



# UTILITY E FOTOVOLTAICO: SEMPRE PIÙ VICINI A INSTALLATORI E CLIENTI FINALI

LE INCERTEZZE E I RALLENTAMENTI CHE HANNO INTERESSATO LE INSTALLAZIONI IN AMBITO RESIDENZIALE E COMMERCIALE HANNO SPINTO LE PRINCIPALI COMPAGNIE DI LUCE E GAS A RIVEDERE LE STRATEGIE PER CONTINUARE A CRESCERE NELLA PROPOSTA DI IMPIANTI FV PROPONENDO, AD ESEMPIO, IL SOLARE IN ABBINAMENTO A CONTRATTI DI LUCE CON SCONTISTICHE E BONUS ACCATTIVANTI, OPPURE ALL'INTERNO DI UN'OFFERTA COMPLETA CHE INCLUDE INTERVENTI DI RISPARMIO ENERGETICO PIÙ AMPI. IL TUTTO NELL'OTTICA DI FIDELIZZAZIONE DI PARTNER ED END USER

DI MICHELE **LOPRIORE**

I mercato della generazione distribuita in Italia continua a fare i conti con turbolenze che negli ultimi due anni hanno avuto un impatto significativo sui nuovi impianti di taglia residenziale e commerciale. Si tratta delle due aree a partire dalle quali le principali utility in Italia hanno mosso i primi passi nella loro nuova proposta legata alle rinnovabili. Da queste aree hanno costruito strategie, offerte e reti di installazione per presidiarle al meglio, forti della base di clienti storici ai quali forniscono già servizi di luce e gas, e delle solide reti vendita e agenzie in grado di conquistare nuovi consumatori. Il fotovoltaico oggi è parte integrante dell'offerta delle principali utility, in abbinata anche a storage e interventi per il risparmio energetico come caldaie efficienti, pompe di calore e colonnine di ricarica per auto elettriche. Lo è in realtà da diversi anni, proprio per la capacità e la forza di cui sono dotate queste aziende, soprattutto nel raggiungere un ampio bacino di potenziali clienti e coadiuvarli nell'accesso al credito. Tuttavia, la fase turbolenta innescata proprio dal crollo delle nuove installazioni domestiche, e i rallentamenti dei nuovi allacci sui tetti di capannoni e imprese, stanno spingendo le utility a rivedere i propri piani, anche studiando nuove strategie per fidelizzare al meglio gli installa-

tori partner. Perché c'è molto da fare, ci sono ampi margini di crescita, e le utility possono, e hanno gli strumenti, per conquistare questo mercato.

## COME INTERCETTARE LA DOMANDA

Partendo dal residenziale, che come abbiamo appena anticipato è il segmento che in questi anni ha favorito la crescita delle attività delle utility nel fotovoltaico, i numeri mostrano come il calo innescato con la fine del Superbonus stia continuando. Da gennaio a settembre 2025 le installazioni di potenza fino a 20 kW in Italia hanno registrato una flessione del 27% rispetto allo stesso periodo del 2024. Ora, la possibile proroga della detrazione fiscale al 50% anche per il 2026 potrebbe ridare ossigeno al segmento delle nuove installazioni. Un'ulteriore azione di push potrebbe essere svolta dagli incentivi per le comunità energetiche realizzate nei comuni fino a 50mila abitanti, inizialmente previsti solo per i comuni con un massimo di 5mila abitanti (anche se resta pochissimo tempo per accedervi). Ed è proprio da queste misure che le principali utility stanno ripartendo per intercettare la domanda di nuovi impianti. La forza delle compagnie di luce e gas, infatti, non risiede solo nelle capacità di vendita, ma anche nella possibilità di gestire ogni singolo step del progetto, dalla progettazione alla gestione delle pratiche per accedere a eventuali

forme di incentivo. «La nostra attività nel fotovoltaico è in controtendenza», spiega Tommaso Lascaro, head of sales Power & Gas and Energy Efficiency di AGN Energia. «Nonostante i numeri mostrino un sensibile calo, avviato con la fine del Superbonus e dello sconto in fattura, stiamo crescendo soprattutto nel mercato domestico, grazie al quale stiamo realizzando oltre 1.000 impianti all'anno. Siamo stati la prima utility ad avviare progetti sulle micro comunità energetiche rinnovabili, un ambito in cui abbiamo costruito una pipeline consolidata, sia in termini di acquisizione contratti che di delivery. Questo modello ci ha permesso di approcciare al meglio il segmento residenziale. Oggi AGN lavora sia a partire dalla base clienti GPL ma il 50% delle opportunità relative al solare arriva da nuovi prospect, a cui ovviamente proponiamo contratti di luce e gas».

## PROMO, BONUS E SCONTISTICHE

La forza delle utility risiede anche nella possibilità di far leva su promozioni per avvicinare potenziali clienti. Spesso queste iniziative partono proprio dalla fornitura di servizi luce e gas, magari con un prezzo fisso per due anni per evitare di esporre i clienti a oscillazioni, ai quali affiancare anche l'installazione di impianti fotovoltaici oppure interventi per il risparmio energetico.

In questa fase storica, segnata dal passaggio al mer-





### NON SOLO DOMESTICO

E in effetti nelle strategie delle principali utility italiane non c'è solo il domestico. Alcuni gruppi stanno spingendo sul fotovoltaico in tutte le sue declinazioni: residenziale, industriale e comunità energetiche.

È proprio grazie ai risultati ottenuti durante gli anni del boom del Superbonus che alcuni player hanno iniziato a diversificare l'offerta spingendosi su taglie maggiori.

«Grazie ai risultati positivi in ambito domestico», spiega Tommaso Lascaro di AGN, «abbiamo iniziato ad approcciare anche le taglie C&I, sfruttando bandi pubblici e il potenziale dei PPA».

L'estensione dei comuni da 5mila a 50mila abitanti dei fondi Pnrr ha poi avvicinato tanti potenziali clienti al mondo delle comunità energetiche, che le principali utility stanno guardando con interesse da tempo. Nelle offerte di E.ON rivolte al mondo delle imprese c'è proprio, tra le attività di cui il gruppo si fa carico, la possibi-

lità di espletare tutte le pratiche di adesione alla CER, con tanto di presentazione della domanda di accesso al contributo al 40%. Non solo: è nata proprio una partnership tra E.ON e Solar Valley attraverso la quale i clienti E.ON potranno sfruttare i benefici del bando Pnrr rivolto alle comunità energetiche. Solar Valley è una macro comunità energetica nazionale che opera in tutte le regioni di Italia. Si tratta quindi di un ulteriore progetto che E.ON intende sfruttare per avvicinare sempre più clienti al mondo del fotovoltaico e delle energie pulite.

### VICINI AGLI INSTALLATORI

Cambia il mercato, non cambia il punto di forza che le utility hanno dimostrato di avere in questi anni: la vicinanza e il supporto agli installatori. Negli anni del Superbonus, per un installatore era semplice proporre il fotovoltaico. Bastava infatti illustrare i vantaggi dei ricchi incentivi per vendere l'impianto. Oggi la situazione è decisa-

cato libero, diventa cruciale presentarsi quindi con pacchetti capaci di avvicinare i potenziali clienti a tariffe di luce e gas in grado di non impattare sul conto economico delle famiglie. E qui si gioca la partita: le utility possono, in questa fase, rilanciare e proporre interventi di risparmio energetico più ampi facendo leva su sconti e promozioni. Sono diverse le promozioni sulla fornitura di pacchetti chiavi in mano, tutto incluso, a prezzi decisamente vantaggiosi e con la possibilità di spalmare il prezzo in bolletta. Le promozioni sono, spesso, compatibili con le detrazioni fiscali al 50%. Gli esempi sono molteplici.

AGN, ad esempio, fa leva su due offerte. La prima è AGN Power e AGN Solar: con l'attivazione del contratto di fornitura di luce 100% green e con l'acquisto di un impianto fotovoltaico, il cliente può ottenere un bonus di 50 euro per ogni kWp acquistato. Questa promozione è riservata ai nuovi clienti che sottoscrivono un contratto domestico per la luce green e acquistano il fotovoltaico.

Con AGN Power 100% Green, invece, l'azienda si rivolge a chi desidera energia certificata 100% green, proveniente da fonti rinnovabili. Con un prezzo competitivo di 0,035 euro/kWh più il prezzo all'ingrosso (PUN), garantisce un risparmio reale e un impegno concreto per l'ambiente.

E ancora, E.ON ha tre offerte differenti per il fotovoltaico in ambito residenziale, alle quali si aggiungono quelle per condomini e imprese. Sono strumenti necessari non solo per avvicinare i clienti, ma anche per semplificare gli investimenti nel fotovoltaico degli stessi.

«La fine del Superbonus e l'incertezza sulle detrazioni fiscali al 50% per il 2026 impongono alle utility un supporto più ampio per favorire l'accesso agli investimenti da parte dei clienti per aiutarli a investire in modo consapevole», dichiara Emilio Calicchio, sales and marketing B2C director di E.ON. «Il nostro approccio è integrare sempre di più fotovoltaico e batterie direttamente nei contratti di fornitura luce, con tariffe agevolate e bonus in bolletta. Non si tratta solo di offrire la tecnologia dell'impianto, ma un vero risparmio mensile in bolletta puntando su ciò che davvero conta per il cliente: fiducia, semplicità e vantaggi reali. Il cliente percepisce il valore reale di queste soluzioni».

**GROWATT ITALIA**

# NEXA 2000 IT

## Home Easy Energy

### L'Evoluzione del FV domestico

Semplice installazione

4 MPPT indipendenti e corrente massima per ogni MPPT 20A

Iter semplificato di connessione alla rete elettrica

Sistema modulare, ogni modulo batteria è di 2048Wh

Massimo fino a 4 moduli batteria

Potenza massima in ingresso 2600W

Potenza di uscita **799W**

**GROWATT ITALIA**

**NEXA 2000 IT**



## AGN > ENERGIA

### Seguici nel futuro

#### Offerta per il fotovoltaico

Pacchetto completo chiavi in mano costituito da moduli, inverter e sistemi di storage dei marchi JA Solar e Zucchetti Centro Sistemi;  
**Target:** residenziale, PMI  
**Numero installatori partner:** 60  
**Numero agenzie sul territorio:** un centinaio

#### Servizi per gli installatori

- Supporto Commerciale;
- Corner brandizzati;
- Convenzioni finanziarie;
- Servizi di progettazione e pratiche burocratiche;
- Formazione tecnica;
- Formazione commerciale.

#### Promo attive

**AGN Power e AGN Solar:** con l'attivazione del contratto di fornitura di luce 100% green e con l'acquisto di un impianto fotovoltaico, il cliente può ottenere un bonus di 50 euro per ogni kWp acquistato. Questa promozione è riservata ai nuovi clienti che sottoscrivono un contratto domestico per la luce green e acquistano il fotovoltaico.

**AGN Power 100% Green:** offerta ideale per chi desidera energia certificata 100% green, proveniente da fonti rinnovabili. Con un prezzo competitivo di 0,035 euro/kWh più il prezzo all'ingrosso (PUN), garantisce un risparmio reale e un impegno concreto per l'ambiente.

#### "2025, UN ALTRO ANNO DA MILLE IMPIANTI FOTOVOLTAICI"

Tommaso Lascaro, head of sales Power & Gas and Energy Efficiency di AGN Energia



«La nostra attività nel fotovoltaico è in controtendenza. Nonostante i numeri mostrino un sensibile calo, avviato con la fine del Superbonus e dello sconto in fattura, stiamo crescendo soprattutto grazie al mercato domestico, grazie al quale stiamo realizzando oltre 1.000 impianti all'anno. Siamo stati la prima utility ad avviare progetti sulle micro comunità energetiche rinnovabili, un ambito in cui abbiamo costruito una pipeline consolidata, sia in termini di acquisizione contratti che di delivery. Questo modello ci ha permesso di avvicinare al meglio il segmento residenziale. Oggi AGN lavora a partire dalla base clienti GPL, ma il 50% delle opportunità relative al solare arriva da nuovi prospect, a cui ovviamente proponiamo contratti di luce e gas. Grazie ai risultati positivi in ambito domestico, abbiamo iniziato ad avvicinare anche le taglie C&I, sfruttando bandi pubblici e il potenziale PPA. Un altro aspetto su cui stiamo lavorando sono le tariffe dinamiche, perché riteniamo che proprio lì si giocherà una delle sfide più importanti del futuro. Vorremmo generare maggiore consapevolezza tra i clienti, puntando a migliorare e ridurre il fabbisogno energetico: questa è la direzione che vogliamo intraprendere».



#### Offerta per il fotovoltaico

**Target:** residenziale, commerciale e condomini

#### Pacchetti per i clienti finali

##### Per il residenziale:

- Impianto fotovoltaico con storage e offerta luce dedicata
- Impianto fotovoltaico a noleggio
- Impianto fotovoltaico premium (con ottimizzatori e monitoraggio)

##### Per i condomini

- Impianto fotovoltaico

##### Per le imprese

- Impianto fotovoltaico con possibilità di aderire a una CER nazionale
- Numero installatori partner: 120

#### Servizi per gli installatori

- Servizi di training per tutti i tecnici delle aziende partner

#### "UN ECOSISTEMA DI VALORE PER FIDELIZZARE FORZA VENDITA, INSTALLATORI E CLIENTI FINALI"

Emilio Calicchio, sales e marketing B2C director di E.ON



«La fine del Superbonus e l'incertezza sulle detrazioni fiscali al 50% per il 2026 impongono alle utility un supporto più ampio per favorire l'accesso agli investimenti da parte dei clienti per aiutarli a investire in modo consapevole. Il nostro

approccio è integrare sempre di più fotovoltaico e batterie direttamente nei contratti di fornitura luce, con tariffe agevolate e bonus in bolletta. Non si tratta solo di offrire la tecnologia dell'impianto, ma un vero e proprio concetto di risparmio mensile in bolletta, puntando su ciò che davvero conta per il cliente: fiducia, semplicità e vantaggi reali. Il cliente percepisce il valore reale di queste soluzioni. In questo percorso, la forza vendita e gli installatori diventano figure chiave, veri e propri consulenti energetici, soprattutto in un contesto dove si parla di elettrificazione dei consumi e di integrazione tra energia elettrica, fotovoltaico, mobilità elettrica e

climatizzazione. Per questo E.ON investe in formazione e aggiornamento continuo, e nella fornitura di strumenti di supporto alla rete vendita. L'obiettivo è chiaro: accompagnare il cliente, fidelizzare la rete partner e offrire vantaggi concreti. Un approccio che, inoltre, ci permette non solo di presidiare al meglio il residenziale, ma anche condomini e imprese, aree per le quali abbiamo notato il forte contributo degli incentivi per lo sviluppo di configurazioni quali comunità energetiche e autoconsumo collettivo. Notiamo quindi come sia necessario continuare a garantire proposte di valore, in un mondo che continua a cambiare velocemente. Un esempio, su cui stiamo lavorando anche prendendo spunto da mercati quali Germania e Regno Unito, è quello delle tariffe dinamiche. Abbiamo iniziato a testarle con la mobilità elettrica. Già in Italia, se un nostro cliente possiede un'auto elettrica, può attivare l'opzione Car Connect sulla propria app, che consente di ottimizzare automaticamente la ricarica nei momenti più convenienti. Ci vorrà tempo, ma ci stiamo lavorando anche per il fotovoltaico».

mente mutata, e proporsi al cliente in modo efficace richiede più frecce al proprio arco.

Il ruolo dell'utility è più che mai cruciale e, dopo anni in cui serviva incrementare le reti di installatori per rispondere a una domanda che cresceva, oggi serve fidelizzare per non perdere terreno.

«In questo percorso, la forza vendita e gli installatori diventano figure chiave, veri e propri consulenti energetici, soprattutto in un contesto dove si parla di elettrificazione dei consumi e integrazione tra energia elettrica, fotovoltaico, mobilità elettrica e climatizzazione», continua Emilio Calicchio. «Per questo E.ON investe in formazione e aggiornamento continuo, e nella fornitura di strumenti di supporto alla rete vendita. L'obiettivo è chiaro: accompagnare il cliente, fidelizzare la rete partner e offrire vantaggi concreti.

Un approccio che, tra l'altro, ci permette non solo di presidiare al meglio il residenziale, ma anche condomini e imprese, aree per le quali abbiamo notato il forte contributo degli incentivi per lo sviluppo di configurazioni quali comunità energetiche e autoconsumo collettivo».

Anche AGN ha potenziato il rapporto con gli installatori partner, ai quali offrono tutto il suppor-

to pre e post vendita, ma anche formazione su prodotti, servizi, sicurezza, adempimenti di legge e per alcuni, anche corsi focalizzati sulle tecniche di vendita. Si tratta di strumenti che le principali utility intendono rafforzare viste anche le sfide del futuro che interesseranno in prima linea le compagnie di luce e gas.

#### TARIFFE DINAMICHE

Una delle sfide del futuro è ad esempio quella delle tariffe dinamiche, e quindi contratti il cui costo al kWh varia in base a fattori tra cui offerta, domanda, condizioni meteo e produzione di energia da fonti rinnovabili. Si tratta di un nuovo paradigma che permetterà sempre di più di spostare i consumi nelle fasce orarie in cui il prezzo sarà più basso, permettendo al cliente finale di risparmiare in bolletta. Inoltre, spostare i consumi aiuterà a distribuire al meglio il carico sulla rete riducendone lo stress. E in questa sfida, le utility si candidano a ricoprire un ruolo da protagonista.

«È necessario continuare a garantire proposte di valore, in un mondo che continua a cambiare velocemente», continua Emilio Calicchio. «Un esempio, su cui stiamo lavorando anche prendendo

spunto da mercati quali Germania e Regno Unito, è quello delle tariffe dinamiche. Abbiamo iniziato a testarle con la mobilità elettrica. Già in Italia, se un nostro cliente possiede un'auto elettrica, può attivare l'opzione Car Connect sulla propria app, che consente di ottimizzare automaticamente la ricarica nei momenti più convenienti. Ci vorrà tempo, ma ci stiamo lavorando anche per il fotovoltaico».

Tommaso Lascaro di AGN aggiunge: «Un aspetto su cui stiamo lavorando sono le tariffe dinamiche, perché riteniamo che proprio lì si giocherà una delle sfide più importanti del futuro. Vorremmo generare maggiore consapevolezza tra i clienti, puntando a migliorare e ridurre il fabbisogno energetico: questa è la direzione che vogliamo intraprendere».

Insomma, sfide affascinanti e ampi spazi di crescita si aprono di fronte alle utility, che continuano a credere nel solare come vero alleato per la riduzione delle bollette e come protagonista delle trasformazioni energetiche del futuro. Il tutto a braccetto con gli installatori, considerate figure chiave con le quali costruire rapporti, fidelizzarli e conquistare il mercato.

