esportare all'estero?

Abbiamo iniziato nel 1986. I nostri primi passi all'estero furono in Germania e in Francia. Quello fu anche l'anno della nascita

della prima linea di prodotti Building, con tecnica a onde convogliate e con tecnica "Bus" per sistemi integrati: cioè, controlli antintrusione, antincendio e controlli tecnologici. Due anni dopo la nostra tecnologia venne utilizzata per equipaggiare il tunnel del Gran Sasso, i sistemi di chiamata commessi al Senato, gli impianti di produzione di Sofim, il Center Gross di Rimini, sistemi di controllo traffico ecc. Trascorrono ancora due anni e installiamo il primo prototipo sperimentale di sistema di telegestione su 100 lampade stradali del Ring di Bruxelles.

Poi...

Nel 1992 nasce la prima generazione "Minos System", con i relativi impianti pilota.

Che cos'è?

"Minos System" è il prodotto principale di Umpi Elettronica. È un sistema brevettato di telegestione degli impianti di illuminazione pubblica esterna. Con un computer si può effettuare, da remoto, controllo e diagnosi di tutti i componenti che costituiscono l'insieme di qualsiasi impianto di illuminazione. Può essere installato in porti, aeroporti, stazioni ferroviarie, autostrade, tunnel, poli industriali ecc.

Consente di risparmiare molto?

Il sistema Minos permette di ottenere un risparmio energetico e di manutenzione. Sulla manutenzione si risparmia, perché tutto è controllato da remoto. Il risparmio energetico medio è del 35 per cento.

Oggi ci sono sprechi su questo versante nei centri urbani italiani?

Ci sono sprechi in tutto il mondo. Si pensi che i costi per l'illuminazione pubblica rappresentano la terza o quarta voce di spesa nel bilancio di ogni comune del mondo. In Italia un punto luce, cioè un lampione, costa mediamente 130 euro all'anno, compresa la manutenzione. Tranne in pochi casi, non ci sono sistemi di diagnosi a distanza. Tanta energia elettrica viene sprecata, a causa di difetti tecnici di vario genere. Per esempio, riguardo ai condensatori. Nella Penisola abbiamo circa 10 milioni di punti luce.

Quali sono gli altri prodotti innovativi di Umpi?

Oltre a "Misos System", abbiamo il sistema "Sirius" e la linea "Proxi", rivolte al settore pubblico e privato per l'impiantistica negli edifici. Poi abbiamo "Minos Homeland" e "Gipiexe", per le pubbliche amministrazioni, le compagnie di trasporti, e la compagnie di assicurazione. Ma altri sistemi sono allo studio. Contiamo tre brevetti europei di invenzione industriale; e la Certificazione sistema Qualità Tuv, secondo norma Uni En 9001/2000.

Tra vostri interlocutori privilegiati ci sono i sindaci delle città?

Sì, i sindaci, gli amministratori. Molto spesso sono gli assessori al bilancio; non tanto quelli che sovrintendono il settore edilizia pubblica, proprio perché parliamo di risparmio. In Italia il nostro personale commerciale promuove direttamente nei confronti di comuni, ferrovie, società di gestione di servizi, municipalizzate, installatori e altri interlocutori. Stiamo rafforzando la struttura commerciale per seguire capillarmente gli 8.120 comuni italiani, o i grandi enti. E per allargare l'offerta al settore terziario e industriale.

Conosce di persona gli amministratori pubblici e i suoi clienti, anche all'estero?

Sì, certamente. Ho avuto occasione di incontrare molti nostri clienti all'estero, anche della pubblica amministrazione. Conosco diversi sindaci di città piccole e grandi, un po' in tutti i Paesi; con alcuni dei quali mantengo ottimi rapporti, al di là del business.

Le differenze importanti riscontrate in questi anni tra clienti pubblici e privati...

In sintesi: il cliente pubblico è lento nel decidere, lento nel pagare, ma sicuro nel pagamento. Il privato è più rapido nel decidere, meno lento nel pagare, ma molto più a rischio nel pagamento.

Tra cliente Italia ed estero?

All'estero tutta la commercializzazione avviene tramite società che importano e distribuiscono i prodotti a tecnologia Umpi. Il mercato estero ha più o meno le stesse esigenze del mercato italiano. Stiamo cercando partner importanti con cui aggredire i rispettivi territori per tutte le linee di prodotti Umpi, anche con operazioni di Jv.

Rimaniamo oltrefrontiera. Ci parli delle strutture commerciali...

Le società estere sono distributrici, e sono società autonome; giuridicamente fanno riferimento al Paese dove sono collocate. Il personale e i vertici non sono dipendenti di Umpi. In ciascuno dei Paesi dove esportiamo esiste una struttura di questo tipo. Sono realtà piccole, di quattro-sei persone.

Come nascono queste realtà ?

Le persone che fanno parte di queste realtà apprendono le basi qui da noi, a Cattolica. È inevitabile una selezione severa delle persone, che hanno di solito conoscenze tecniche, ma anche un orientamento all'innovazione, un approccio al marketing. Esiste una "scala" di passaggi obbligati. Per esempio, è previsto un periodo di "prova" di sei mesi, prima di firmare un primo accordo. Poi, altri mesi per formare e preparare tecnicamente le persone della realtà commerciale estera. Inizialmente trascorrevano anche due anni prima di avere una struttura pronta in un dato Paese. Adesso le cose sono un po' più veloci. Queste realtà sono un po' le nostre "antenne", per capire il mercato di un certo Paese, ma anche delle aree circostanti.

In quali Paesi sono presenti?

Attualmente sono presenti in dodici Paesi: Argentina, Arabia Saudita, Austria, Belgio, Francia, Germania, Grecia, Repubblica Ceca, Regno Unito, Romania, Slovacchia e Spagna.

Dopo i primi step nel 1986 in Germania e Francia, dove siete andati?

Abbiamo esportato in Spagna dal 1989. Successivamente, in Belgio, Norvegia e Repubblica Ceca dall'anno dopo. Abbiamo imparato molto sull'estero e abbiamo capito che, senza adeguate strutture di appoggio finanziario, è bene muoversi con prudenza e aspettare il momento giusto.

Vi siete mossi nell'Est Europa solo dopo il crollo del Muro di Berlino, nel 1989...

No. Ci siamo mossi anche prima dei fatti di novembre di quello storico anno. Sottoscrivemmo due protocolli con il gruppo UkrspezAutomatica (nome un po' complicato... UKRSPEZ AUTOMATICA) di Kiev, per il trasferimento di nostri prodotti semilavorati, per un valore che era di oltre 20 miliardi di lire. Loro potevano pagare in rubli, ma allora

non c'era la convertibilità, e non trovammo appoggi dalle nostre istituzioni. Così fummo costretti a rinunciare all'operazione.

Ci sono state tentate imitazioni all'estero dei vostri prodotti?

Il marchio Umpi è attualmente registrato in Europa, ma non in tutto il mondo. Non ci risultano a oggi tentate imitazioni di marchio.

E dove vi rivolgerete ora?

Andremo nei Paesi che attualmente ci stanno cercando. Abbiamo una "lista" che contiene una decina di Stati. I primi prossimi insediamenti saranno in Turchia, nei Paesi Scandinavi e in Perù. Poi ci sarà il Brasile, che oggi viene "seguito" attentamente dalla società in Argentina, la Malesia e la Corea. Riguardo all'Europa, la prossima bandierina sarà piantata in Slovenia.

L'America del Nord?

La primissima presenza negli Usa sarà nello Stato del Mariland.

E la Cina?

Pensiamo che sia un mercato interessante. Ma il contesto economico – e non solo – in Cina è così particolare, che abbiamo pensato di andare in consorzio con tre aziende italiane. Dobbiamo tenere conto che la nostra è pur sempre una piccola azienda. Ogni Paese merita una preparazione e uno studio che durano anni. Alcune nostre tecnologie sono considerate all'estero molto evolute. Cerchiamo anche alleanze per arrivare, il più rapidamente, laddove non riusciamo ad arrivare da soli. Il nostro vero nemico è il trascorrere del tempo. ■■■

I NUMERI DELLA UMPI

Anno di nascita:	1982
Fatturato:	Nel 2006, 4,5 milioni di euro
Utile netto:	Nel 2006, 31,127 milioni di euro
Dipendenti:	30
In quali Paesi esteri:	Argentina, Arabia Saudita, Francia, Germania, Grecia, Regno Unito, Romania, Slovacchia, Spagna.