

COME CAMBIA IL MERCATO POST SUPERBONUS? LA PAROLA AGLI INSTALLATORI

IL SONDAGGIO CONDOTTO DA SOLAREB2B, GIUNTO ALLA NONA EDIZIONE, EVIDENZIA PER LA PRIMA VOLTA UN LEGGERO RALLENTAMENTO DEL BUSINESS IN AMBITO RESIDENZIALE, COMPENSATO TUTTAVIA DA UNO SPRINT MAGGIORE NEL SEGMENTO C&I. RISPETTO ALLA SCORSA EDIZIONE, SI STA CONSOLIDANDO SEMPRE DI PIÙ IL RAPPORTO TRA INSTALLATORI E FORNITORI. ECCO I RISULTATI DELLA SURVEY

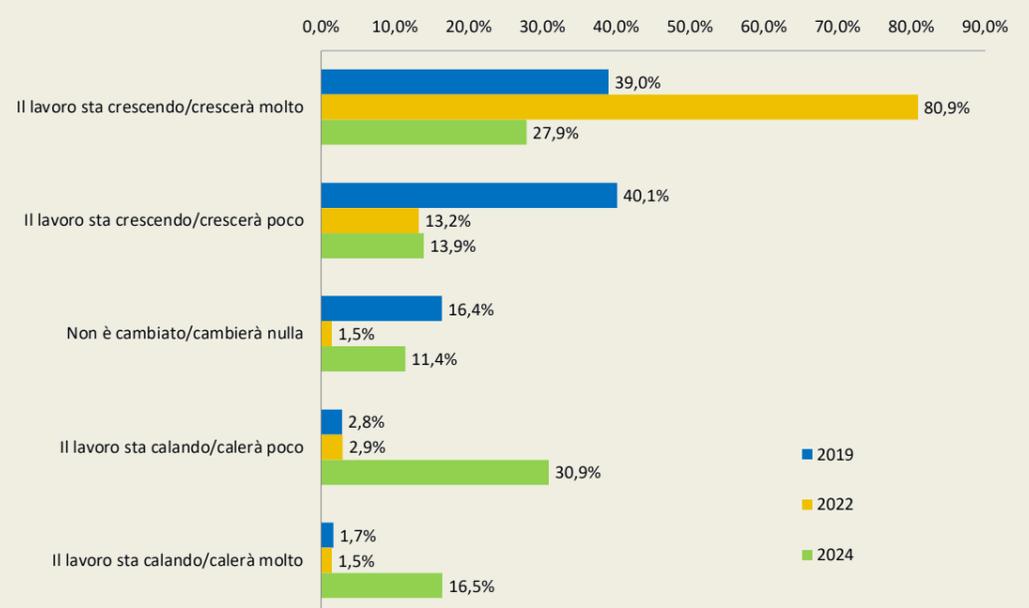
La nona edizione del sondaggio di SolareB2B rivolto agli installatori, dal titolo "Fotovoltaico: come cambia il mercato post Superbonus?" conferma quanto ci aspettavamo: lo stop a cessione del credito e sconto in fattura nell'ambito del Superbonus ha creato un leggero rallentamento nel business in ambito residenziale da parte degli operatori che hanno risposto alla survey. Questo anche perché con la fine della maxi agevolazione è diventato più complicato intercettare nuovi clienti finali. Tuttavia, il rallentamento in ambito residenziale è al momento ben compensato dalla taglia commerciale e industriale, grazie anche a una maggiore convenienza del costo chiavi in mano degli impianti. Salta all'occhio, inoltre, un elemento molto confortante: è infatti migliorato in maniera significativa il rapporto tra installatori e produttori di moduli, inverter, storage e wall box, e le partnership con i distributori. Hanno risposto al sondaggio 160 installatori, qualche unità in meno rispetto all'edizione del 2022. Il 73,6% di loro ha sede nel nord Italia, mentre la restante parte nel centro e sud. Per la maggior parte si tratta di piccole aziende che si occupano di installazione. Il 61% di chi ha risposto fa parte infatti di aziende con meno di 10 collaboratori, mentre il 39% conta più di 10 dipendenti. Il target principale è ancora il residenziale. Il 56% del campione tratta impianti fotovoltaici di taglia compresa tra 3 e 20 kWp, mentre il 44% lavora per impianti di potenza compresa tra 20 e 100 kWp.

DOMANDA 1

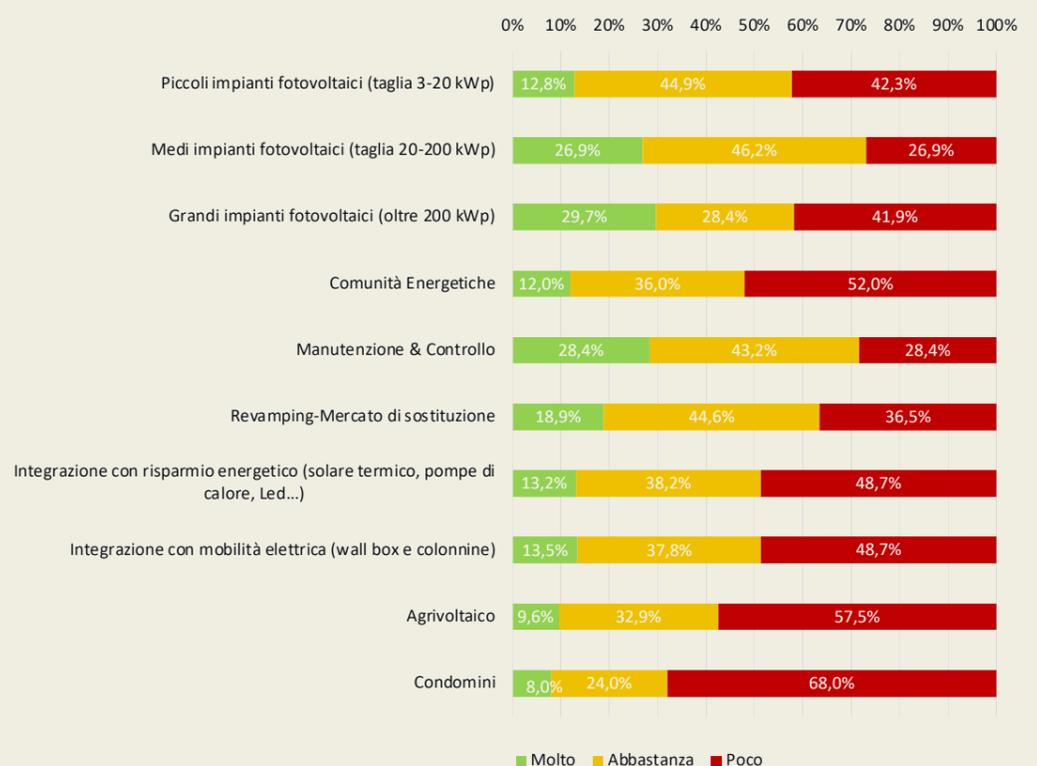
COME STA CAMBIANDO O PREVEDE CAMBIERÀ IL SUO LAVORO DI INSTALLATORE FOTOVOLTAICO O PROGETTISTA RISPETTO ALLO SCORSO ANNO?

Dalla nona edizione del sondaggio risulta immediatamente evidente un dato: gli installatori iniziano a evidenziare un leggero calo del proprio business. Il 30% degli installatori che ha risposto sottolinea infatti che "il lavoro sta calando o calerà poco". Questa percentuale era solo del 3% nell'ultima edizione del 2022, quando invece la quasi totalità del campione che aveva partecipato al sondaggio, l'80,88%, segnalava che il lavoro stava crescendo molto grazie in particolare alla spinta dei bonus fiscali. I partecipanti all'edizione di quest'anno hanno segnalato che sta calando soprattutto la domanda di nuovi impianti in ambito residenziale, in particolar modo per l'eliminazione dello sconto in fattura e per la scarsa capacità di acquisto dei clienti finali. Resta comunque alta la percentuale di installatori che prevede che il lavoro aumenterà, pari a circa il 40% del campione, grazie in particolare alla crescita della taglia commerciale e industriale.

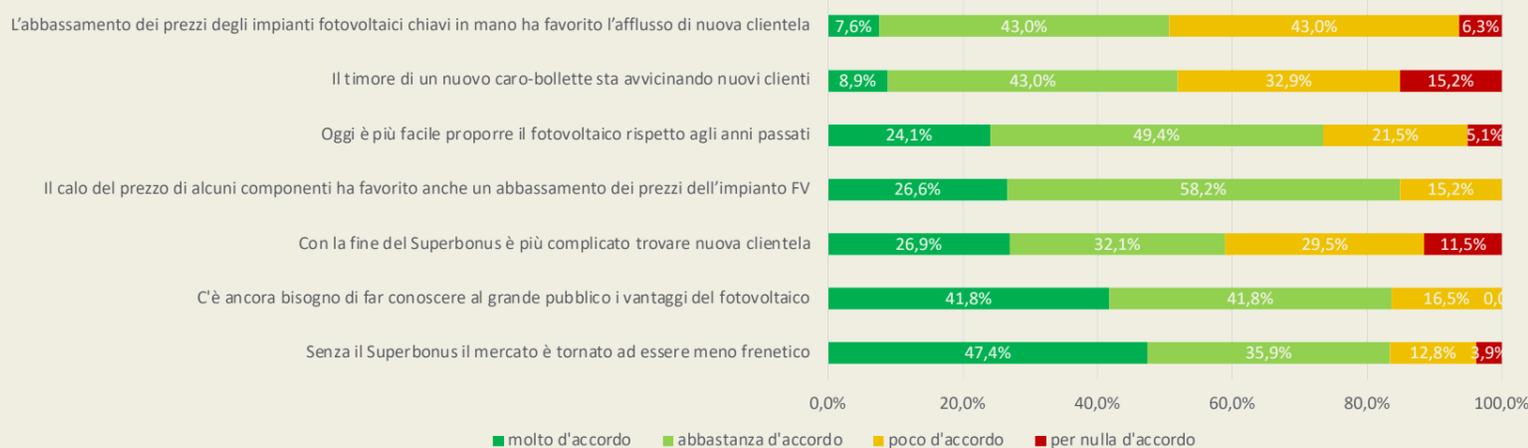
1. Come sta cambiando o prevede cambierà il suo lavoro di installatore fotovoltaico rispetto allo scorso anno?



2. In che misura ritiene che la sua attività possa crescere nelle seguenti aree?



3. Parliamo di rapporto con la clientela. In che misura è d'accordo con le seguenti affermazioni?



DOMANDA 2

IN CHE MISURA RITIENE CHE LA SUA ATTIVITÀ POSSA CRESCERE NELLE SEGUENTI AREE?

Da quale segmento arriverà la spinta più importante? Anche in questo caso, dalle risposte raccolte, si possono notare alcune differenze sostanziali rispetto all'ultima edizione del sondaggio condotto nel 2022. Se fino all'ultima release era il residenziale a coprire la percentuale più importante del business degli installatori che avevano partecipato al sondaggio, oggi le risposte sono decisamente differenti. Considerando il segmento di impianti con potenza da 3 a 20 kWp, la fetta di installatori che crede che la propria attività crescerà molto è del 13% (era al 54% nell'edizione precedente). Il 45,5% sostiene che il lavoro crescerà abbastanza mentre il 41,5% sostiene che il lavoro crescerà poco (22,06% nell'edizione 2022 del sondaggio). Le aspettative più alte arrivano dagli impianti di taglia maggiore. Se si considerano le installazioni con potenza tra 20 e 200 kWp, il 27% del campione prevede che il lavoro potrebbe crescere molto in quest'area. È anche molto alta la percentuale di chi sostiene che la propria attività potrà crescere nel segmento di impianti di potenza superiore ai 200 kWp (30%). Quest'anno nel sondaggio abbiamo inoltre sostituito la voce "storage" con "comunità energetiche", visti anche i recenti sviluppi normativi. Rispetto a quest'ultima voce, solo il 12% prevede che la propria attività crescerà molto, mentre il 51% sostiene che crescerà poco.

DOMANDA 3

PARLIAMO DI RAPPORTO CON LA CLIENTELA. IN CHE MISURA È D'ACCORDO CON LE SEGUENTI AFFERMAZIONI?

Come per il sondaggio del 2022, anche quest'anno abbiamo deciso di focalizzarci sul rapporto tra installatore e clientela modificando alcune voci. Con la fine del Superbonus, il 46,75% del campione che ha partecipato al sondaggio è "molto d'accordo" rispetto al fatto che il mercato è tornato ad essere meno frenetico, ma allo stesso tempo evidenzia come sia diventato più complicato raggiungere nuovi clienti. In questo caso, oltre il 50% del campione è "molto d'accordo" e "abbastanza d'accordo" che, con la fine della maxi agevolazione, non è semplice intercettare nuovi potenziali end user. Rispetto all'edizione del 2022, cala anche la percentuale di chi è "molto d'accordo" rispetto al fatto che oggi è più facile proporre il solare rispetto agli anni passati (dal 57,97% del 2022 al 24,36% dell'edizione 2024).

C'è chi spiega queste differenze sottolineando come oggi la clientela stia aspettando nuove misure riguardanti i bonus in quanto "abituati all'idea di ricevere l'impianto scontato" o addirittura chi sostiene come "molti clienti siano spaventati dal pericolo di vedere i pannelli distrutti dalle grandinate".

C'è anche però chi vede un lato positivo in questa maggiore fatica nel proporre il solare e avvicinare nuova clientela, evidenziando come sia necessario un "periodo di disintossicazione dal Superbonus" che in qualche modo, invece, aveva drogato il mercato.

SAJ

C&I Smart PV&ESS

Potenzia la tua azienda con efficienza, risparmio e riduci la tua impronta carbonica



Massimizza
l'autoconsumo



Installazione ed
espansione semplici



Taglio dei picchi
di consumo



SERIE **CHS2**

SAJ Italia

✉ italy@saj-electric.com

☎ +39 324 286 4300

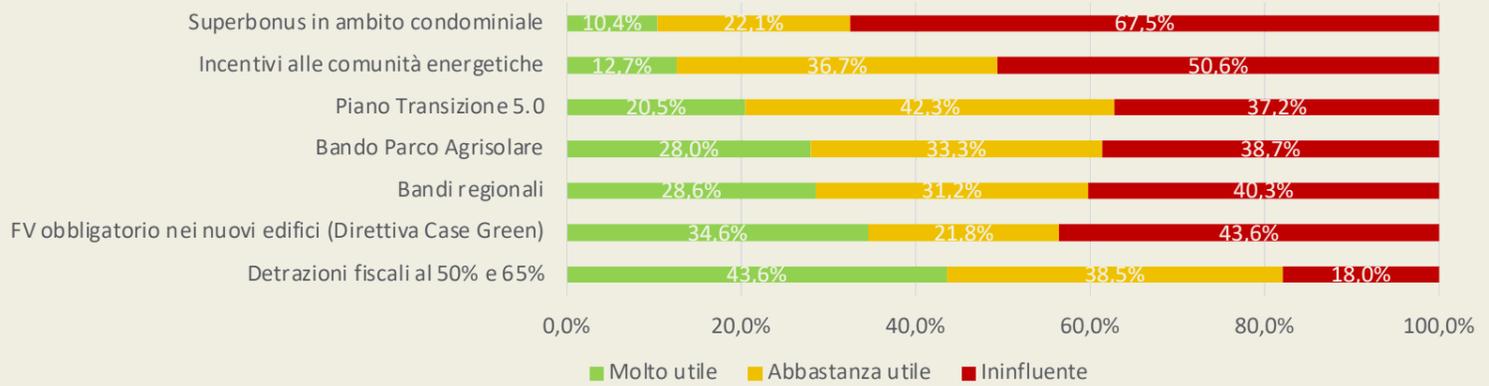
🌐 it.saj-electric.com



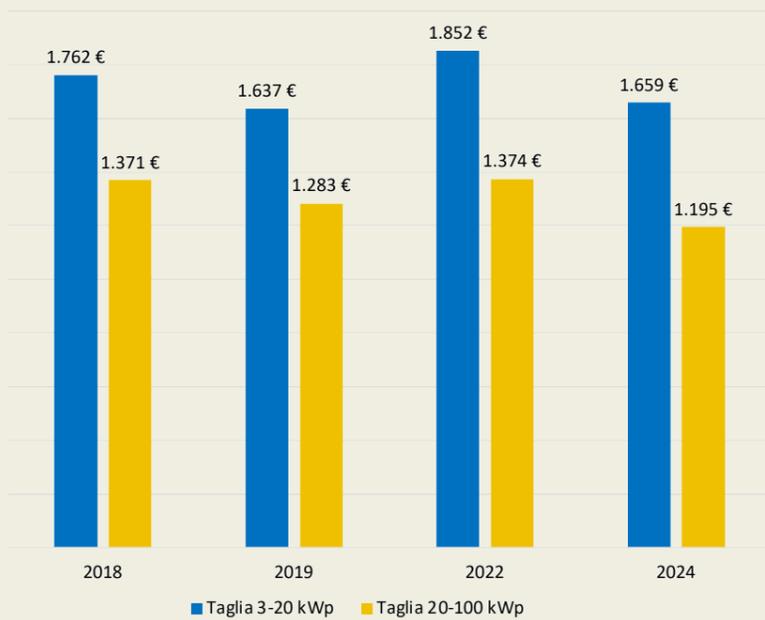
SAJ



4. In che modo queste misure si stanno rivelando utili (o ritiene si riveleranno utili) nell'ambito del vostro lavoro per aumentare il numero di nuovi impianti da realizzare?



5. Qual è il prezzo medio "indicativo" al pubblico del kWp installato nel suo territorio (IVA compresa)?

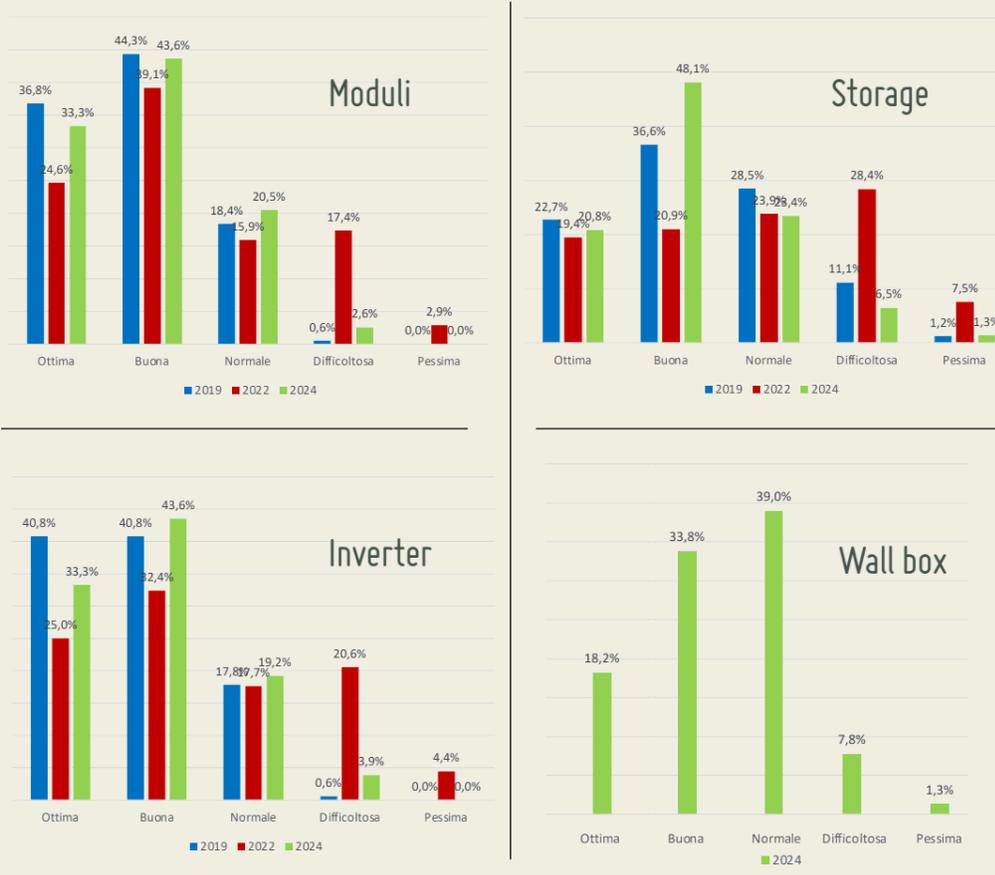


6. Quali sono i criteri con i quali scegliete i marchi di moduli inverter e storage o con i quali valutate di trattare un nuovo brand?

Date un peso alle seguenti voci, da un minimo di 1 (criterio poco importante) a un massimo di 5 (criterio molto importante)



7. Come giudica la collaborazione con i suoi principali fornitori (produttori/distributori) di moduli, inverter, storage e wall box?



DOMANDA 4

IN CHE MODO QUESTE MISURE SI STANNO RIVELANDO UTILI (O RITIENE SI RIVELERANNO UTILI) NELL'AMBITO DEL VOSTRO LAVORO PER AUMENTARE IL NUMERO DI NUOVI IMPIANTI DA REALIZZARE?

Il segmento residenziale potrebbe continuare a crescere sfruttando le detrazioni fiscali tradizionali. Il 43,59% di chi ha risposto al sondaggio sostiene infatti che le agevolazioni siano "molto utili" nella crescita del proprio business. Buone prospettive anche dalla Direttiva Case Green. Il 34,6% di chi ha risposto sostiene che l'obbligo di dotare il solare nei nuovi edifici, come da direttiva europea, sia "molto utile" alla crescita del business. Restano invece più basse le percentuali di chi sostiene che le comunità energetiche e il solare sui condomini possano garantire una spinta al lavoro degli installatori. Da questo punto di vista bisogna però sottolineare come le regole operative per le configurazioni di autoconsumo collettivo e per le comunità energetiche siano arrivate solo poche settimane fa, quindi la risposta mette in evidenza un mercato ancora acerbo, ai nastri di partenza. Sul fronte invece delle installazioni di taglia commerciale e industriale, sono alte le percentuali degli installatori che ritengono "molto utile" e "abbastanza utile" misure tra le quali Piano Transizione 5.0 e Bando Agrisolare, ma con qualche riserva. C'è chi infatti denuncia il problema delle fasi di stallo che si creano in attesa dei decreti attuativi, tema legato soprattutto agli effetti del Piano Transizione 5.0, o che sia necessaria maggior chiarezza per poter lavorare con regole precise.

DOMANDA 5

QUAL È IL PREZZO MEDIO "INDICATIVO" AL PUBBLICO DEL KWP INSTALLATO NEL SUO TERRITORIO (IVA COMPRESA)?

Dopo il leggero aumento medio al kWp registrato nel 2022, legato soprattutto all'aumento dei prezzi delle materie prime dei moduli fotovoltaici, si registra un'inversione di tendenza. Il valore medio del kWp per il segmento di impianti tra 3 e 20 kWp è infatti tornato ai livelli pre Covid, pari a 1.659 euro, con una flessione del 10,4% rispetto ai 1.852 euro della scorsa edizione. In generale, i prezzi oscillano tra 1.200 euro e 2.500 euro, dimostrando ancora una volta come la forbice sia molto ampia. Cala anche il

costo chiavi in mano in ambito commerciale e industriale. Per quanto riguarda la taglia tra 21 e 100 kWp, il valore medio è di 1.195 euro. In questo caso, si registra una flessione del 13% rispetto alla scorsa edizione del sondaggio (1.374 euro), con una forbice molto ampia (dai 900 ai 2.000 euro al kWp).

DOMANDA 6

NEGLI ULTIMI ANNI IL NUMERO DI PRODUTTORI SI È AMPLIATO CON IL CONSOLIDAMENTO DI BRAND STORICI E CON L'ARRIVO DI NUOVI PLAYER. QUALI SONO I CRITERI CON I QUALI SCEGLIETE I MARCHI DI MODULI, INVERTER E STORAGE O CON I QUALI VALUTATE DI TRATTARE UN NUOVO BRAND?

Nella nona edizione del sondaggio, SolareB2B ha inserito una nuova domanda per chiedere agli installatori i criteri con i quali scelgono i marchi di moduli, inverter e storage, sia per avviare una collaborazione con un nuovo brand, sia per consolidare le partnership con i marchi storici. Utilizzando il criterio di importanza da uno a cinque, emerge innanzitutto come le due voci più importanti tra i criteri di scelta siano assistenza post vendita e qualità dell'offerta. Rispetto al primo punto, gli installatori che hanno partecipato al sondaggio sottolineano come siano soprattutto i brand presenti da tempo sul mercato a garantire qualità dei servizi post vendita. C'è chi commenta come "l'assistenza post vendita sia inesistente tra i marchi emergenti".

Tra gli altri criteri di scelta considerati molto importanti emergono notorietà del brand, rapporto qualità/prezzo e ampiezza di gamma, mentre il supporto marketing è tra i parametri meno considerati dagli installatori.

DOMANDA 7

COME GIUDICA LA COLLABORAZIONE CON I SUOI PRINCIPALI FORNITORI (PRODUTTORI / DISTRIBUTORI) DI MODULI, INVERTER, STORAGE E WALL BOX?

A differenza della scorsa edizione, quest'anno si registra un miglioramento nel rapporto tra installatori e fornitori. Sono infatti cresciute le percentuali di chi ha segnalato le voci "ottima" e "buona" in questo rapporto, soprattutto in relazione ai produttori di inverter e sistemi di storage. In questi due casi si riduce notevolmente la voce "collaborazione difficoltosa", con percentuali che si attestano rispettivamente al 3,9% e 6,5% (erano al 20,6% e al 28,4% nell'edizione 2022). Sul fronte dei moduli, invece, è alta la percentuale di chi reputa "ottima" e "buona" la collaborazione con i principali fornitori, arrivando complessivamente al 76,56% (65% nella scorsa edizione). Quest'anno per la prima volta abbiamo inserito nel sondaggio anche la voce "wall box". Anche in questo caso, i risultati sono positivi: il 51% circa giudica "ottima" e "buona" la collaborazione con i suoi principali fornitori, mentre il 40% la reputa "normale".

DOMANDA 8

PARLIAMO DI DISTRIBUTORI. QUALI SONO I 3 SERVIZI CHE LEI RITIENE PIÙ IMPORTANTI NEL MOMENTO IN CUI SI RIVOLGE A UN DISTRIBUTORE (SIA SPECIALIZZATO IN FOTOVOLTAICO, SIA GROSSISTA DI MATERIALE ELETTRICO)?

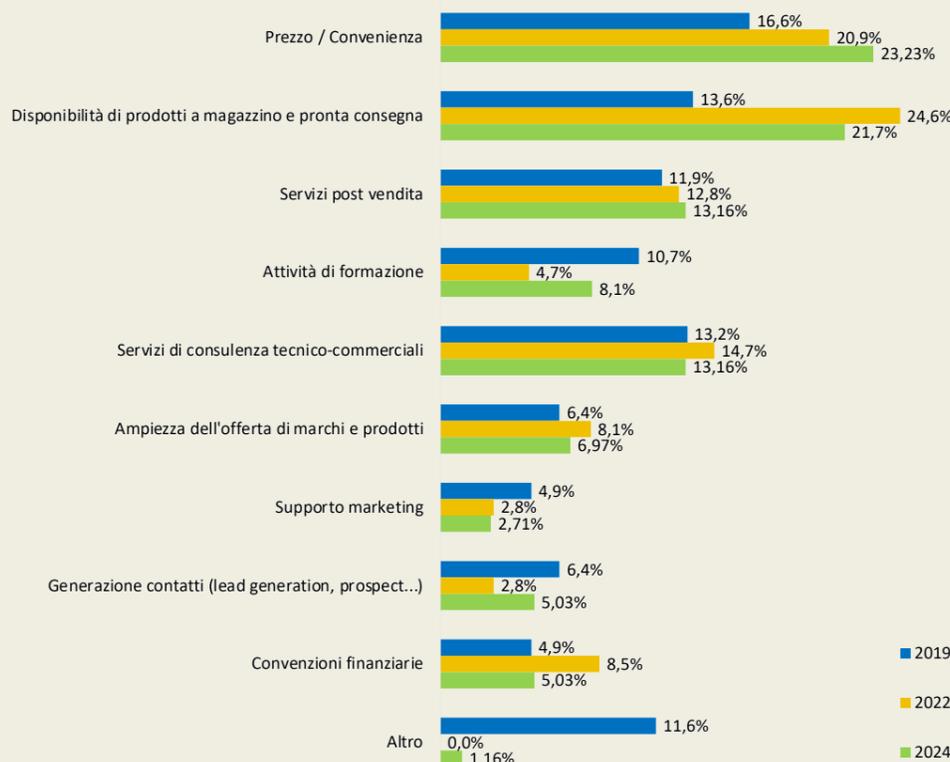
Vediamo ora il rapporto tra installatori e distributori, e in particolar modo i servizi ritenuti più importanti nel lavoro degli installatori. La percentuale più alta di installatori che ha risposto al sondaggio ritiene che il rapporto qualità/prezzo e la disponibilità di prodotti a magazzino siano gli aspetti più importanti nel rapporto di collaborazione (75% e 71% del campione che ha partecipato al sondaggio). Seguono servizi post vendita (43,59%) e consulenza tecnico commerciale (43,59%).

DOMANDA 9

IN CHE MODO I PRODUTTORI/DISTRIBUTORI DOVREBBERO SOSTENERE LA CRESCITA DEL MERCATO E QUINDI IL LAVORO DEGLI INSTALLATORI?

L'ultima domanda entra nel merito del rapporto tra installatori e fornitori, evidenziando quali sono le necessità e le richieste da parte dei primi, nei confronti dei secondi. Nonostante il costo chiavi in mano degli impianti sia oggi ancora più conveniente, è decisamente alta la percentuale di risposte di chi chiede un ulteriore abbassamento dei prezzi (46,7%) e di chi chiede maggior supporto nel raggiungere nuovi potenziali clienti (35,06%). Resta alta la percentuale di chi chiede prodotti e tecnologie innovativi, e quella di chi chiede di rafforzare le attività di formazione e training. Tornano a crescere anche le percentuali di chi chiede maggiore attività pubblicitaria presso il grande pubblico per far conoscere i vantaggi del fotovoltaico, segno che la tv potrebbe essere il miglior mezzo per raggiungere nuovi potenziali clienti. Cala, infine, la percentuale di chi chiede maggiore attività associativa e di lobbying.

8. Parliamo di distributori. Quali sono i 3 servizi che lei ritiene più importanti nel momento in cui si rivolge a un distributore (sia specializzato in fotovoltaico, sia grossista di materiale elettrico)?



9. In che modo i produttori/distributori dovrebbero sostenere la crescita del mercato e quindi il lavoro degli installatori?

