



# C&I SVEGLIAMO IL GIGANTE

**I**l segmento del fotovoltaico C&I dovrebbe essere uno dei principali motori della transizione energetica italiana. Le imprese non mancano di sottolineare la drammatica necessità di ridurre il costo dell'energia per aumentare la competitività nel mercato globale. Si sta inoltre assistendo a una accelerazione della tecnologia che offre maggiori opportunità rispetto al passato, considerando soprattutto i grandi vantaggi che possono arrivare dall'integrazione tra fotovoltaico e Bess, e le crescenti performance di tutti i dispositivi coinvolti. Eppure, nonostante queste condizioni favorevoli, il mercato C&I nell'ultimo anno ha mostrato un andamento sostanzialmente piatto e inferiore alle aspettative. Per affrontare questi aspetti, SolareB2B ha organizzato una tavola rotonda a porte chiuse che si è tenuta lo scorso 1° aprile presso la sede della redazione a Giussano, in provincia di Monza e Brianza. Alla tavola rotonda hanno partecipato 11 figure di primo piano del mercato fotovoltaico italiano in rappresentanza di produttori, distributori, società di installazione e associazioni: Alessandra Astolfi (Group exhibition manager di International Exhibition Group), Andrea Brumgnach (vicepresidente di Italia Solare e CEO di Neyen), Giovanni Canzano (senior sales manager di SAJ), Andrea Da Re (direttore commerciale di Contact Italia), Luca Demattè (Ceo di Esaving), Massimo Marengo (titolare di Albasolar e referente nazionale per l'energia di Confapi), Valerio Natalizia (Ceo di Eco The Photovoltaic Group), Gianluigi Riva (sales director di Longi), Elia Sartelli (business development manager C&I di Senec), Demis Tamburini (director smart PV Italy di Huawei) e Giorgio Zaupa (chief strategy officer di C2 System). Ecco una sintesi del dibattito.

**Davide Bartesaghi (SolareB2B):** «Nel nostro Paese, la bolletta dell'energia elettrica rappresenta il 25% dei costi fissi di un'azienda. Questo dato è fondamentale per comprendere quanto rilevante possa essere il segmento C&I per il mercato fotovoltaico. Quali sono quindi gli ostacoli al decollo del solare in questo am-

LE IMPRESE ITALIANE HANNO BISOGNO DI ENERGIA A BASSO COSTO, MA IL FOTOVOLTAICO INDUSTRIALE VIAGGIA A RILENTO. TRA I PRINCIPALI OSTACOLI CI SONO QUELLI NORMATIVI, CHE SI SOMMANO A UNA CULTURA LACUNOSA E PER CERTI VERSI PREGIUDIZIEVOLE. TANTI SONO QUINDI GLI SPAZI DI MANOVRA PER GLI OPERATORI DEL MERCATO, CHE POSSONO DAVVERO CONTRIBUIRE A FAR DECOLLARE UN SEGMENTO ESSENZIALE PER LA DIFFUSIONE DEL SOLARE. NE ABBIAMO PARLATO IN UNA TAVOLA ROTONDA CON 11 RAPPRESENTANTI DI VARI ANELLI DELLA FILIERA

bito e in che modo il settore può affrontare queste criticità mettendo le basi per una ripartenza su basi più solide e con modelli di business più innovativi?»  
**Gianluigi Riva (Longi):** «Ci sono sicuramente dei fattori che ostacolano la diffusione del fotovoltaico in ambito C&I a partire dall'attesa all'incentivo. Sono tanti gli imprenditori che rimandano l'investimento nel fotovoltaico in attesa di un incentivo ma se poi quest'ultimo non soddisfa alcune loro aspettative, sono disposti a rimandare ulteriormente. Questo evidenzia come la valutazione spesso non viene fatta tenendo in considerazione l'effettivo beneficio conseguente a un'autoproduzione di energia elettrica, che è garantito al di là degli incentivi. Un altro aspetto ostacolante è la burocrazia. Ci sono stati degli snellimenti nell'iter burocratico ma quando si tratta di grandi impianti che richiedono valutazioni di vincoli oppure ad esempio potenziamenti di cabine, in questi casi l'iter è molto farraginoso. Si evidenzia un altro limite che è culturale, l'imprenditore oggi vede il fotovoltaico ancora come un co-

sto. È necessario far capire che investire nel solare significa garantire dei costi fissi sull'energia elettrica per gli anni a venire. In questo senso, noi operatori del mercato dovremmo modificare il nostro messaggio mostrando come il fotovoltaico consenta una gestione energetica strategica che aumenta la competitività delle imprese. Dobbiamo non solo saper parlare dei prodotti che offriamo, del payback e del ritorno all'investimento. Dobbiamo parlare la stessa lingua del CFO, far capire che non stiamo proponendo un impianto per abbassare le bollette ma stiamo creando un hub energetico che diventa un asset strategico per l'azienda. Qualcosa che garantirà vantaggi a lungo termine, compresi i benefici in termini di ESG che agevolano l'accesso al credito. Il suggerimento è quello di cambiare il messaggio spostandolo da qualcosa che fa risparmiare in bolletta a qualcosa che garantisce maggiore competitività e offre una strategia di lungo periodo. Bisogna per cui proporre non solo l'impianto ma anche l'accumulo per aumentare ulteriormente l'autoconsumo. Bisò-



### IL VIDEO COMMENTO DEI PARTECIPANTI



Inquadra il QR code per guardare un breve filmato con il commento dei partecipanti all'incontro



gna parlare anche di flotte aziendali e quindi della possibilità di abbattere completamente i costi della benzina installando colonnine ricaricate dal proprio impianto solare. Bisogna parlare infine dell'energy management system e quindi dei software che permettono di regolare i picchi aziendali in modo tale da regolarli con la produzione del fotovoltaico. Per fare tutto questo, le società EPC dovrebbero diventare EPCF e proporre anche soluzioni di finanziamento. Questa è secondo me una direzione che ci potrebbe aiutare nello svegliare il gigante».

**Elia Sartelli (Senec):** «Senec Italia negli ultimi anni si è sviluppata come EPC contractor nel mercato C&I e più di recente anche come Esco. Ci interfacciamo quindi direttamente con gli imprenditori cercando di analizzare le situazioni specifiche per trovare soluzioni personalizzate. Nel fare questo ci scontriamo con una serie di ostacoli, tra cui non tanto la cultura pregiudizievole sul fotovoltaico ma la mancanza di consapevolezza dell'utilità di un impianto. Il mercato italiano è composto da circa 5 milioni di PMI il cui fatturato rappresenta il 60% di quello di tutte le aziende italiane. I loro consumi rappresentano invece il 40% di quelli delle aziende. Però la PMI non ragiona come la grande impresa anche perché in molti casi si parla di piccole e micro imprese che non hanno un energy manager capace di vedere e leggere grafici e cifre. Agli imprenditori di queste piccole e micro imprese serve spiegare che l'impianto solare non è una scelta ideologica ma un vero asset che può garantire risparmio e maggior competitività. Un'installazione calibrata sulle reali esigenze del cliente impatta direttamente sul business e diventa quindi un elemento proprio della catena di produzione. Un altro problema, di carattere normativo, si declina in due direzioni. La prima riferita alla mancata chiarezza delle norme e la seconda riferita all'attesa costante di un incentivo quando sappiamo ormai benissimo che il fotovoltaico oggi non avrebbe nemmeno bisogno di benefit. Una considerazione che trova riscontro anche nell'andamento dei prezzi dell'energia elettrica degli ultimi mesi. Peraltro proprio questo andamento dei prezzi sta spingendo la PMI a chiedere con urgenza l'installazione di impianti solari per correre ai ripari e aumentare la propria indipendenza. Quindi secondo me la prima cosa da fare è lavorare per far comprendere che il fotovoltaico oggi può essere fatto anche senza un incen-

tivo e rientrare in un'operazione di efficientamento energetico che riguarda tutta la struttura aziendale. Dal punto di vista normativo, chiaramente noi operatori non abbiamo spazio di manovra, ma sarebbe importante avere regole chiare e soprattutto non retroattive perché così facendo viene meno la fiducia verso le istituzioni. È importante anche collaborare con banche e istituti finanziari di credito che hanno sempre più interesse nel fotovoltaico perché si tratta di progetti facilmente bancabili. Ma anche perché, grazie a queste operazioni, gli istituti stessi possono raggiungere valori reputazionali più alti e quindi aver maggiore liquidità dalla BCE».

**Valerio Natalizia (Eco The Photovoltaic Group):** «Secondo me il segmento C&I tutto sommato, soprattutto negli ultimi tre anni, sta registrando numeri interessanti. Anche la fascia da 1 a 10 MW sta performando bene. Chiaramente ci sono dei problemi e devo ammettere che probabilmente alcuni temi sono gli stessi che avremmo potuto discutere in una tavola rotonda di 10 o 15 anni fa. La mancanza di stabilità e di chiarezza delle normative, la retroattività dei provvedimenti e i problemi di connessione continuano a essere un comun denominatore negli anni. C'è un tema che va oltre il fotovoltaico e che riguarda in generale l'energia. In Italia la competitività delle nostre imprese è messa a dura prova in prima battuta proprio dal costo dell'energia che rappresenta un primo svantaggio rispetto a realtà imprenditoriali europee. Il fotovoltaico in questo scenario può davvero essere una soluzione, anche perché installazioni che opera-

## I Protagonisti del dibattito



**ALESSANDRA ASTOLFI**  
Group exhibition manager di International Exhibition Group



**ANDREA BRUMGNACH**  
Vicepresidente di Italia Solare e CEO di Neyen



**GIOVANNI CANZANO**  
Senior sales manager di SAJ



**ANDREA DA RE**  
Direttore commerciale di Contact Italia



**LUCA DEMATTÈ**  
Ceo di Esaving



**MASSIMO MARENGO**  
Titolare di Albasolar e referente nazionale per l'energia di Confapi



**VALERIO NATALIZIA**  
Ceo di Eco The Photovoltaic Group



**GIANLUIGI RIVA**  
Sales director di Longi



**ELIA SARTELLI**  
Business development manager C&I di Senec



**DEMIS TAMBURINI**  
Director smart PV Italy di Huawei



**GIORGIO ZAUPA**  
Chief strategy officer di C2 System



**DAVIDE BARTESAGHI**  
SolareB2B



**MONICA VIGANÒ**  
SolareB2B



**MICHELE LOPRIORE**  
SolareB2B



**Alessandra Astolfi (IEG):** «Gli incentivi non strutturali creano confusione e immobilismo. Serve fare sistema tra operatori e istituzioni per dare messaggi chiari e coerenti. Fondamentale coinvolgere anche le banche per rendere i progetti più accessibili».



**Giovanni Canzano (SAJ):** «Oggi bisogna proporre sistemi energetici integrati con AI e accumulo, non solo impianti. Serve superare l'asimmetria culturale e offrire soluzioni strutturate che garantiscano ritorni rapidi e certi».

**Andrea Brumgnach (Italia Solare, Neyen):** «Il vero problema è la mancanza di strategia politica stabile: il continuo cambio di regole blocca gli investimenti. Serve chiarezza e competenza tecnica per guidare il cliente».



MONICA VIGANÒ E DAVIDE BARTESAGHI DI SOLAREB2B

no ormai da 25 anni sono la dimostrazione dell'affidabilità di questa tecnologia. Al contrario soprattutto a livello istituzionale si tende sempre a evitare l'argomento e a puntare su altri temi che culturalmente fanno più notizia, come il nucleare. Come associazione, abbiamo più volte tentato di spingere le istituzioni a prendere una posizione decisa a favore delle rinnovabili come soluzione per il problema energetico italiano ma, indipendentemente dalle bandiere, non è mai stato fatto. Ed è una situazione grave perché questo tipo di comunicazione ha effetti concreti sugli imprenditori italiani, scoraggiandoli a investire nel fotovoltaico. Nonostante quindi i numeri nel C&I non siano così negativi, il contesto non è semplice proprio perché non c'è una presa di posizione netta in termini istituzionali a favore di una tecnologia che è matura e affidabile. E che oltretutto fa bene non solo all'ambiente ma anche alle imprese del nostro

Paese. Aggiungo un'altra considerazione: la politica legata ai criteri ESG sta subendo un rallentamento perché alcuni provvedimenti sono stati ritardati e alcuni obblighi sono stati posticipati. Questo a cascata sta portando a un freno negli impegni verso la sostenibilità, che ricadono anche nel perimetro di azione del fotovoltaico. I bilanci di sostenibilità ora sono spesso iniziative volontarie dei singoli imprenditori che credono possano essere elementi distintivi della propria organizzazione. Mi allaccio al tema banche sollevato in precedenza: gli istituti finanziari hanno l'obbligo di investire una grossa parte della finanza che hanno a disposizione in investimenti green, per cui vedo da parte di questi soggetti predisposizione a sostenere i progetti di efficientamento delle imprese. Gli elementi per lavorare bene ci sono, quindi. Tutti gli ostacoli si rifanno alla comunicazione e - se vogliamo - all'accettabilità sociale di una tecnologia che non viene percepita come qualcosa che possa portare benefici reali a ogni cittadino».

**Giorgio Zaupa (C2 System):** «Lavoro in questo settore da ormai 23 anni. Ho iniziato occupandomi di mobilità elettrica per un'azienda svizzera, per poi tornare in Italia. Nel tempo ho cambiato poche realtà, collaborando principalmente con tre grandi aziende, il che mi ha permesso di osservare chi ha cavalcato le mode del momento senza però avere la costanza di restare sul mercato nel lungo periodo. Oggi il mio ruolo è quello di sviluppare l'attività dell'azienda per cui lavoro operando a stretto contatto con associazioni di categoria e professionisti. Concordo pienamente con quanto espresso da chi mi ha preceduto. I problemi sono molti e risulta fondamentale saper proporre soluzioni. Il mio primo appunto riguarda il sistema degli incentivi. L'errore principale del legislatore è creare dei bandi spot temporanei ed eclatanti quando sarebbe più proficuo rendere le agevolazioni strutturali e garantite per più anni. Questo darebbe sicurezza alle aziende e ai consulenti, permettendo una pianificazione reale e non basata sull'urgenza del momento. C'è poi un enorme deficit di comunicazione e competenze. Spesso i clienti finali ragionano per frasi fatte senza riuscire a concretizzare i progetti. Per questo, con la mia azienda, sto cercando di offrire servizi che vadano oltre la consulenza tecnica aiutando le imprese anche a gestire la parte burocratica e l'accesso al credito. Anche perché abbiamo riscontrato che le banche non hanno gli stessi tempi delle aziende e addirittura in alcuni casi siamo stati noi stessi a dover fare da banca per sopperire alla lentezza degli istituti di credito, nonostante le pratiche per Transizione 5.0 fossero già avviate. Nonostante questo clima di incertezza e la dipendenza eccessiva dai bandi, noto segnali positivi: sta crescendo una nuova educazione tra gli imprenditori, che iniziano a capire che certi investimenti si ripagano da soli, indipendentemente dalla finanza agevolata. Riceviamo moltissime chiamate, non solo dalle PMI ma anche dai privati, il che fa presagire un effetto a catena positivo su tutto il tessuto produttivo. Infine, è vero, un tema critico è quello dell'ESG. Molte realtà, anche strutturate, non hanno ancora compreso che il bilancio di sostenibilità non è un optional. C'è il rischio concreto che, senza questi parametri, l'Europa e il sistema finanziario inizino a non consentire più l'accesso al credito».

**Andrea Brumgnach (Italia Solare - Neyen):** «Anche io sono un veterano del mercato solare, avendo iniziato nel 2000 con i decreti Letta e Bersani e attraversato tutti i meccanismi incentivanti, dai vari Conti Energia al Conto Termico. Se da giovane pensavo con romanticismo che i governi fossero incompetenti, oggi so che i funzionari sono in realtà molto preparati. Quello che manca in questo Paese è la volontà politica di creare una strategia energetica di medio-lungo periodo. Senza una visione chiara, fare impresa è impossibile. Non è possibile fare un business plan attendibile nemmeno a un anno, perché ogni giorno le regole cambiano. Questo sistema di "stop and go" uccide il mercato, poiché gli imprenditori restano in attesa dell'incentivo successivo, bloccando ogni investimento. Però come sappiamo le rinnovabili sono democratiche e quello che è innegabile è che stanno scardinando un sistema che è passato dal monopolio all'oligopolio. Se abbiamo oltre due milioni di impianti fotovoltaici, significa che ci sono

**Andrea Da Re, (Contact Italia):**

«Il problema è la distanza tra noi operatori e gli imprenditori. Il fotovoltaico è già competitivo, ma le offerte sono troppo complesse. Serve standardizzare e semplificare per rendere le soluzioni comprensibili».

oltre due milioni di soggetti che si appropriano del mercato di chi ne è sempre stato il padrone. Il vero problema, il peccato originale, è che lo Stato italiano è l'azionista di riferimento dei più grandi player energetici, creando un evidente conflitto di interessi tra la transizione e il mantenimento di vecchie posizioni di potere. Arrivando nello specifico alle difficoltà del mercato C&I, manca cultura. Ci sono troppe opzioni diverse tra SEU, leasing, noleggio, diritti di superficie. Ma il cliente spesso non ha gli strumenti per scegliere. Inoltre c'è troppa asimmetria tra chi presenta business plan dettagliati e chi invece semplifica il tutto su un unico foglio, tralasciando voci e costi che apparentemente fanno sembrare il proprio preventivo più conveniente. Questo obbliga chi lavora con precisione a inseguire il cliente per spiegare la diversità di prezzo. Proseguendo, c'è la necessità di proporre impianti ben dimensionati e non standardizzati. Un impianto dimensionato sull'autoconsumo ha rendimenti a doppia cifra anche senza incentivi. E qui arrivo a un'altra considerazione: sarebbe bello che lo Stato si dimenticasse di noi e smettesse di creare bonus confusi, concentrandosi su un'unica missione, ovvero la costruzione di un incentivo permanente per la rimozione dell'amianto. Abbiamo ancora milioni di metri quadri di amianto in scuole e ospedali. Io stesso firmo contratti dove, in cambio del diritto di superficie per installare un impianto, bonifico il tetto del cliente a costo zero per lui e per le casse dello Stato. Infine, c'è anche il tema delle Comunità Energetiche che sono, per ora, un buco nell'acqua. Ne gestisco diverse, ma i costi per la gestione burocratica dei portali GSE superano i ricavi, portando a perdite secche. È un sistema zoppo, nato con ritardi mostruosi tra cui un'attesa di 25 mesi per decreti che dovevano uscire in sei. I ministri dovrebbero ricordarsi che la mancanza di pianificazione è il danno più grande per il Paese».

**Giovanni Canzano (SAJ):** «Lavoro nel settore energetico come fornitore di tecnologia e collaboro con distributori e produttori. Attualmente ricopro il ruolo di country manager per un'azienda che produce inverter e, soprattutto, sistemi di accumulo integrati con intelligenza artificiale ed ecosistemi di gestione energetica. Mi permetto di dire, considerando le ore di sole, che è assurdo che mercati come la Germania o la Norvegia installino tre volte più di quanto facciamo noi in Italia. Secondo me il problema non è tanto l'attesimo creato dagli incentivi, ma la mancanza di programmazione delle istituzioni, che sembrano incapaci di una visione a lungo termine. Ma d'altronde oggi abbiamo una politica che parla ancora di accendere centrali a carbone, quando il mondo galoppa verso una rivoluzione industriale guidata dalla tecnologia. E parlo di una tecnologia integrata. Nel mercato C&I, ad esempio, non è più funzionale proporre il solo fotovoltaico perché il nostro ruolo di operatori non è quello di vendere "pezzi di ferro" a sé stanti. Noi dobbiamo proporre sistemi che hanno un impatto fondamentale nella stabilizzazione del costo dell'energia. Nel caso specifico dell'azienda per cui lavoro, attraverso l'uso di algoritmi e intelligenza artificiale, i nostri sistemi permettono di fare arbitraggio energetico: carichiamo le batterie dalla rete quando l'energia costa zero e la utilizziamo o vendiamo a seconda della convenienza. Questo approccio garantisce rendimenti a doppia o persino tripla cifra, rendendo l'investimento paragonabile a quello di un qualsiasi macchinario industriale. Ma è vero quello che è stato detto, c'è una grande asimmetria culturale. Se noi proponiamo business plan strutturati e vestiti sarto-



**Demis Tamburini (Huawei):**

«Il mercato è limitato da crescita economica debole, norme instabili e cultura insufficiente. Il fotovoltaico è già competitivo senza incentivi, ma va visto come strategico».

**ALBA SOLAR**  
Energia e innovazione

OLTRE IL CONCETTO DI EPC

# SISTEMI ENERGETICI INTEGRATI

Non progettiamo impianti isolati.  
Costruiamo strategie energetiche su misura.



Impianti fotovoltaici



Sistemi di accumulo



Stazioni di ricarica elettrica



Sistemi di gestione dell'energia

L'impianto con il **BESS C&I più grande** d'Italia



**Gai Macchine Spa**  
Ceresole d'Alba



riali finanziari come i PPA, molti competitor arrivano con un preventivo scarso offrendo solo un prezzo più basso senza alcuna garanzia di performance. Eppure, anche per i piccoli impianti in bassa tensione, il way to cash e quindi il rientro dell'investimento è rapidissimo e calcolabile in circa cinque mesi, se si utilizzano i fondi e le tecnologie giuste. Quindi riprendo quanto anticipato dai colleghi: al posto di bonus confusi, lo Stato dovrebbe rendere obbligatorio il fotovoltaico su ogni tetto che viene toccato, legandolo a una missione sanitaria prioritaria, ovvero la rimozione dell'amianto. Lo si facesse anche solo su

edifici pubblici come scuole e ospedali, avremmo già degli ottimi risultati. Infine, dobbiamo puntare sull'ESG e sulle flotte aziendali elettriche, trasformando la sostenibilità in un vantaggio fiscale e operativo. La tecnologia è già molto più avanti della nostra capacità di proporla. Siamo noi operatori che dobbiamo imparare a usare queste armi per svegliare un mercato che è un gigante pronto a esplodere».

**Massimo Marengo (Confapi - Albasolar):** «Sono oltre vent'anni che lavoro nel mercato solare partendo da un'esperienza familiare fino alla creazione di un gruppo di aziende, tra cui Albasolar, che oggi è un



**Luca Demattè (Esaving):**  
«Gli incentivi restano fondamentali per stimolare gli investimenti, nonostante il mercato sia maturo. Il problema è l'incertezza normativa che crea cicli di blocco».

**Massimo Marengo (Albasolar e Confapi):** «Le PMI mancano di visione strategica e consulenza qualificata. È anche un nodo politico: incentivi frammentati e interessi delle grandi utility frenano il mercato».



**Valerio Natalizia (Eco The Photovoltaic Group):**  
«Il C&I cresce ma resta frenato da instabilità normativa e scarsa chiarezza istituzionale. Manca una posizione politica netta. Quindi servono comunicazione e fiducia per stimolare investimenti».

**Elia Sartelli (Senec):**  
«Le PMI non comprendono appieno il valore del fotovoltaico per mancanza di competenze interne. Il solare va presentato come parte dell'efficientamento aziendale».

EPC specializzato in engineering. Molto prima che diventasse una moda, abbiamo sviluppato software di gestione intelligente e brevetti per legare il fotovoltaico alla cogenerazione e ai sistemi di accumulo. Attualmente, stiamo realizzando con Huawei l'impianto a batterie più grande d'Italia. Dal mio punto di vista oggi senza i sistemi di accumulo non si impatta sul prezzo marginale dell'energia. Il problema è che il "gigante" delle imprese italiane non si sveglia per un limite culturale profondo. Come referente nazionale dell'energia per Confapi, vedo imprenditori che non hanno una visione strategica: spesso il loro unico consulente è l'elettricista o l'installatore che propone impianti basati su preventivi approssimativi, senza capire le reali esigenze di business a dieci anni. È invece importante smettere di guardare i capitoli standard e capire dove l'azienda vuole andare, integrando fotovoltaico, gestione del trading, shifting dell'energia e mobilità elettrica. Il cuore del problema è però, come già detto, politico e istituzionale. Partecipando alle audizioni in Parlamento, ho capito che i politici non sono affatto incompetenti: il punto è che la politica industriale è dettata dalle lobby dell'energia. Le grandi utility proteggono il loro business – con margini che arrivano al 50% – e lo Stato, che ne incassa i dividendi, ha un evidente conflitto di interessi nel favorire le piccole imprese. Gli incentivi vengono fatti "a spot" in modo consapevole, non per ignoranza, ma per distribuire mance elettorali a settori specifici invece di creare una strategia strutturale. Per cui la mia proposta alla politica è drastica: dimenticatevi di noi, togliete tutti questi incentivi confusi e mettete un unico credito d'imposta strutturale che non venga toccato per anni. Le PMI, che rappresentano il 95% del tessuto produttivo italiano, non possono competere a livello mondiale se vengono lasciate morire per far arricchire pochi colossi. Per questo motivo, sto agendo su due fronti: da un lato, chiedo ai mezzi di informazione di trattare quotidianamente il tema dell'autoconsumo e della strategia energetica per creare cultura negli imprenditori. Dall'altro, sto conducendo un censimento energetico tra le 100.000 aziende associate a Confapi per mappare i consumi e proporre soluzioni finalmente sistemiche. Solo con la consulenza specialistica e una politica che non guardi solo ai voti potremo trasformare l'energia da un costo insostenibile a un vantaggio competitivo».

**Demis Tamburini (Huawei):** «Sono responsabile per i clienti direzionali nel settore Smart PV di Huawei e mi occupo principalmente di utilities e della fascia alta del segmento C&I. Credo che per analizzare il nostro mercato si debba partire da tre pilastri: economia, normativa e cultura. Dal punto di vista economico, dobbiamo essere realisti: dopo il rimbalzo post-pandemia, la crescita del PIL è piatta e compresa tra +0,5% e +0,9%. In un contesto simile, è difficile aspettarsi che gli investimenti delle aziende nel fotovoltaico raddoppino costantemente. Inoltre, l'Europa non si è mai ripresa del tutto dalla crisi finanziaria del 2008 e la domanda di energia elettrica non ha mai più raggiunto i livelli precedenti. In questi anni si stima una perdita di circa 200 TWh nel consumo annuo di elettricità, ovvero quasi il 70% di quanto consuma l'intera Italia in un anno. Quindi il "gigante" non sta dormendo, fatica però a muoversi in un quadro di consumi ridotti. Il problema normativo è altrettanto grave. Le riforme non sono strutturali e durano troppo poco: due anni non bastano alle PMI per mappare lo scenario, scegliere i professionisti e investire. Il Decreto Fiscale di fine marzo, solo per arrivare agli ultimi provvedimenti, è stato un pasticcio con fondi spostati e procedure cambiate in corsa. Ma ricordo anche il caso emblematico del Controllo Centrale di Impianto, un obbligo retroattivo che costa circa 10.000 euro e che, al di là della cifra, genera una profonda sfiducia perché l'imprenditore sente che le regole del gioco cambiano mentre la partita è in corso. Invece a livello culturale, il fotovoltaico è ancora percepito come un'opportunità tattica e non come una componente strategica. Molte aziende reagiscono con procedure d'emergenza invece di capire che, con i costi energetici italiani, l'efficienza è l'unico modo per restare competitivi sul mercato europeo. Eppure, i numeri dicono che il fotovoltaico conviene a prescindere dalla politica. Oggi il costo livellato

dell'energia per il solo fotovoltaico è di circa 50 euro al MWh, mentre una PMI paga l'energia finita intorno ai 250 euro al MWh. Anche aggiungendo i sistemi di accumulo, il cui costo è sceso sotto i 160-130 euro al MWh, l'investimento risulta vincente. Inoltre con le batterie non facciamo solo risparmio, ma facciamo energy shifting, peak shaving e resilienza tramite il backup. Il futuro quindi è nella flessibilità e noi, in quanto operatori, ci stiamo trasformando da esperti di macchine in esperti di sistemi energetici complessi. Le tecnologie e i modelli di business ci sono già, serve cultura per applicarli in modo sistemico».

**Andrea Da Re (Contact Italia):** «Io porto un punto di vista differente a questo tavolo, forse perché sono approdato nel mondo del fotovoltaico solo nel 2020 e non ho vissuto la grande campagna del 2008-2013. Oggi il paradigma è completamente cambiato e siamo di fronte a un settore che è finalmente sostenibile anche senza incentivi, con costi dell'energia assolutamente competitivi. Tuttavia, sento che in questo dibattito manca una figura centrale: l'imprenditore. Ci stupiamo che chi opera nel settore C&I non capisca le potenzialità del solare, ma dobbiamo guardare in faccia la realtà delle nostre PMI. L'imprenditore tipo che conosco io non ha un CFO dedicato. È una persona impegnata per il 50% del tempo a risolvere problemi con i dipendenti, per il 40% a lottare contro la burocrazia, e gli resta solo un misero 10% per occuparsi del proprio core business. Quando mi sono avvicinato a questo settore, ho avuto l'impressione di trovarmi davanti a una sorta di estremisti del fotovoltaico convinti che il mondo ruoti solo intorno al sole. Ma dobbiamo renderci conto che per il nostro cliente questo non è il suo mestiere: se persino io a volte faccio fatica a seguire la complessità delle soluzioni tecnologiche e finanziarie proposte, come possiamo pretendere che lo faccia lui? È vero che in Italia l'energia costa moltissimo, ed è un driver per noi, ma le nostre aziende sono sopravvissute e competono all'estero grazie alla loro fantasia e capacità imprenditoriale, nonostante questo deficit. Non pensano di morire domani se non affrontano subito il tema energetico. Eppure il mercato del solare non è affatto in crisi: nonostante la fine del 110%, l'interesse resta altissimo, come dimostrato dall'ultima fiera KEY. Rispetto ad altri settori in cui ho avuto esperienza, come l'illuminazione o il civile dove la crisi è reale, il fotovoltaico è un gigante già sveglio che continua a spingere. Il vero ostacolo è la complessità delle offerte. Mi chiedo: perché non creiamo un sistema simile al Taeg e al TAN dei mutui? Prima della loro introduzione, nessuno capiva i costi nascosti delle pratiche bancarie mentre oggi in tre secondi si capisce se un mutuo conviene. Per riassumere, dobbiamo smetterla di parlarci addosso e metterci nei panni dell'imprenditore. Propongo due strade: indagare seriamente tramite sondaggi quali siano i reali ostacoli percepiti dai clienti; puntare sulla standardizzazione. Dovremmo creare delle offerte verticali per settore manifatturiero e trovare una formula che standardizzi l'80% della proposta, lasciando alla consulenza solo quel 20% di corollario tecnologico o di garanzie. Solo rendendo la scelta più comprensibile aiuteremo davvero le imprese a fare questo passo».

**Alessandra Astolfi (IEG):** «Il mio ruolo, attraverso l'organizzazione di fiere e manifestazioni come KEY, è quello di agire come un osservatore privilegiato che ascolta i bisogni delle imprese per trasformarli in una piattaforma di reale utilità. In oltre trent'anni di attività in questo settore, ho avuto modo di capire le profonde difficoltà che il nostro Paese attraversa rispetto ad altri contesti europei. Il problema principale risiede spesso nel meccanismo degli incentivi: strumenti come il Conto Energia o l'Ecobonus hanno creato un mercato, ma lo hanno anche in qualche modo danneggiato perché non sono mai stati resi strutturali. Inoltre in Italia, non appena si comprende un meccanismo, le regole spesso cambiano creando una farraginosità che genera confusione e, di conseguenza, immobilismo. Se l'imprenditore non riceve input chiari, preferisce non agire. Il nostro compito è proprio quello di fare chiarezza. Portiamo la voce del governo nelle nostre piattaforme, non per una semplice passerella politica, ma per offrire un luogo dove i decisori possano comprendere i problemi veri degli imprenditori. Spesso i ministri, come Gilberto Pichet-



**Gianluigi Riva (Longi):**  
«Il fotovoltaico va comunicato come asset strategico, non come semplice risparmio. Serve parlare il linguaggio finanziario e offrire soluzioni integrate e di lungo periodo».

# La Nuova Era dello Storage C&I è arrivata!

Esaving presenta il sistema integrato ESA & STS

## MICROGRID senza Limiti

- Commutazione on/off-grid fluida (<20ms)
- Integrazione perfetta con generatori diesel
- Fino a 1 MW di fotovoltaico supportato tramite STS
- Capacità Grid-forming (VSG)

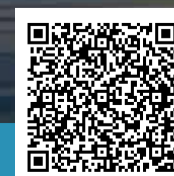


ESA Series **125kW / 261kWh**  
C&I Energy Storage System

STS Series **500kVA**  
Static Transfer Switch

**ESAVING**  
ogni watt conta

DISTRIBUTORE AUTORIZZATO  
**GOODWE**



www.esaving.eu | info@esaving.eu | 0461 160 00 50



**Giorgio Zaupa (C2 System):**  
*«Serve maggiore stabilità normativa e supporto concreto alle imprese, anche su credito e burocrazia. Cresce però la consapevolezza degli imprenditori sull'autonomia energetica».*

to Fratin, lamentano di sentire troppe voci discordanti al tavolo delle trattative; per questo cerco di fare sistema, portando insieme realtà diverse come Italia Solare e Anie affinché il governo possa avere un interlocutore unico e coerente. La competenza tecnica dei ministeri è alta, è vero. Ma tende a indirizzarsi dove le forze del mercato sono più unite e capaci di esercitare una pressione coordinata. C'è poi un tema di comunicazione istituzionale che mi colpisce: sono stati stanziati milioni di euro per comunicare la strategia sul nucleare, mentre sulle rinnovabili non mi risulta

sia stata fatta alcuna campagna istituzionale equivalente. È un paradosso, perché siamo ormai entrati in una fase matura: le tecnologie sono convenienti e oggi non si vendono più semplici prodotti, ma sistemi integrati. La vera sfida riguarda le piccole e medie imprese, che rappresentano i nostri interlocutori principali e la chiave per mettere a terra il potenziale inespresso del mercato è la fiducia. Gli imprenditori oggi non si fidano perché le regole sono troppe, disordinate e disorganizzate. Dobbiamo coinvolgere attori come le banche, che godono ancora della fiducia delle imprese, per proporre pacchetti che abbiano già una chiara bancabilità e una valutazione trasparente del rischio. L'imprenditore italiano è straordinariamente capace di muoversi tra gli ostacoli della burocrazia, ma ha bisogno di ritrovare stabilità comunicativa. Il mio appello è proprio questo: utilizziamo la credibilità e la solidità delle nostre piattaforme per fare un salto di qualità. Fare sistema è facile a dirsi ma difficile a farsi, eppure è l'unico modo per trasformare questo potenziale in una realtà strutturale per il Paese».

**Luca Demattè (Esaving):** «Personalmente opero come distributore dal 2013, ma la mia esperienza nel settore nasce nel 2009 come EPC. Ho vissuto in prima persona l'intera evoluzione del mercato, dal boom del Conto Energia al buco del 2013, un periodo drammatico in cui sono falliti moltissimi installatori, produttori e distributori. Sulla questione degli incentivi, potrei essere d'accordo con chi dice che non servono, ma i numeri raccontano una storia diversa. Il Conto Energia ci ha permesso di passare dai 90 MW del 2007 ai 9 GW del 2011, mentre nel periodo di stallo tra il 2013 e il 2019 l'installato è crollato a soli 400 MW all'anno, limitati al residenziale. La realtà è che

## Quali azioni per stimolare il settore C&I? Le risposte degli 11 operatori

CONSULENZA STRATEGICA, FORMAZIONE E DIVULGAZIONE SONO ALCUNI DEGLI ELEMENTI EMERSI COME FONDAMENTALI PER COLMARE IL GAP CULTURALE DELLE IMPRESE. MA È ALTRETTANTO NECESSARIO PUNTARE SU MODELLI FINANZIARI INNOVATIVI (ESCO, PPA, NOLEGGIO), SEMPLIFICAZIONE E STRUMENTI CHIARI PER RENDERE I PROGETTI ACCESSIBILI E BANCABILI

**Gianluigi Riva (Longi):** «Serve un'evoluzione delle nostre competenze di vendita che ci trasformi in veri consulenti energetici strategici. Non solo venditori di prodotti, ma consulenti che aiutino il cliente imprenditore in maniera concreta a efficientare i suoi flussi di cassa nei prossimi 20 anni. E poi serve abbattere il deficit culturale attraverso una comunicazione stabile, semplice e costante. Personalmente promuoverei due principali strumenti come i PPA onsite e il noleggio operativo che dimostrano come un impianto sia realizzabile a costo zero per l'imprenditore e che quindi l'incentivo non serve».

**Elia Sartelli (Senec):** «Io penso che una buona strategia potrebbe essere anche quella di puntare sul modello Esco. Noi stiamo puntando su questo, io personalmente lo facevo già prima con una start-up. Penso che il modello Esco, attraverso l'Energy Performance Contract, che alla fine ha un funzionamento a livello economico-fiscale simile al noleggio operativo, possa dare delle soluzioni oggi all'imprenditore. Questo strumento fino ad oggi è stato utilizzato poco e soprattutto sulla pubblica amministrazione. Bisognerebbe provare a traslarlo nel C&I».

**Valerio Natalizia (Eco The Photovoltaic Group):** «Io racconto quello che stiamo facendo e che penso sia quello che ci porterà ad avere successo nei prossimi anni. Stiamo cercando di crescere in termini di dimensioni, perché fare economia di scala serve ad avere maggiore competitività sul mercato. Solo nell'ultimo anno siamo passati da 52 a 100 collaboratori. Il secondo punto riguarda le competenze, che ci consentono di avere internamente 30 persone in grado di gestire tutte le tecnologie. Ultimo punto, è la complessità e quindi la capacità di proporre impianti galleggianti, agrivoltaico e soluzioni di un certo livello. Infine stiamo sviluppando una soluzione di Energy Management System con un'idea di arrivare in futuro a un'indipendenza completa».

**Giorgio Zaupa (C2 System):** «A livello di strategia, la maggior divulgazione dei contenuti e dei servizi a valore aggiunto consente di bucare lo schermo nei confronti del cliente finale. Ma lancio una provocazione: sarebbe bello attraverso le associazioni di categoria inasprire le regole del gioco così da promuovere una sorta di selezione naturale di competitor meno tecnici e più carenti dal punto di vista di competenze. Così facendo si tutelerebbe la qualità del lavoro di chi ha maggior conoscenza delle tecnologie promuovendo una concorrenza più leale».

**Andrea Brumgnach (Italia Solare - Neyen):** «In maniera molto telegrafica, io penso che in concreto sia da promuovere enormemente la crescita professionale per rendere veramente competenti dal punto di vista tecnico i nostri collaboratori. A seguire, serve fare tantissima divulgazione. Concludo portando un esempio personale: un cliente a cui abbiamo fatto un preventivo mi ha mandato una mail ringraziandoci per la professionalità e la completezza dell'offerta. Questo è esemplificativo di quel che dovrebbe succedere perché se ci viene riconosciuta la competenza, abbiamo vinto di fronte a offerte magari più economiche ma di minor valore».

**Giovanni Canzano (SAJ):** «Anche secondo me è necessario puntare su standardizzazione, industrializzazione e dunque scalabilità, che significa anche essere flessibili a livello di soluzioni finanziarie che siano Esco o noleggi operativi. Il Bess, secondo me, è sempre da mettere perché è quello che consente di rendere il tutto scalabile. È chiaro che sta a noi poi rapportarci con il cliente, non solo quello finale ma anche i player di mercato, con dei tool che ci consentano di rendere tutto comprensibile e dunque bancabile».

**Massimo Marengo (Confapi - Albasolar):** «È molto vero che la PMI ha tante cose da fare e che il fotovoltaico non rientra nei suoi pensieri. Per questo, dal punto di vista Confapi, sono molto curioso di vedere le risposte al nostro censimento che include una domanda sugli ostacoli nell'investire in un sistema di autoproduzione di energia. Invece dal punto di vista Albasolar posso dire che gli impianti semplici non esistono più. Quindi noi dobbiamo essere assolutamente iperprofessionisti. Dobbiamo dare una consulenza strategica per valutare il fotovoltaico sia come investimento, sia come asset. Per tutelare il mercato a monte, poi, è necessario che i produttori diano dei target price ai professionisti con cui collaborino premiando una visione di business di lungo termine che non gioca solo sul prezzo basso».

**Demis Tamburini (Huawei):** «Uniamo le voci per essere più compatti dal punto di vista associativo. Questo aiuterebbe ad aumentare il peso delle nostre parole e posizioni anche di fronte alla politica. Inoltre dobbiamo riportare il romanticismo nel futuro dell'Italia. Come lo facciamo? Con le comunità energetiche che rivoluzionano totalmente il rapporto dei singoli cittadini rispetto al mercato elettrico e rispetto alle istituzioni. È difficilissimo, considerando che oggi solo il 2% della popolazione italiana sa cosa sia una comunità energetica. Però credo sia un lavoro da fare».

le aziende funzionano sulla base di business plan di rientro economico: il fotovoltaico è un investimento e l'attenzione di un imprenditore aumenta drasticamente se l'incentivo sposta il rientro da 8 a 3/4 anni. Quando il mercato era fermo e non avevamo questi incentivi, le nostre aziende non fatturavano milioni. Paradossalmente, la complessità normativa e l'innovazione tecnologica costante sono ciò che ci permette di creare domanda. Se il fotovoltaico diventasse un semplice prodotto "da banco", distruggerebbe professionalmente gli operatori. Noi dobbiamo essere in grado di fornire strumenti di vendita evoluti, magari sfruttando l'intelligenza artificiale e i profili di consumo, per spiegare il rientro economico anche senza parlare di incentivi, ma ammetto che non è affatto facile da far capire al cliente. Oggi non siamo in un mercato che dorme, ma siamo frenati da un clima di incertezza. Il continuo stop and go normativo, come il ritardo nelle regole operative per il Piano Industria 4.0 o le deroghe improvvisate sugli obblighi del CCI, crea stallo. Ad esempio, sul CCI abbiamo assistito a una corsa agli acquisti prima della scadenza, seguita da un blocco totale dopo la proroga. Trovo inoltre assurdo complicare la vita alle imprese con obblighi come il teledistacco quando esistono già sistemi come il CCI che rendono tali misure ridondanti. Infine, dobbiamo considerare che l'energia non è l'unico costo che grava sulle imprese italiane. Asset fondamentali come i dipendenti e gli immobili hanno costi altissimi rispetto ad altri mercati. Il panorama dei player attivi è cresciuto esponenzialmente dopo il 2020, ma la sfida resta quella di trovare un equilibrio in un sistema dove i costi strutturali rimangono tra i più alti d'Europa».

**Andrea Da Re (Contact Italia):** «Elenco quattro elementi chiave a partire dallo sviluppo tecnologico che non significa solo prodotto ma anche servizi e dunque coinvolge tutta la filiera dai produttori a chi porta tutto il sistema sul mercato. Cito poi l'attenzione alla filiera per limitare comportamenti non professionali e dunque anche i produttori in primis dovrebbero selezionare con attenzione i canali e, al loro interno, gli attori opportuni. Terzo elemento, la pragmaticità nei confronti della politica. E infine, nei riguardi dei potenziali clienti intesi come imprese, è necessario semplificare per amplificare».

**Alessandra Astolfi (IEG):** «Una cosa che mi convince molto è parlare il linguaggio degli imprenditori quindi arrivare preparati, con messaggi semplificati e anche attraverso installatori adeguatamente formati. Per loro, così come anche per tutti noi, la professionalizzazione è fondamentale. Il settore è complesso e la professionalità paga sempre. L'ultima cosa è la cultura energetica delle imprese. Come si è detto, nelle PMI non c'è una figura che si occupa di energia. Va fatto capire quanto sia importante avere un professionista simile, anche come collaboratore esterno».

**Luca Demattè (Esaving):** «L'aiuto concreto messo a terra può essere proprio la semplificazione di quello che c'è a disposizione dell'installatore dal punto di vista normativo e tecnico per supportarlo nella comprensione del mercato. Quindi aiutarlo a comprendere meglio norme e bandi e mettere a sua disposizione tecnici che, a fronte di un R&D continuo sui prodotti, possano spiegare le novità e rendere più facile l'attività di commissioning di queste apparecchiature».



## AGN > ENERGIA

Presente ogni giorno

### GUIDIAMO OGNI PROGETTO VERSO LA VITTORIA

Anche AGN ENERGIA ha la sua **categoria regina!** Accompagniamo **imprese e comunità energetiche** nello sviluppo di soluzioni integrate, dall'**efficientamento** alla produzione da **fonti rinnovabili**, fino alla **gestione evoluta dei consumi**. Come per un team di gara della MOTOGP, ogni competenza scende in pista per portare il tuo progetto sul **gradino più alto del podio**.



## AGN > ENERGIA

Presente ogni giorno

**Il nostro team ti segue, curva dopo curva, per arrivare più velocemente al traguardo!**



Prestazioni energetiche da podio



Soluzioni integrate ad alta efficienza



Produzione fotovoltaica in pole position



Affidabilità operativa, anche sotto pressione



Controllo evoluto dei consumi



Gestione di progetti complessi fino al traguardo

#### L'ENERGIA CHE VIVE CON TE

AGN ENERGIA è una compagnia energetica con **servizi integrati**: GPL, Luce, Gas, Efficienza Energetica e Fotovoltaico. Un'offerta dinamica che ci permette di essere **presenti sempre**, dove serve e quando serve.



Sei un professionista? Inquadra il QR CODE