

**POWER-ONE  
DIVENTA  
POWER OF TWO**

1° MAGGIO: **POWER-ONE DIVENTA ABB**  
<http://it.power-one.com/abb>

# SOLARE

## B2B



**POWER-ONE  
DIVENTA  
POWER OF TWO**

1° MAGGIO: **POWER-ONE DIVENTA ABB**  
<http://it.power-one.com/abb>

**EDITORIALE**

### Stimolare la domanda, un compito di tutti

In questa fase di mercato il ruolo degli installatori si rivela sempre più decisivo: dalla qualità e dall'efficacia del lavoro della filiera downstream dipende buona parte delle sorti e delle possibilità di sviluppo del fotovoltaico. Infatti, in una fase di disorientamento e confusione dell'utente finale (privati, aziende e pubblica amministrazione) sull'utilità dell'energia solare, è proprio a chi ne detiene il contatto diretto che spetta il compito di fare un lungo e paziente lavoro di semina che consiste nel diffondere informazioni corrette sui vantaggi e i benefici del fotovoltaico.

Diciamolo con franchezza: una parte del canale (per fortuna una parte non maggioritaria) non è interessata a questo ruolo, che richiede capacità di investimento in termini di conoscenza, di risorse e di tempo, e si sta lentamente spostando verso la periferia del mercato. E mentre lo fa continua a ripetere (anche per trovarsi un alibi) che il fotovoltaico è morto.

Invece il fotovoltaico è vivo: si è ridimensionato, ma è vivo. Quanto potrà totalizzare nel 2014? Si parla di una cifra compresa tra 700 e 1.000 MW. Tra questa ampia forchetta, il risultato finale dipenderà soprattutto dal peso che avranno gli impianti industriali e commerciali. Se ricopriranno un ruolo marginale, dovremmo accontentarci del target più basso. Ma oggi il mercato ha due frecce al proprio arco che potrebbero invece ridare fiato anche al segmento degli impianti di taglia media: l'avvio dei SEU e le agevolazioni offerte alle Pmi dalla Nuova Sabatini per l'acquisto di beni strumentali. E anche in questo caso torniamo a ciò che si diceva sopra: SEU e Nuova Sabatini sono solo degli strumenti; c'è bisogno di qualcuno che li utilizzi, dia loro vita e ne faccia il perno di un'attività di comunicazione finalizzata a far capire che il fotovoltaico (anche senza incentivi) continua ad essere un'occasione a portata di mano delle Pmi per ridurre i costi energetici e quindi aumentare la propria competitività.

Questo compito spetta soprattutto a quella parte della filiera che costituisce l'interfaccia con gli utenti finali, ma anche l'industria non può sottrarsi al proprio compito di favorire il lavoro degli installatori in modo diretto con momenti di training, di segnalazione di potenziali clienti, di supporto alle attività di comunicazione, e in modo indiretto, cioè facendosi promotore di una grande attività di comunicazione al grande pubblico per ribadire il valore dell'energia solare (e non si pensi solo alla pubblicità in Tv... ci sono anche i social network; perché non provarci insieme?). Nessuno ci regalerà la ripresa, dovremo conquistarcela palmo a palmo, cliente per cliente. Dalla nostra parte abbiamo la persuasione che stiamo dicendo cose giuste: se i potenziali clienti non ci ascoltano, non possiamo dare la colpa a loro; bisogna alzare il volume della voce, trovare modalità più efficaci di comunicazione, utilizzare azioni sinergiche per stimolare quella domanda che oggi langue... Insomma bisognerà cambiare.

Davide Bartesaghi  
[bartesaghi@solareb2b.it](mailto:bartesaghi@solareb2b.it)  
Twitter: @dbartesaghi

**UNA CRESCITA  
COSTANTE**  
Intervista a Ermanno Pizzini,  
direttore generale di Waris



**TAVOLA ROTONDA PAG. 14**

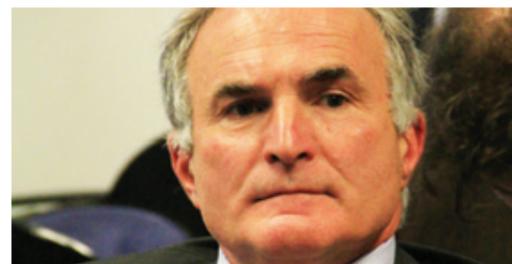
### DA DOVE PUÒ RIPARTIRE IL MERCATO



*Storage e SEU possono davvero dare una nuova spinta alle installazioni italiane? E come migliorare l'efficacia dell'informazione verso i potenziali clienti? Ne abbiamo parlato con Alberto Pinori (Fronius), Leonardo Mormandi (Geneco Group), Alberto Cuter (Jinko), Erica Bianconi (Rener), Fabrizio Limani (SolarWorld), Paolo Mutti (Solsonica) e Riccardo Frisinghelli (Tecno Spot).*

**INTERVISTA PAG. 20**

### CREMONA: "ECCO GLI OBIETTIVI DI GIF"



*Estensione della detrazione del 50% ad altri soggetti giuridici. Nuovi incentivi per sostituzione amianto. Unificazione con altre associazioni. Questi sono solo alcuni dei traguardi su cui sta lavorando l'associazione che dal giugno 2013 è guidata da Emilio Cremona. Dal quale arrivano anche parole di disaccordo sull'atteggiamento di Confindustria verso il solare.*

**MERCATO PAG. 26**

### MODULI: ALL'INDUSTRIA ESTERA PIACE ANCORA L'ITALIA?



*Qualcuno ha fatto le valigie. Altri hanno ridimensionato la loro presenza. E in generale si riducono i volumi commercializzati. Ma sono ancora tanti i produttori di moduli non italiani che guardano con interesse al nostro mercato. Non solo perché si tratta pur sempre di uno dei primi al mondo, ma anche per quello che oggi rappresenta per il settore la base installata.*

**PAG 22** AGEVOLAZIONI AL FV PER LE PMI GRAZIE ALLA NUOVA SABATINI

**PAG 23** INSTALLATORI: NUOVE REGOLE PER LA FORMAZIONE

**PAG 37** ACCESSO AL 4° CONTO ENERGIA: IL TAR CONTRO IL GSE

FOUNDING MEMBER



15  
1999 > 2014

an event of  
**THE  
INNOVATION  
CLOUD**

# SOLAREXPO

PV | CSP | SOLAR THERMAL | SOLAR ARCHITECTURE

SOLAREXPO COMPIE I SUOI PRIMI 15 ANNI. 15 ANNI DI STRADA FATTA INSIEME CON LA BUSINESS COMMUNITY DEL SOLARE.

E INSIEME PUNTIAMO AL RILANCIO DEL SETTORE CON  
**NUOVE TECNOLOGIE, NUOVI MERCATI, NUOVI BUSINESS.**

**SOLAREXPO**  
RESEARCH CENTRE

**SOLARE  
B2B** 

mercoledì 7 maggio 2014 | ore 11.00-12.30 | Centro Congressi Stella Polare - sala Libra

tavola rotonda nazionale

## **NUOVI RUOLI PER GLI INSTALLATORI E LA DISTRIBUZIONE NEL MERCATO DEL FOTOVOLTAICO POST-INCENTIVI**

- comunicazione commerciale e strumenti di marketing nel segmento consumer
- evoluzione della professionalità degli installatori e fabbisogni formativi
- distribuzione di materiale elettrico e distribuzione solare specializzata
- produttori - system integrator - distributori: nuovi modelli di business



FIERA MILANO - RHO • 7 - 9 MAGGIO 2014



[www.solarexpo.com](http://www.solarexpo.com)  
[info@solarexpo.com](mailto:info@solarexpo.com)

CONCEPT & REALIZZAZIONE EVENTO  
**expoenergie**



## SOMMARIO

PAG 3	ATTUALITÀ E MERCATO	
PAG 11	NEWS	
PAG 12	COVER STORY	Costruirsi il futuro
PAG 14	TAVOLA ROTONDA	Seu, storage e altre opportunità per aprire una nuova fase
PAG 20	INTERVISTA	Cremona: "La mia battaglia per il FV"
PAG 22	NORMATIVE	Nuova Sabatini, un aiuto per il solare nelle PMI
PAG 23	NORMATIVE	Installatori, cambiano le regole
PAG 26	MERCATO	
PAG 32	AZIENDE	Supersolar, fotovoltaico a km zero
PAG 33	EVENTI	Rafforzare le partnership
PAG 34	APPROFONDIMENTI	2015, anno del rilancio per il settore elettrico
PAG 35	CASE HISTORY	Più energia per l'allevamento friuliano
PAG 36	KNOW-HOW	Revamping, un nuovo mercato per il fotovoltaico italiano
PAG 37	NORMATIVE	Sul 4° C.E., TAR contro GSE
PAG 38	APPROFONDIMENTI	Fotovoltaico: opportunità di investimento nel residenziale
PAG 40	EVENTI	C'è ancora tanto interesse sul fotovoltaico Parola d'ordine: fidelizzare
PAG 41	APPROFONDIMENTI	Pubblicità sui social media. Tentar non nuoce
PAG 42	RISPARMIO ED EFFICIENZA ENERGETICA	MCE: Ecco cosa è successo
PAG 47	FORMAZIONE E DATI	I corsi per gli installatori

## SOLARE B2B

### Direttore responsabile

Davide Bartesaghi - bartesaghi@solareb2b.it

### Responsabile Commerciale:

Marco Arosio - arosio@solareb2b.it

### Hanno collaborato:

Raffaele Castagna, Evelina Cattaneo, Cesare Gaminella, Michele Lopriore, Marta Maggioni, Sonia Santoro, Pietro Sincich, Francesco Della Torre

### Editore: Editoriale Farlastrada srl

Stampa: Ingraph - Seregno (Mi)

### Redazione:

Via Don Milani 1 - 20833 Giussano (MB)  
Tel: 0362/332160 - Fax 0362/282532  
info@solareb2b.it - www.solarebusiness.it

### Impaginazione grafica:

Ivan Iannacci

### Solare B2B: periodico mensile

Anno V - n. 4 - aprile 2014

Registrazione al Tribunale di Milano  
n. 195 del 2 aprile 2010. Poste Italiane SpA  
Spediz. in Abb. Postale D.L. 353/2003  
(Conv. in Legge 27/02/2004 n°46)  
Art.1 Comma 1 D.C.B. Milano

- L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali.

In base all'Art. 13 della Legge numero 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a:

Editoriale Farlastrada srl.

### Responsabile dati: Marco Arosio

Via Don Milani, 1 - 20833 Giussano (MI)  
Questo numero è stato chiuso in redazione il 26 marzo 2014

## PERSONE E PERCORSI

### Marc Woerner ceo di Solare Datensysteme

**CON QUESTA SCELTA L'AZIENDA MIRA AD ESPANDERSI A LIVELLO INTERNAZIONALE E CONSOLIDARE LA PROPRIA POSIZIONE NEL MERCATO DEI SISTEMI DI MONITORAGGIO PER IMPIANTI FOTOVOLTAICI**

Il direttivo di Solare Datensysteme GmbH, costituito da Jörg Karwath, Thomas Preuhs e Guy Thouin, ha nominato nuovi dirigenti all'interno del team di gestione della società. Con questa scelta, Solare Datensysteme mira ad espandersi a

livello internazionale e consolidare la propria posizione nel mercato dei sistemi di monitoraggio per impianti fotovoltaici. A partire da aprile 2014, Marc Woerner sarà il nuovo ceo mentre Frank Schlichting è stato nominato cto dell'azienda.



### Takayuki Kamekawa presidente e a.d. di Daikin Italy

**DAL 2004 AL 2013 KAMEKAWA HA RICOPERTO INCARICHI DI RILIEVO A LIVELLO INTERNAZIONALE, CON ESPERIENZE PER DAIKIN IN VARI MERCATI TRA CUI SUD AFRICA, INDIA E TURCHIA**

Takayuki Kamekawa è il nuovo presidente e amministratore delegato di Daikin Italy. Dal 2004 al 2013 Kamekawa ha ricoperto incarichi di rilievo a livello internazionale, con esperienze per Daikin in vari mercati come Sud Africa e India, e successivamente in Daikin Turkey, dove nel 2011 ha assunto il ruolo di vice presidente e membro del consiglio di amministrazione. Takayuki Kamekawa ha preso il posto di Shinji Izumi, che ha ricoperto il ruolo di presidente di Daikin Italy dal 2010 al 2013. «Uno degli aspetti che contribuiscono allo status di azienda numero uno al mondo nel settore della climatizzazione è il continuo impegno di Daikin in ricerca e sviluppo»,

spiega Takayuki Kamekawa. «Nel 2015 Daikin inaugurerà un Technology Innovation Center a Osaka, dove diverse professionalità da tutto il mondo lavoreranno fianco a fianco con l'obiettivo di progettare le soluzioni del futuro nel campo della climatizzazione e dell'energia».



**Maximizza**  
la tua passione

HERIC  
topology

## SolarMax serie P

La nuova serie di inverter SolarMax per applicazioni residenziali. Ti farà emozionare.

- **Resa massima** grazie alla topologia HERIC®.
- **Flessibile** concezione a doppio inseguitore per un'installazione personalizzata.
- **Comoda** installazione con la configurazione Plug&Play.
- **Monitoraggio** facile con MaxMonitoring e MaxView.
- **Pronto** per la Grid Parity grazie alle soluzioni per l'incremento dell'autoconsumo e lo storage.
- **Compatto e silenzioso**, grazie al sistema di raffreddamento passivo integrato.



www.solarmax.com

**SolarMax**  
SWISS QUALITY

# Tigo<sup>®</sup> energy

## Flessibilità senza confronti



- Sfruttamento massimo del tetto
- Stringhe irregolari con orientamenti multipli
- Elimina errori di cablaggio
- Sistema espansibile

## L'ottimizzatore numero uno permette:

- 15% di Moduli in più sui tetti o negli impianti di taglia industriale
- Prevenzione dei rischi di archi elettrici, incendi e sicurezza
- Stringhe più lunghe del 30%, Minori costi di BOS
- Aumento della Produzione di Energia e dell'Operatività del Sistema per ROI più sicuri
- Monitoraggio a livello di modulo, Riduzione dei costi



## Anti-invecchiamento per il vostro impianto fotovoltaico

### Per impianti nuovi e già esistenti

- Migliora il ritorno sugli investimenti
- Identifica e permette la riparazione dei componenti difettosi
- Monitora i rischi di archi elettrici, incendio e migliora la sicurezza
- Riduce i costi di gestione e manutenzione (O&M)



## L'ottimizzatore numero uno per multinazionali



## L'Ottimizzatore Solare Tigo Energy

**Tigo Energy**  
P.za Borgo Pila 40/56 - 16129 Genova  
Tel: +39 010 5303432 - Fax: +39 010 5303432  
E-mail: [contact.italy@tigoenergy.com](mailto:contact.italy@tigoenergy.com)  
Web: [www.tigoenergy.com](http://www.tigoenergy.com)

## Peter Cui presidente del cda di Samil Power

### A JASON FANG LA NOMINA DI NUOVO CEO DELL'AZIENDA

**P**eter Cui, ceo e fondatore di Samil Power, è il nuovo presidente del consiglio di amministrazione della società. Allo stesso tempo, Samil Power annuncia la nomina di Jason Fang in qualità di nuovo ceo. «La mia decisione di lasciare la posizione di ceo per presiedere il consiglio di amministrazione si è formata gradualmente nel corso degli ultimi mesi», spiega Peter Cui. «Presiedere il consiglio

di amministrazione per il prossimo futuro è la decisione giusta, che mi permetterà di seguire ancora molto da vicino la società e di continuare a guidare Samil Power. Per assicurare una transizione graduale e fluida e per rendere il nuovo ceo partecipe di tutti gli aspetti societari, prima di dedicarmi esclusivamente al mio nuovo ruolo, ci sarà un periodo di transizione di circa 3-6 mesi».

# ATTUALITÀ E MERCATO

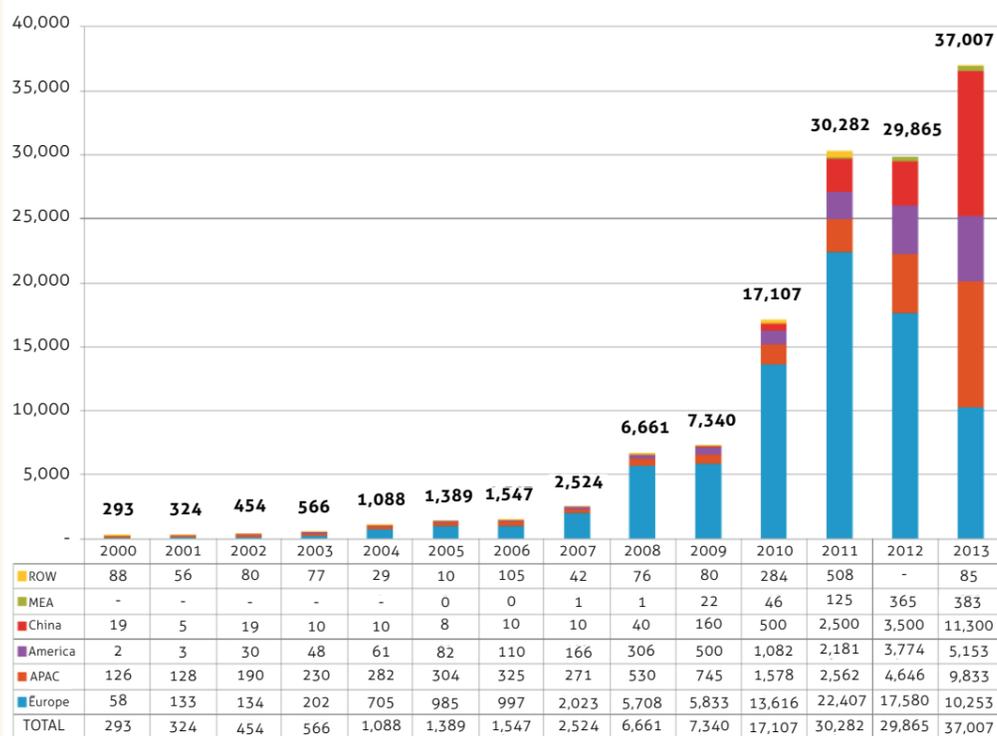
## Epia: nel 2013 nuovo installato FV globale a 37 GW

### LA POTENZA CUMULATA A LIVELLO GLOBALE HA REGISTRATO UN INCREMENTO DEL 35%

Il 2013 ha visto un aumento di installato fotovoltaico a livello mondiale dai 29,8 GW del 2012 a 37 GW. L'installato cumulato globale ha così raggiunto, alla fine del 2013, i 136,7 GW, totalizzando un incremento del +35% rispetto all'anno precedente. È quanto emerge dai dati dell'European Photovoltaic Industry Association (Epia). Questo risultato è prevalentemente dovuto ad alcune particolari aree geografiche che hanno registrato un'improvvisa crescita del numero di installazioni. In particolare l'Asia e i dinamici mercati cinese, con 11,3 GW di installato nel 2013, e giapponese, con 6,9 GW. Lo scorso anno il continente asiatico ha coperto il 57% del mercato mondiale, scalzando l'Europa dal primo posto. Per quanto invece riguarda il trend del vecchio continente i dati

indicano una continua diminuzione totalizzando 10 GW di nuovi impianti installati. Se infatti appena nel 2011, l'Europa deteneva il 70% dell'installato annuale mondiale, nel 2012 tale percentuale è scesa al 59%. «In alcuni Paesi europei la forte riduzione degli incentivi, insieme ad alcune leggi retroattive, e improvvisi cambi nella regolamentazione dei mercati hanno avuto brutte ripercussioni sugli investitori che hanno di conseguenza perso fiducia nel settore con una significativa diminuzione del business», commenta Gaëtan Masson, head of business intelligence di Epia. In particolare i due paesi leader del mercato europeo, la Germania e l'Italia hanno registrato una forte decrescita del giro d'affari, rispettivamente del -58% e del -70%.

## EVOLUZIONE DELLE INSTALLAZIONI FV GLOBALI 2000-2013 (MW)



## Nel 2014 nuova previsione per 44,5 GW

### SECONDO L'ANALISI BLOOMBERG, IL MERCATO CINESE POTREBBE RAGGIUNGERE 12 GW DI NUOVO INSTALLATO, SEGUITO DA GIAPPONE E STATI UNITI, RISPETTIVAMENTE CON 10,5 GW E 5,3 GW

**L**e installazioni fotovoltaiche a livello globale nel 2014 arriveranno a 44,5 GW, con un incremento del 20% rispetto al 2013. Lo sostiene una stima di Bloomberg, secondo cui la Cina si piazza al primo posto del mercato mondiale del solare davanti a Giappone e USA, a fronte di un ridimensionamento del ruolo dell'Europa.

Dopo due anni di recessione ha dichiarato Ash Sharma, senior research director della sede di IHS in Colorado, «le nuove installazioni sono destinate a crescere di due cifre in tutto il mondo: le spese in conto capitale si stanno riprendendo, i prezzi dei moduli si stabilizzeranno e i mercati emergenti continuano a crescere».

## Terna: a febbraio 2014 dal FV il 5,73% della produzione di energia

L'ENERGIA FOTOVOLTAICA HA SODDISFATTO IL 4,76% DELLA DOMANDA DI ELETTRICITÀ

**N**el mese di febbraio 2014 la produzione netta da energia fotovoltaica, pari a 1.187 GWh, ha coperto il 5,73% della produzione totale di energia elettrica in Italia (20.681 GWh), con una variazione dello 0,2% rispetto allo stesso periodo del 2013. Per quanto riguarda la domanda di elettricità, nel mese di febbraio il solare ha soddisfatto il 4,76%. Secondo gli ultimi risultati di Terna, sono in crescita le fonti di produzione idrica (+42,3%), geotermica (+5,6%) ed eolica (+11,3). In calo, invece, la fonte termoelettrica (-16,1%).

## Solon porta l'efficienza energetica nel residenziale

SI CHIAMA SOLON AT HOME IL PROGETTO CHE SI PROPONE DI INTEGRARE IL FOTOVOLTAICO CON ALTRE TECNOLOGIE PULITE VOLTE A MIGLIORARE L'EFFICIENTAMENTO NELLE ABITAZIONI



Portiamo il meglio dell'energia a casa tua.

**SOLON**  
AT HOME

**S**olon presenta il progetto per il residenziale Solon at home, focalizzato sull'integrazione del fotovoltaico con le altre tecnologie per la produzione di energia pulita. L'iniziativa parte dalla consapevolezza della necessità di conoscere e di conseguenza integrare nell'ambiente domestico diverse soluzioni per l'efficienza energetica, abbinando al fotovoltaico accumulo elettrico, pompa di calore, solare termico, mobilità elettrica, illuminazione a led. Solon at home si propone dunque di fornire gli strumenti necessari per capire, scegliere e quindi ottimizzare le diverse tecnologie in funzione della specifica esigenza. Per diffondere la cultura dell'integrazione tra le diverse soluzioni e proporre interventi personalizzati, Solon ha avviato una strategia di comunicazione ad ampio raggio che coinvolge i Solon Partner e il cliente finale. Grazie ai professionisti formati da Solon l'azienda offre informazione qualificata su ciò che l'energia è oggi, i vantaggi e le normative. Inoltre, per rispondere con velocità e chiarezza alle esigenze di installatori ed end users Solon propone il sito web dedicato [www.solonathome.com](http://www.solonathome.com), e comunica attraverso i principali social network.

## SMA e Danfoss insieme per la riduzione dei costi degli inverter

L'ACCORDO HA VISTO L'ACQUISIZIONE DA PARTE DI DANFOSS DI UNA QUOTA DEL 20% DI SMA. A QUEST'ULTIMA, LA SOCIETÀ DANESE CEDERÀ TUTTE LE ATTIVITÀ LEGATE AL COMPARTO INVERTER

**S**MA Solar Technology e Danfoss hanno stretto una nuova partnership strategica con l'obiettivo di ridurre i costi, sfruttando le economie di scala e l'esperienza comune. L'accordo ha previsto l'acquisizione da parte di Danfoss di una quota pari al 20% di SMA, mentre in programma vi è la cessione a quest'ultima di tutte le attività Danfoss legate al comparto degli inverter fotovoltaici. Grazie all'accordo, SMA potrà così ampliare la propria offerta. L'azienda, una volta approvata la transazione, prevede inoltre di introdurre nuovi prodotti per il segmento degli impianti fotovoltaici di medie dimensioni, in costante crescita in Europa, Stati Uniti e Cina. Danfoss acquisirà 6,94 milioni di azioni di SMA Solar

Technology AG a un prezzo di 43,57 euro. Il valore d'acquisto corrisponde a un sovrapprezzo del 50% rispetto al prezzo medio ponderato per i volumi degli ultimi 60 giorni. Il volume della transazione ammonta a 302,38 milioni di euro. Al termine della transazione le azioni flottanti di SMA si attesteranno al 25,05%. I fondatori di SMA con le loro famiglie e le fondazioni manterranno il possesso del 54,95% delle azioni di SMA. Nei prossimi due anni Danfoss non acquisterà o venderà ulteriori quote di SMA (periodo di lock-up). La transazione avverrà previa autorizzazione delle autorità preposte. La vendita delle azioni e il contratto di collaborazione saranno messi a punto durante il terzo trimestre del 2014.



Con Solsonica il fotovoltaico è a prova di futuro.

**solsonica**  
Chiara come il sole



## Energia in tutte le condizioni

### L'evoluzione del Mercato:

## Smart Module by Jinko

Il tempo in cui ombra, nuvole e orientamento non ottimale compromettevano le prestazioni dei moduli sul vostro tetto sono ormai un ricordo del passato!

Anche in queste situazioni il nuovo ed innovativo modulo Smart di Jinkosolar aumenterà la produzione di energia elettrica fino al 20% in più rispetto al modulo standard e renderà ogni tetto il tetto perfetto per produrre energia dal sole.

Scegliendo i prodotti Jinkosolar otterrete i migliori vantaggi di produzione di energia dal sole dando un significativo contributo alla salvaguardia dell'ambiente.



**SOLAREXPO** 15

7-9 MAY 2014  
BOOTH NO. E10

[www.jinkosolar.com](http://www.jinkosolar.com)

*Solar*  
**Jinko**  
*Building Your Trust in Solar*

## 100 GW di nuova potenza installata nel 2018

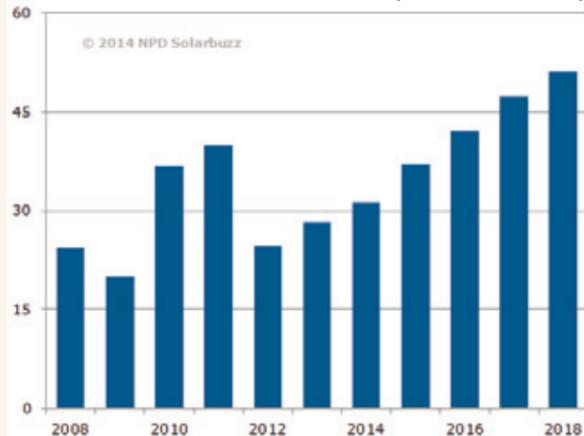
**SECONDO UN'ANALISI DI NPD SOLARBUZZ, NEGLI ULTIMI DUE ANNI L'INDUSTRIA DEL FOTOVOLTAICO È CRESCIUTA DEL 34%**

L'industria del fotovoltaico potrebbe crescere nei prossimi cinque anni sino ad arrivare nel 2018 con 100 GW di nuova potenza installata e 50 miliardi di dollari di fatturato annuo.

Lo sostiene una ricerca di NPD Solarbuzz Marketbuzz, che sottolinea anche come negli ultimi due anni, nonostante l'eccesso di capacità produttiva e calo dei margini operativi, l'industria del fotovoltaico sia cresciuta del 34%. Altri traguardi identificati dalla ricerca di NPD Solarbuzz al 2018 sono la capacità installata cumulata di 500 GW e ricavi dalla produzione di moduli fotovoltaici pari a oltre 200 miliardi dollari nel quinquennio 2014-2018. Per quanto riguarda le tecnologie, si prevede che il 91% dei moduli prodotti tra il 2014 e il 2018

sarà realizzato ancora con la tecnologia del silicio cristallino.

**RICAVI DALLA PRODUZIONE DI MODULI (MILIARDI DI DOLLARI)**



## Storage: in Germania lo vendono già due terzi degli operatori

**OPPORTUNITÀ DI CRESCITA SONO PREVISTE IN ITALIA E GRAN BRETAGNA, DOVE UN TERZO DEGLI OPERATORI HA DICHIARATO L'INTENZIONE DI OFFRIRE SOLUZIONI PER L'ACCUMULO ENTRO L'ANNO**

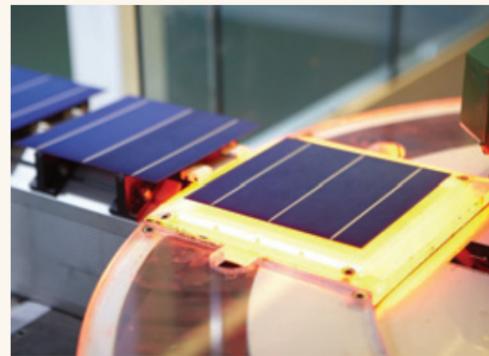
Due terzi dei player fotovoltaici tedeschi offrono ai propri clienti sistemi di storage. È quanto rivela EuPD Research all'interno del rapporto European PV storage market insights 2014 che prende in esame il trend del mercato dei sistemi di accumulo dei principali mercati europei fra i quali in particolare quello tedesco, italiano, inglese, francese e olandese. Se però, secondo il report a fare la parte del leone nell'ambito dello storage per il momento

è la Germania, dove anche da un punto di vista normativo ci sono stati provvedimenti a favore di questa tecnologia, buone notizie arrivano anche per l'Italia e la Gran Bretagna. Secondo i dati raccolti infatti, questi due mercati sarebbero pronti a sviluppare un'offerta consistente alla clientela nell'ambito dei sistemi di stoccaggio. Nei due Paesi infatti un terzo degli operatori ha dichiarato l'intenzione di offrire soluzioni per l'accumulo energetico entro l'anno.

## Trina Solar punta a 3,8 GW di moduli a fine 2014

**L'AZIENDA MIRA A INCREMENTARE ANCHE LA PRODUZIONE DI WAFER E LA CAPACITÀ DI CELLE SOLARI**

Nel 2014 Trina Solar si è posta l'obiettivo di vendere 3,8 GW di moduli fotovoltaici. Si tratta di un obiettivo in forte crescita (+47%) considerando i 2,58 GW del 2013 e l'1,59 GW del 2012. Tra i motivi che inducono Trina Solar a incrementare la vendita, la crescita del mercato asiatico e medio orientale. La capacità produttiva dovrebbe tenere dunque il passo con l'aumento delle spedizioni. La produzione di wafer dovrebbe salire a 1,7 GW (1,4 GW a fine 2013), mentre la capacità di celle solari dovrebbe toccare i 3 GW (2,5 GW a fine 2013).



## Hanwha SolarOne: nel 2013 fatturato in aumento del 28%

**L'AZIENDA HA CHIUSO L'ANNO CON RICAVI PER 4.725 MILIONI DI RMB**

Hanwha SolarOne ha chiuso il 2013 con ricavi per 4.725 milioni di RMB (circa 780,6 milioni di dollari) e con una crescita del 28,5% rispetto ai 3.678,4 milioni di RMB del 2012. In crescita anche il fatturato dell'ultimo trimestre dell'anno: 1.294,9 milioni pari a un incremento del 54,8% sul 4Q del 2012. Il gross margin sull'intero anno 2013 torna positivo (+7%) rispetto al 2012 (-9%), mentre il risultato finale presenta ancora perdite per 874 milioni di RMB. Nell'ultimo trimestre del 2013 le perdite si sono ridotte a 21 milioni. «L'ultimo trimestre del 2013 è stato caratterizzato da un significativo miglioramento dei risultati finanziari» ha commentato Ki-Joon Hong, presidente e ceo di Hanwha SolarOne. «Questo risultato è stato raggiunto grazie

all'aumento di ricavi e vendite, alla riduzione della nostra struttura dei costi di produzione, e a una continua attenzione nel controllo costi operativi. Inoltre abbiamo mantenuto una forte presenza in Giappone e aumentato la nostra penetrazione nel mercato cinese in rapida crescita». Il gruppo si attende un'ulteriore crescita per il 2014 basata anche su un aumento della capacità produttiva, da 1,5 a 2 GW.



## A SolarWorld la linea produttiva di Bosch

L'AZIENDA HA PORTATO LA CAPACITÀ PRODUTTIVA DA 700 MW A OLTRE 1 GW ANNUI



SolarWorld AG ha acquisito la linea produttiva di celle e moduli di Bosch nella città di Arnstadt, in Germania. L'acquisizione, annunciata lo scorso anno, permetterà a SolarWorld di portare la propria capacità produttiva da 700 MW a oltre 1 GW all'anno. La trattativa ha inoltre permesso a Bosch di salvaguardare oltre 1.000 posti di lavoro, 800 dei quali acquisiti da SolarWorld. L'azienda tedesca ha festeggiato un altro importante traguardo, ossia il miliardesimo wafer prodotto presso lo stabilimento di Freiberg, acquisito dalla Bayer nel 2001. «Il record di un miliardo di wafer rappresenta una pietra miliare e rileva l'efficienza del nostro sistema di produzione moderno e ad elevata automazione», ha spiegato il presidente del consiglio di amministrazione di SolarWorld, E.h. Frank Asbeck.

## Regioni Convergenza: al via il bando per l'efficienza

TRA GLI INTERVENTI AMMESSI AL FINANZIAMENTO ANCHE GLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI SU TETTO LA CUI ENERGIA PRODOTTA SIA DESTINATA ALL'AUTOCONSUMO

Il ministero dello Sviluppo Economico ha pubblicato sul proprio sito, [www.sviluppoeconomico.gov.it](http://www.sviluppoeconomico.gov.it), una scheda informativa relativa al Bando efficienza energetica nelle Regioni Convergenza con i dettagli riguardanti i progetti ammissibili e una sezione dedicata alle domande frequenti (FAQ).

Il provvedimento previsto con Decreto ministeriale 5 dicembre 2013 è rivolto a sostenere le imprese delle Regioni Convergenza (Calabria, Campania, Puglia e Sicilia) che intendano attuare misure a favore della riduzione e della razionalizzazione dell'uso dell'energia primaria nei cicli di lavorazione o di erogazione dei servizi, per una dotazione finanziaria complessiva pari a 100 milioni di euro.

Tra gli interventi ammessi al finanziamento anche gli impianti fotovoltaici su tetto la cui energia prodotta sia destinata all'autoconsumo. Il ministero comunica inoltre che sarà possibile presentare le domande per le agevolazioni a partire dal prossimo 23 aprile attraverso un'apposita procedura informatica accessibile dalla sezione Bando Efficienza Energetica del sito.

## Dai principali EPC il 30% delle installazioni su larga scala nel 2013

A GUIDARE LA CRESCITA, SECONDO IL RAPPORTO IHS, SONO CINA E STATI UNITI

Nel 2013 le 30 società EPC più importanti a livello globale hanno installato il 30% di progetti su larga scala, registrando un incremento del 5% rispetto al 2012. A riportarlo è l'ultimo rapporto IHS, secondo cui tale crescita sarebbe guidata da Cina e Stati Uniti. La società cinese Tbea Sun Oasis ha quadruplicato le proprie installazioni toccando il gigawatt e posizionandosi subito dietro First Solar, che ha raddoppiato la sua capacità di installazione fino a superare 1,1 GW. Nove delle 10 società in classifica sono cinesi e statunitensi mentre l'unica società europea della top ten è la spagnola Abengoa, che sta costruendo impianti per un totale di 260 MW. IHS prevede che il primato di Cina e Stati Uniti verrà confermato anche per il 2014. Attualmente in costruzione negli Stati Uniti vi sono infatti progetti superiori a 20 MW, per una potenza installata di 2,5 GW,

mentre in Cina sono previsti ulteriori 2,1 GW. A livello globale, sono in fase di realizzazione 123 progetti di dimensioni superiori a 20 MW per un totale di circa 7,6 GW. Secondo IHS, a livello mondiale si contano infine 10.000 progetti solari su larga scala, per un totale di 114 GW, che potrebbero entrare in funzione nei prossimi anni.

	Capacità installata
I primi 30 EPC mondiali	9,1
Resto	20,7
TOTALE	29,8



## Fidarsi è bene - controllare è meglio.

Tieni sotto controllo gli impianti fotovoltaici in modo rapido ed efficace, offrendo ai tuoi clienti un contratto di monitoraggio professionale. Dispositivo Solar-Log™ e portale di monitoraggio WEB "Commercial Edition" - il modo più semplice e sicuro per monitorare impianti solari.

Novità Solar-Log™ Dashboard mostra resa, risparmio di CO<sub>2</sub> e prestazioni dell'impianto a colpo d'occhio.

Per maggiori informazioni: [www.solar-log.com](http://www.solar-log.com)



Solar-Log™ - Market leader  
Monitoraggio e controllo FV

 **Solar-Log™**

## Turn Under-Performing Solar Plants Into Revenue Stars

Here is what we started with:

### 4 PV Plants in Puglia, Italy:

- Plants constructed in extreme time pressure
- EPC Contractor had limited or no experience in solar
- Poorly planned and/or executed preventive maintenance
- Delayed intervention, security breaches, sloppy planning & execution of corrective maintenance
- O&M neglected their activities and obligations due to financial difficulties

### The Poor Performance Results:

- High costs of continuous interventions
- Low PR (<66%)
- Low Uptime (<93%)
- Low IRR

Here are the results we generated:

**Yield increase: +38%**  
**Optimized returns:**  
**payback in 2 months**

Here is what our client says:

**“Alectris immediately took steps to improve the production of my PV plants following a rigorous analysis, and the benefits were notable, significant and durable.”**

Michele Romanin – Jacur, GM GRU.CO. S.r.l.

Find out how we did it at [alectris.com](http://alectris.com)  
Call us at **+39-3428835856** or mail to: [emanuele.tacchino@alectris.com](mailto:emanuele.tacchino@alectris.com)

## Dal Giappone incentivi ai sistemi di storage superiori a 1 kWh

**IL GOVERNO SUPPORTERÀ QUESTA TECNOLOGIA PER CONTROLLARE LA DOMANDA DI ELETTRICITÀ NEGLI ORARI DI PICCO E FRONTEGGIARE I CONTINUI BLACK OUT CAUSATI DAL SISTEMA ELETTRICO**

Il Giappone ha avviato un programma di incentivi statali per i sistemi di accumulo di energia superiori a 1 kWh. Il meccanismo di supporto dovrebbe coprire i due terzi della spesa, fino ad un milione di yen (7.100 euro) per i privati e 100 milioni di yen (710 mila euro) per le imprese. In totale il governo stanzerà 10 miliardi di yen (70 milioni di euro). Il governo ha deciso di sostenere questa tecnologia per controllare la domanda di elettricità negli orari di picco. Dopo il disastro di Fukushima e la conseguente chiusura delle centrali nucleari a ri-

schio, il Giappone necessita di un'infrastruttura per far fronte ai frequenti black out causati dal sistema elettrico giapponese, che spesso non riesce a coprire la domanda proveniente da cittadini e imprese.



## First Solar: nel 2013 ricavi in leggero calo ma ritorno all'utile

**DOPO UNA PERDITA DI 96 MILIONI DI DOLLARI NEL 2012, LA SOCIETÀ HA CHIUSO LO SCORSO ANNO CON UN UTILE DI 353 MILIONI**

First Solar ha chiuso il 2013 con un fatturato pari a 3,3 miliardi di dollari, in calo dell'1,8% rispetto all'anno precedente. In contrazione anche il giro d'affari dell'ultimo trimestre del 2013: 0,7 miliardi di dollari contro 1,07 del 4Q 2012.

Il gruppo però festeggia il ritorno ai profitti: dopo una perdita di 96 milioni di dollari nel 2012, lo

scorso anno si è chiuso con un utile di 353 milioni.

First Solar ha raggiunto questi risultati grazie anche a una riduzione dei costi medi di produzione: nel suo miglior impianto, il taglio dei costi è stato del 17%. L'azienda ha inoltre registrato un nuovo record mondiale nell'efficienza delle celle CdTe, arrivando al valore di 20,4%.

## SMA, torna la scuola di formazione Solar Academy

**ALLE GIORNATE IN AULA L'AZIENDA HA ABBINATO UN PERCORSO DI E-LEARNING, BASATO SU VIDEO LEZIONI PUBBLICATE PERIODICAMENTE SUL CANALE YOUTUBE**

Anche per il 2014 tornano gli appuntamenti Solar Academy, la scuola di formazione di SMA rivolta a tutti i professionisti del settore. L'offerta formativa di quest'anno si rinnova totalmente e propone corsi e seminari volti ad approfondire da un lato le principali dinamiche del mercato fotovoltaico e dall'altro i principali aspetti della tecnologia, consigliando al tempo stesso le soluzioni ideali per impianti residenziali, commerciali e industriali e di tipo off-grid. La novità di quest'anno della scuola, che fino ad oggi ha già formato oltre 2.000 professionisti del settore, è la suddivisione dei corsi in due livelli: un primo, più generale e di introduzione alla tecnologia fotovoltaica, alle dinamiche del mercato e ai prodotti, e un secondo, che invece

approfondisce dal punto di vista tecnico la normativa vigente, analizza gli step per la progettazione di impianti e simula business case per impianti realizzati.



## A Intersolar Europe 2014 un padiglione sull'accumulo

**SI CHIAMA EES L'AREA ESPOSITIVA CHE IN OCCASIONE DELLA KERMESSE TEDESCA FOCALIZZERÀ L'ATTENZIONE SULLE NOVITÀ RELATIVE AI SISTEMI DI STORAGE ENERGETICO**

Intersolar Europe 2014, che si svolgerà dal 4 al 6 giugno a Monaco di Baviera, amplia l'offerta fieristica con il salone specialistico electrical energy storage (ees). Grazie alla partecipazione di 260 tra produttori, rivenditori e fornitori, verrà presentato un ampio ventaglio di soluzioni per lo stoccaggio energetico. Nel padiglione B1 i visitatori potranno scoprire l'intera catena di creazione del valore della tecnica delle batterie e dei sistemi di accumulo, dai singoli componenti ai metodi di produzione fino a situazioni concrete di applicazione. Parallelamente al salone specialistico ees si svolgerà la Intersolar Europe Conference, che tratterà le tematiche inerenti ai mercati, alle tecnologie e alle possibilità di impiego degli accumulatori di energia elettrica. A questa edizione sono attesi più di 400 referenti e 2.000 partecipanti da oltre 50 nazioni. Nell'ambito della

conferenza, sette sessioni offriranno una panoramica dei trend attuali in materia di sistemi di accumulo energetico. Lunedì 2 giugno tre sessioni saranno dedicate ai mercati, alle tecnologie e alle piccole applicazioni. I temi di martedì verteranno sulle applicazioni di grande scala, sulle soluzioni "second-use" e sul recycling. Nell'ultimo giorno di mercoledì 4 giugno, la conferenza toccherà i temi della sicurezza delle batterie e delle tecnologie di produzione. Alla Intersolar Europe 2014 verrà indetto infine per la prima volta il concorso electrical energy storage Award, che premierà i migliori prodotti e le migliori soluzioni nel campo dei materiali, della produzione, della tecnica di sistema, delle applicazioni e del riciclaggio e riutilizzo di componenti. Il vincitore verrà proclamato ufficialmente in occasione della cerimonia del 4 giugno 2014.

## Santerno, nel 2013 ricavi a +50%

L'AZIENDA HA ATTRIBUITO LA CRESCITA DEI RICAVI ALLA REALIZZAZIONE DI IMPORTANTI COMMESSE NEL SETTORE FOTOVOLTAICO A LIVELLO INTERNAZIONALE E ALL'AVVIO DI NUOVI PROGETTI IN AMBITO INDUSTRIALE

Electronica Santerno ha annunciato i risultati finanziari del 2013. Lo scorso anno l'azienda ha registrato un aumento dei ricavi del 50% rispetto all'anno precedente, in netto recupero considerando la flessione del 60% di fine 2012 rispetto al 2011. Le vendite ammontano a 74,4 milioni di euro, mentre nel 2012 il volume d'affari era stato di 49,7 milioni. L'azienda ha attribuito la crescita dei ricavi alla realizzazione di importanti commesse nel settore fotovoltaico a livello internazionale e all'avvio di nuovi progetti nell'ambito delle applicazioni industriali. «La combinazione tra il continuo miglioramento dei nostri processi produttivi e il lancio di nuovi prodotti ci ha consentito di raggiungere gli attuali livelli di fatturato e redditività», spiega Enrico Carraro, presidente del Gruppo, «ed oggi guardando l'intero 2014, a fronte di un primo trimestre che appare con un fatturato in contrazione rispetto al 2013, riceviamo importanti conferme dal mercato che lasciano intravedere volumi in crescita e un ulteriore miglioramento dei margini».

## Enecom amplia la gamma di moduli flessibili

L'AZIENDA HA SVILUPPATO TRE LINEE DI PRODOTTO PER SODDISFARE ESIGENZE DI SPAZIO E CONSUMI DIFFERENTI



Enecom, business unit di EnEco Group, ha ampliato la propria gamma di pannelli fotovoltaici flessibili. L'azienda ha infatti sviluppato tre linee di prodotti per soddisfare esigenze di spazio e consumi differenti. La linea standard HF, dai 20 ai 130 W, è quella con le maggiori possibilità di utilizzo, grazie alla varietà delle classi di potenza disponibili.

La linea HFp comprende invece i pannelli slim, dalla forma allungata e stretta, pensati per adattarsi a esigenze di spazio particolari, mentre la linea HFp, composta dai pannelli flessibili, è stata realizzata principalmente per il tempo libero. Grazie all'assenza del vetro e della cornice presenti nei pannelli tradizionali, questi moduli si presentano leggeri e sottili, caratteristiche che rendono il prodotto adatto a molteplici esigenze, dai mezzi di trasporto al settore nautico, dall'edilizia alla bio-architettura.

I pannelli hanno inoltre un'efficienza triplicata rispetto ai moduli in silicio amorfo e sono costituiti da materiali plastici completamente riciclabili.

## Astar EnR distribuirà gli inverter Kaco new energy

L'OBIETTIVO PER KACO È QUELLO DI COPRIRE, ATTRAVERSO I CANALI VENDITA DI ASTAR, IL 12% DEL SEGMENTO RESIDENZIALE EUROPEO ENTRO IL 2014

Astar EnR distribuirà gli inverter Kaco new energy, a seguito di un recente accordo siglato tra le due società. L'obiettivo per Kaco è quello di coprire, attraverso i canali vendita di Astar, il 12% del segmento residenziale europeo entro il 2014. «La sinergia è scaturita quasi naturalmente», spiega Damien Haudebert, ceo del gruppo Astar EnR, «Le due aziende sono affini sia per posizionamento geografico, a copertura dell'intero territorio europeo, sia e soprattutto per dinamiche d'azione ed obiettivi. La scelta di un nuovo partner per la diffusione dei propri prodotti implica un'identificazione, seppur parziale, nell'immagine della società a cui si consegna il proprio prodotto. Per noi l'abbinamento del modulo Astar all'inverter Kaco è

un'opportunità importante per garantire al cliente nuove garanzie su performance e durabilità degli impianti fotovoltaici». «Siamo lieti di aver trovato in Astar EnR il partner ideale», ha dichiarato Flavio Cecchi, ceo di Kaco new energy Italia. «Con questo accordo di distribuzione, Astar e Kaco new energy pongono ancora una volta l'accento sulla qualità dei prodotti, sia dal punto di vista tecnico sia dal punto di vista dei servizi correlati. Siamo certi che l'ampia gamma degli inverter prodotti dalla Kaco new Energy, che include la nostra offerta per i sistemi di accumulo GridSave, unitamente alla qualità dei moduli prodotti da Astar EnR, vada incontro alle esigenze di una clientela europea sempre più attenta ai risultati dei propri investimenti».

# IL SOLE SI FIDA DI NOI ANCHE QUANDO IL CIELO È NUVOLOSO.

## 98% di performance in condizioni di luce debole

I moduli solari Q CELLS raggiungono il 98% del loro grado di rendimento nominale anche in condizioni di scarso irraggiamento e luce debole (200 W/m<sup>2</sup>)



Con Hanwha Q CELLS, siete sempre dalla parte del sole. Vi offriamo le migliori soluzioni fotovoltaiche con un unico fornitore: moduli solari, sistemi FV e centrali elettriche. Come parte integrante di un gruppo finanziariamente forte quale Hanwha Group, Hanwha Q CELLS copre l'intera catena di fornitura, dalla cella al prodotto chiavi in mano: fidatevi, con noi il sole splende sempre. Desiderate diventare clienti o ricevere ulteriori informazioni sui prodotti Q CELLS? Allora venite a trovarci su [www.q-cells.com](http://www.q-cells.com).

Un partner affidabile  
per dare Energia  
alla Tua Casa.



## Nel 2013 l'export di moduli cinesi ha toccato 16 GW

**IL GIGANTE ASIATICO HA COPERTO IL 62% DEI 25,7 GW INSTALLATI FUORI DAI CONFINI NAZIONALI**

I produttori cinesi di moduli avrebbero esportato nel 2013 volumi pari a 16 GW per un valore di circa 10 miliardi di dollari, secondo quanto riportato da alcuni media del Paese. Considerato che nel 2013 l'installato mondiale è stato pari a circa 37 GW (fonte Epia) e che il mercato inter-

no cinese ha raggiunto 11,3 GW, significa che l'export cinese ha coperto il 62% di tutti i 25,7 GW installati fuori dai confini nazionali. Il 30% di questi volumi di moduli esportati ha raggiunto l'Europa, il 22% il Giappone e il 10% gli Stati Uniti.

## Canadian e Samsung insieme per il solare in Ontario

**I MODULI PRODOTTI NELLA NUOVA SEDE DI CANADIAN A LONDON ANDRANNO AD ALIMENTARE LA PIPELINE DI PARCHI FOTOVOLTAICI CHE SAMSUNG SVILUPPERÀ IN CANADA**

Hanno preso il via le attività del nuovo impianto di produzione di moduli di Canadian Solar a London, in Ontario, che andranno ad alimentare la pipeline di parchi fotovoltaici che Samsung svilupperà in Ca-

nada, tra cui due mega impianti da 100 MW ciascuno. La partnership tra Canadian e Samsung ha messo in moto grandi investimenti dai quali sono attesi migliaia di nuovi posti di lavoro in Ontario.

### SPAZIO INTERATTIVO E AREA DOWNLOAD

In alcune pagine di SolareB2B troverete un QR code che vi darà la possibilità di scaricare direttamente sul vostro cellulare, smart phone o tablet, i documenti di cui si parla nell'articolo. Per poter usufruire di questo servizio è necessario scaricare un'applicazione che consente di "leggere" il codice: se ne trovano disponibili diverse, basta digitare le parole "QR code" o "scanner" nello store delle applicazioni. Una

volta abilitato il vostro dispositivo, sarà sufficiente inquadrare il codice segnalato nell'articolo per poter visualizzare sul cellulare il contenuto.

• Per chi consulta la rivista in formato digitale, sarà sufficiente cliccare sull'immagine del documento.

• Tutti questi file sono disponibili sul sito [www.solareb2b.it](http://www.solareb2b.it) nella sezione "Documenti"

- Agenzia delle Entrate: guida su agevolazioni fiscali per interventi di ristrutturazione edilizia



- Agenzia delle Entrate: circolare 36/E relativa ai profili catastali e fiscali degli impianti fotovoltaici



- Legge Nuova Sabatini: domande frequenti (FAQ) con precisazioni sul fotovoltaico



- Legge Nuova Sabatini: agevolazioni per i finanziamenti FV nelle piccole e medie imprese



### Conergy distribuirà il PowerRouter di Nedap



Conergy ha inserito tra i suoi prodotti a portafoglio una soluzione per lo storage: il PowerRouter di Nedap. Si tratta di un sistema intelligente, una soluzione integrata "all-in-one" che offre la possibilità di combinare un inverter solare e un sistema di gestione dei flussi energetici e di carica e scarica in un singolo apparecchio. La soluzione PowerRouter infatti integra tre diversi prodotti: Power Router Solar Inverter, Power Router Solar Battery e Power Router Battery Manager. PowerRouter Solar Inverter è un inverter fotovoltaico disponibile con 3,0 kW, 3,7 kW e 5,0 kW di potenza AC. PowerRouter Battery Manager consiste in un elemento da affiancare a PowerRouter Solar Inverter per trasformarlo, anche in un secondo momento, in un apparecchio che possa gestire lo stoccaggio dell'energia prodotta e consentire di utilizzarla anche in seguito all'accumulo in batterie collegate separatamente, anche in casi di blackout. PowerRouter Battery Manager è compatto e facile da installare e da connettere al PowerRouter.

### Ingeteam lancia il software Ingecon EMS Tools

Ingeteam ha lanciato sul mercato il software Ingecon EMS Tools per la configurazione e il monitoraggio degli impianti in autoconsumo. Scaricabile gratuitamente da [www.ingeteam.com](http://www.ingeteam.com), il software, collegato al dispositivo Ingecon EMS Manager, consente all'utente di accedere a tutte le informazioni dell'impianto, ottenendo in tempo reale i dati del rapporto di consumo che sta raggiungendo. Questo dispositivo è responsabile della gestione di tutti gli elementi presenti nell'impianto, governa l'accensione e lo spegnimento dei carichi controllabili e della produzione energetica, in funzione dei dati di generazione ottenuti dagli inverter e dal consumo totale dell'impianto.

### IBC Solar amplia l'offerta di inverter con Steca



IBC Solar ha ampliato il proprio portafoglio prodotti con l'inserimento della linea di inverter dedicati al segmento residenziale Steca Grid. Questi inverter presentano una serie di innovazioni, come la tecnologia coolcept, che prevede l'utilizzo di componenti ad alto rendimento con ridotta dissipazione termica,

garantendo un raffreddamento basato sulla circolazione interna dell'aria. Un altro vantaggio è il peso ridotto, di soli 9 kg, che permette un montaggio a parete veloce e sicuro. Per quanto riguarda il monitoraggio, le macchine sono dotate di data logger, con due anni di accesso al portale gratuito. IBC Solar offre agli installatori la possibilità di partecipare ai webinar (seminari on line) gratuiti per approfondire gli aspetti tecnologici del prodotto e richiedere supporto tecnico e assistenza.

### Da SolarEdge nuovi ottimizzatori per il mercato UK

Sull'onda del successo conseguito lungo il 2013, Solaredge intende incrementare la propria offerta per il mercato solare inglese sia in ambito residenziale sia in quello commerciale. Per questo motivo l'azienda israeliana sta per lanciare i nuovi ottimizzatori P700 applicabili non più a un solo modulo, ma a due pannelli per volta da 72 celle fotovoltaiche. Tale innovazione rappresenta un vantaggio sia in termini di risparmio in fase di installazione sia dal punto di vista della praticità nella gestione e monitoraggio dell'impianto, garantendo un incremento delle prestazioni di quest'ultimo. Oltre all'ottimizzatore P700, SolarEdge sta per lanciare sul mercato anche una versione dell'ottimizzatore P600 in grado ora di lavorare con gli inverter SE15k.

### Impianto da 4 MW sui tetti del deposito Ikea di Lione

È entrato in esercizio l'impianto fotovoltaico da 4 MW installato dal gruppo Derbigum sui tetti del deposito Ikea di Lione, inaugurato ufficialmente lo scorso 18 marzo. Prima dell'installazione dei moduli è stato realizzato un intervento di impermeabilizzazione, che ha interessato una superficie totale di 80.000 metri quadri. Sul manto sono poi stati installati gli elementi di fissaggio Derbifix F e inseguito sono stati posati e fissati circa 15.000 pannelli fotovoltaici collegati a 9 inverter da 360 kW, 3 cabine di trasformazione e una di consegna. Per questo intervento Ikea ha investito complessivamente 11,6 milioni di euro.



# LA QUALITÀ È MISURABILE



#### PRESTAZIONI COMPROVATE CON MODULI SOLARI DI SOLARWORLD

Massima affidabilità e stabilità garantite per i moduli di qualità made by SolarWorld. Lo dimostra il PV+Test del TÜV Rheinland in cooperazione con Solarpraxis, che ha premiato il Sunmodule Plus 245 poly con il massimo dei voti "eccellente". A colpire gli specialisti del TÜV sono stati soprattutto gli eccezionali risultati in fatto di lavorazione e resistenza all'invecchiamento. Rigorosi controlli di qualità e condizioni di garanzia estremamente favorevoli al cliente promettono inoltre il decisivo plus in termini di sicurezza.

Per saperne di più: [WWW.SOLARWORLD-ITALIA.COM](http://WWW.SOLARWORLD-ITALIA.COM)



Con noi il sole diventa energia.

# Una crescita controcorrente

**FONDATA NEL 2009, WARIS HA VISTO FINO AD OGGI IL PROPRIO FATTURATO CRESCERE COSTANTEMENTE. FORTE DELLA FIDUCIA NELLA QUALITÀ DEI SUOI MODULI, L'AZIENDA TRENTINA PUNTA PER IL 2014 A RAFFORZARE LA PROPRIA PRESENZA SUL TERRITORIO ITALIANO E A PENETRARE IN DIVERSI MERCATI ESTERI**

di Raffaele Castagna

**C**hi va piano va sano e va lontano. È in parte grazie a questa filosofia che Waris può oggi vantare un ruolo di primo piano fra i produttori italiani di moduli solari. Merito di una gestione oculata che ha preferito assicurare una crescita costante piuttosto che effettuare rischiose accelerazioni durante gli anni del boom fotovoltaico. Oggi l'azienda trentina è una delle poche realtà ad aver superato indenne la forte contrazione del settore. «Siamo partiti con la dovuta cautela» spiega Ermanno Pizzini, direttore generale di Waris «ed ora siamo finalmente pronti per allargare i nostri orizzonti». Qualità dei prodotti, presenza capillare sul territorio e continua attenzione allo sviluppo tecnologico e ai mercati esteri sono le linee guida lungo le quali si svilupperà la strategia aziendale per i prossimi anni.

**Come si è chiuso per voi il 2013?**

«Per noi fortunatamente è stato un anno positivo. Abbiamo incrementato notevolmente il fatturato rispetto a quello registrato nel 2012, passando da 6,4 a 8,5 milioni di euro. Dal punto di vista della produzione abbiamo realizzato 14 MW di moduli contro i 6,4 dell'anno precedente. Lo definirei un risultato più che apprezzabile, che ci ha consentito di aumentare i ricavi nonostante un calo del prezzo dei moduli di circa il 30%. Questi risultati sono principalmente frutto di un'opera di promozione del marchio all'interno del mercato»

**In che modo siete passati indenni dalla fase di contrazione e di selezione del mercato?**

**«Uno dei nostri obiettivi è quello di consolidare la nostra presenza sul territorio nazionale. Puntiamo a detenere, entro la fine del 2015, il 10% del mercato italiano»**

«Direi che l'elemento fondamentale che ha riguardato la nostra strategia di crescita è stato un atteggiamento di grande prudenza. L'azienda è nata nel 2009, ovvero in un periodo in cui era molto facile lasciarsi trascinare dall'entusiasmo ed effettuare investimenti troppo rischiosi, come si è visto, purtroppo, in molti casi. Abbiamo incominciato a produrre moduli perché sapevamo che si trattava di un settore promettente, ma al tempo stesso abbiamo cominciato a lavorare da subito con la coscienza che crescere troppo velocemente avrebbe comportato dei rischi in un mercato che prima o poi avrebbe rallentato il proprio ritmo. Siamo dunque partiti affrontando le sfide che ci venivano poste dalla nostra realtà locale, il Trentino Alto Adige. Questo approccio cauto ci ha permesso di crescere, magari più lentamente, ma con maggior solidità rispetto ad altre aziende».

**Cosa significa "approccio cauto"?**

«Siamo sempre stati attenti a non dipendere dai mega contratti. In altre parole, non essendo noi una realtà produttiva capace di realizzare 600 MW annuali, ma 15 o 20 MW, abbiamo sempre evitato di chiudere contratti con clienti che richiedevano 20 o 30 MW l'anno di forniture. Questo perché avere uno o due clienti, in un mercato discontinuo, può rappresentare un azzardo. Per realtà piccole come la nostra è preferibile avere un numero elevato di piccoli clienti. Questo approccio, come spiegavo, ci ha consentito di crescere».

**Come vede il futuro del mercato solare italiano?**

«Quattro anni fa stilai una relazione per gli azionisti all'interno della quale si può notare come avessi previsto che ci si sarebbe attestati intorno ai 500 MW di potenza installata annuale. È una situazione che oggi si sta verificando. Le cifre sono queste e non per forza si tratta di numeri drammatici. Si



Ermanno Pizzini, direttore generale di Waris

può dire che il mercato italiano ha oggi trovato la sua giusta dimensione. Questo non significa che non sia più destinato a crescere, ma ciò avverrà in maniera più organica e lineare rispetto a quanto è successo durante gli anni del boom. Credo che le aziende che riusciranno ad andare avanti in Italia saranno quelle che sapranno sviluppare una presenza capillare sul territorio ed essere vicine al cliente finale».

**Produrre in Italia oggi è diventato più facile o più difficile?**

«Sostanzialmente la situazione è rimasta immutata. Non è né più complicato né più semplice. I problemi sono rimasti gli stessi e alcuni riguardano non solo il nostro settore, ma il made in Italy in generale. Sono i soliti problemi legati all'ambito burocratico, alla poca attenzione da parte delle istituzioni nei confronti delle piccole e medie aziende. Questo è un peccato perché sono sicuro che basterebbero pochi accorgimenti per far sì che almeno il 70% delle industrie italiane che hanno delocalizzato la produzione all'estero torni in Italia».

**Vale anche per il fotovoltaico?**

«Certamente. I vantaggi di una produzione made in Italy ci sono. Basti pensare alla qualità manifatturiera, al costo del lavoro che, nonostante tutto, rimane competitivo. Una difficoltà specifica per il fotovoltaico e in generale per l'ambito tecnologico riguarda le dimensioni. Sebbene prima abbia parlato di piccole e medie imprese, sono convinto che per fare innovazione un'azienda con 10-15 dipendenti abbia qualche difficoltà. Ma questo vale per ogni Paese».

Credo però che per quanto riguarda il fotovoltaico l'esplosione del mercato abbia portato anche a qualche risultato positivo. Dal punto di vista tecnologico infatti l'Italia ha sviluppato un know-how invidiabile e, nonostante il mercato sia in fase di contrazione, tutta questa esperienza ci tornerà uti-

Waris ha raddoppiato la produzione di moduli rispetto allo scorso anno passando da 6,4 a 12 MW



## LA SCHEDA

**Nome azienda:** Waris

**Sede:** Condino (TN)

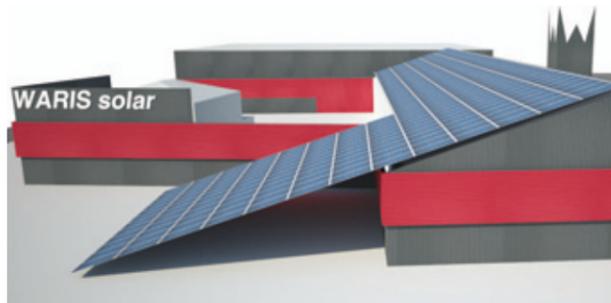
**Numero di dipendenti:** 40

**Produzione 2012:** 8 MW

**Produzione 2013:** 14 MW

**Fatturato 2012:** 6,4 milioni di euro

**Fatturato 2013:** 8,5 milioni di euro



Il rendering della nuova sede di Waris a Condino (TN)

le negli anni a venire. Insomma i presupposti per produrre, distribuire e vendere il solare in modo competitivo ci sono anche da noi».

**Molti lamentano anche un'assenza di fiducia da parte degli istituti di credito.**

«Sì. Ma è altrettanto vero che sono le stesse banche a non passarsela bene. Credo che in questo periodo il fotovoltaico, proprio per le dinamiche prima descritte sia uno dei settori maggiormente penalizzato dal punto di vista dei finanziamenti. Più che altro si preferisce sostenere aziende che presentano un business plan realistico, che non contempi cioè grandi impianti e progetti faraonici, ma che poggi su una programmazione efficace dei propri affari».

**Quali sono invece le priorità di Waris per il 2014?**

«Abbiamo obiettivi molto ambiziosi. Dopo una crescita senza eccessi, ma costante, abbiamo finalmente raggiunto una dimensione che ci permette di affrontare nuove sfide. In primis quella dei mercati esteri. Abbiamo da poco stretto accordi commerciali con l'azienda

Solar Markt, distributore affermato nel settore, in base al quale dovremmo riuscire a collocare 20 MW nel centro Europa, in particolare sul mercato tedesco. Germania, Austria, Belgio e Olanda sono le piazze dove intendiamo penetrare e affermare la nostra presenza lungo l'anno in corso. Altro principale risultato che vogliamo raggiungere è quello di consolidare la nostra presenza sul territorio nazionale. Puntiamo a detenere, entro la fine del 2015, il 10% del mercato italiano. Per me questo è un obiettivo più che fattibile».

**Avete in programma anche di agire fuori del Vecchio Continente?**

«Per il momento abbiamo dei branch office in

Senegal e in Giordania. Alcuni nostri dipendenti stanno raccogliendo informazioni sul territorio per valutare se sia il caso di intraprendere azioni economiche di un certo livello in quei paesi».

**Come intendete presidiare invece il mercato italiano?**

«Di sicuro parte della nostra strategia sarà nella scelta di partner in grado di garantirci al meglio una diffusione capillare sul territorio. Ma punteremo anche in modo consistente a trasmettere un messaggio chiaro agli installatori. Ovvero quello della nostra presenza. Chi utilizza i nostri moduli dev'essere da un lato certo di potersi affidare a una tecnologia che gli garantirà il massimo dell'efficienza per almeno vent'anni e dall'altro di poter contare sulla nostra assistenza tecnica.

L'idea che deve avere il cliente è quella di trovare, con Waris, un interlocutore che sarà sempre raggiungibile e pronto ad affiancarlo. Per troppo tempo infatti questo mercato ha visto la realizzazione di impianti con componenti fabbricate da

aziende che non esistono più. Quello che vogliamo trasmettere invece è un'idea di solidità che garantisca a installatori e clienti finali la possibilità di interfacciarsi con noi per tutta la durata di attività dell'impianto fotovoltaico».

**Avete pensato a qualche iniziativa speciale per gli installatori?**

«A breve supporteremo i nostri distributori mediante l'organizzazione di giornate motivazionali dedicate ai loro installatori.

Oltre a presentare i nostri moduli e la nostra tecnologia, o spiegare come ovviare alcuni inconvenienti, sensibilizzeremo gli installatori sulle tecniche di vendita e su come approcciare il cliente finale. Ciò

**«Chi utilizza i nostri moduli dev'essere certo di potersi affidare a una tecnologia che gli garantirà il massimo dell'efficienza per almeno vent'anni e di poter contare sulla nostra assistenza tecnica»**

detto ci tengo a precisare che per quanto riguarda la nostra distribuzione. Ci avvaliamo di strutture commerciali già presenti sul territorio. Si tratta di distributori ai quali lasciamo totale libertà di azione. La nostra presenza dev'essere percepita dai clienti soprattutto nei termini di un'azienda solida che garantisce continuità. Per il resto non interferiamo con il lavoro dei nostri distributori ai quali ci affidiamo con grande fiducia».

**Qual è il punto di forza dei vostri prodotti?**

«Realizzare moduli non è una delle attività più complesse dal punto di vista industriale. Posso però affermare che meno scontata è la scelta delle materie prime. L'elevata qualità dei nostri moduli deriva in buona parte dalla straordinaria efficienza delle celle fotovoltaiche che adoperiamo. A questo si aggiunge una manifattura di elevata qualità che ha reso praticamente inesistenti i casi di avaria dei nostri prodotti».

**Realizzate anche moduli per prestazioni particolari?**

«È uno dei nostri plus. Abbiamo stretto numerosi rapporti virtuosi con comuni o istituzioni territoriali che hanno utilizzato i nostri moduli speciali per interventi che richiedevano un'attenzione specifica ad alcune caratteristiche del territorio. In Alto Adige abbiamo contribuito con i nostri moduli fotovoltaici alla realizzazione delle barriere antirumore della Strada Statale per la Val Pusteria. I nostri pannelli colorati sono poi stati impiegati per alcuni interventi che hanno avuto luogo in centri storici, come a Venezia e Siena».

**Voi producez solo moduli in silicio policristallino. Per quale motivo?**

«A mio avviso è la tecnologia destinata alla maggior diffusione. Già ora copre la più alta quota di mercato. Non avrebbe senso oggi da parte nostra investire in un'altra linea produttiva per la realizzazione di moduli in silicio monocristallino. Si tratterebbe di un'inutile spesa».

**Qual è il futuro dei moduli fotovoltaici?**

«Sarà un'evoluzione piuttosto lenta per quanto riguarda l'efficienza del modulo in sé. Presto si arriverà a tagliare il traguardo dei moduli da 300 W. Sono convinto che il destino del fotovoltaico sia quello di divenire sempre più parte di un sistema di integrazione energetica con altre fonti rinnovabili. In primis le pompe di calore. Nell'ambito residenziale questa sarà la strada più battuta nei prossimi anni. Vedo di buon occhio l'ingresso dei SEU, attesi a lungo nel nostro settore.

Credo che da questi possano derivare grandi possibilità di sviluppo per il fotovoltaico in Italia, mentre nutro ancora qualche dubbio per quanto riguarda lo storage. Ad ogni modo si tratta di tecnologie che teniamo sotto costante osservazione.

Abbiamo una piccola azienda partecipata in provincia di Reggio Emilia grazie alla quale stiamo sviluppando, attraverso un'unità operativa apposita, sistemi di accumulo, microinverter e ottimizzatori. Grazie all'attività svolta da questo laboratorio posso annunciare che dal primo di aprile disponiamo di nuovi moduli dotati di un sistema di fire security. In poche parole si tratta di pannelli di nostra produzione la cui attività potrà essere immediatamente interrotta in caso di incendio».

## QUALCOSA DI PIÙ SU ERMANNO PIZZINI

**Anni?**

«65».

**È sposato?**

«Sì, ho tre figli».

**Ore dedicate al lavoro?**

«Troppe. Però ho la fortuna di avere un lavoro che mi piace. In questo mi sento un privilegiato».

**Hobby?**

«In passato ho militato nella politica locale. Sono stato sindaco di Condino (TN), dove ha sede Waris».

**Libro preferito?**

«Non ne ho uno preferito. Quello che ho sul comodino si intitola "Come essere felici". Sto per iniziare a leggerlo».

**Un film che le piace?**

«Non sono un grande amante del cinema. Di recente ho visto "La Grande Bellezza", ma fra gli oscar italiani gli preferisco "La vita è bella"».

**Piatto preferito?**

«Gli spaghetti».

**Che musica le piace ascoltare?**

«La musica classica».



Uno dei plus di Waris è la realizzazione di moduli speciali per interventi che richiedono un'attenzione specifica al territorio



# Seu, storage e altre opportunità per aprire una nuova fase

**COSA ASPETTARCI QUINDI DAL 2014? SEU E STORAGE POSSONO DIVENTARE OPPORTUNITÀ REALI DI BUSINESS GIÀ DA OGGI? L'ENORME PATRIMONIO DI POTENZA FOTOVOLTAICA INSTALLATA PUÒ ESSERE LA BASE PER RICOLLOCARE IL NOSTRO PAESE AL CENTRO DEL MERCATO GLOBALE DELL'ENERGIA SOLARE? A DARE UN GIUDIZIO SULLA SITUAZIONE ATTUALE SONO ALCUNI PROTAGONISTI DEL SETTORE IN OCCASIONE DELLA TAVOLA ROTONDA ORGANIZZATA DALLA NOSTRA RIVISTA: ALBERTO PINORI DI FRONIUS; LEONARDO MORMANDI DI GENECO; ALBERTO CUTER DI JINKO; ERICA BIANCONI DI RENER; FABRIZIO LIMANI DI SOLARWORLD; PAOLO MUTTI DI SOLSONICA E RICCARDO FRISINGHELLI DI TECNO SPOT** *di Raffaele Castagna*

*Nella foto di sinistra, da sinistra: Erica Bianconi, docente di Renner; Fabrizio Limani, head of sales south Europe di SolarWorld; Alberto Pinori, direttore generale di Fronius; Leonardo Mormandi, amministratore delegato di Geneco Group*

*Nella foto di destra, da sinistra: Alberto Cuter, country manager di Jinko; Paolo Mutti, amministratore delegato di Solsonica; Davide Bartesaghi, direttore di SolareB2B; e Riccardo Frisinghelli, responsabile commerciale di Tecno Spot*

**D**opo un 2013 segnato da una drammatica contrazione delle nuove installazioni e da una feroce selezione degli operatori, il mercato del fotovoltaico sta tentando di ripartire su nuove basi, cercando modelli che possano sostituire nei fatti l'appeal del Conto Energia. Il settore fotovoltaico, infatti, sembra aver metabolizzato solo a parole la fine del vecchio sistema incentivante, senza del quale tanti operatori ritengono sia impossibile continuare a proporre il solare. In realtà sappiamo invece quante case history di successo ci siano ancora oggi, e quanti operatori stiano continuando a crescere. Sappiamo inoltre che si stanno presentando nuove opportunità come lo storage e i Sistemi Efficienti di Utenza (SEU) che potrebbero dare una nuova spinta alle installazioni. A risultare ancora carenti sono la conoscenza da parte di PMI e grande pubblico su quanto siano convenienti le possibilità di risparmio che derivano dagli impianti fotovoltaici e dalle soluzioni di efficientamento energetico volte a favorire l'autoconsumo nonché le attività da parte degli operatori del settore per colmare queste lacune.

Cosa aspettarci quindi dal 2014? SEU e storage possono diventare opportunità reali di business già da oggi? L'enorme patrimonio di potenza fotovoltaica installata può essere la base per ricollocare il nostro Paese al centro del mercato globale dell'energia solare? Questi sono i temi e le domande che abbiamo rivolto a sei autorevoli operatori del settore in occasione di una tavola rotonda organizzata da SolareB2B il giorno 5 marzo 2014. Ecco l'elenco dei partecipanti: Alberto Pinori, direttore generale di Fronius; Leonardo Mormandi, amministratore delegato di Geneco Group; Alberto Cuter, country manager di Jinko Solar; Erica Bianconi, docente Renner; Fabrizio Limani, head of sales south Europe di SolarWorld; Paolo Mutti, amministratore delegato di Solsonica e Riccardo Frisinghelli, responsabile commerciale di Tecno Spot

**Davide Bartesaghi, direttore di SolareB2B:** «Quello di oggi vuol essere un incontro che ha un obiettivo molto semplice, ossia mettere a confronto l'opinione di diversi operatori del settore in modo da riuscire a far venire a galla alcuni nodi che in questo momento riguardano il mercato fotovoltaico. Formulo quindi una prima domanda. Il mercato italiano del fotovoltaico è destinato a occuparsi solo di impianti residenziali e di manutenzione o c'è la possibilità di ripartire?».

**Alberto Pinori, direttore generale di Fronius:** «Prima di rispondere vorrei riportare alcuni dati come premessa. Ci siamo lasciati alle spalle un mercato che, rispetto ai 4 GW di installato nel 2012 è arrivato a 1,4 GW lo scorso anno. Questo significa una contrazione di più del 50%. Un secondo aspetto da sottolineare è il fatto che dopo il difficile periodo in settembre e ottobre dello scorso anno, si è assistito a un incremento del business nei due mesi successivi. Dai dati però emerge anche che se il residenziale è andato bene, sembrano invece essere fermi gli impianti relativi alla fascia che va dai 10 ai 200 kW. Questo calo non è relativo solo alla decrescita da 4 a 1,5 GW, ma è una tendenza generalizzata nel nostro mercato. I problemi principali riguardano quello specifico settore e a mio avviso sono legati ad aspetti finanziari piuttosto che al fotovoltaico in sé».

**Erica Bianconi, docente di Renner:** «È ovvio se non banale sottolineare come il sistema degli incentivi abbia drogato per lungo tempo questo mercato. Oggi il fotovoltaico ha perso l'aspetto di investimento finanziario. Se però il settore ha mutato le proprie dinamiche non si può dire altrettanto della mentalità di molti potenziali clienti. È difficile far cambiare idea e far loro concepire il solare come strumento di risparmio».

**Pinori (Fronius):** «Per questo motivo noi di Fronius abbiamo preparato, insieme a Renner, una brochure che si intitola "Il fotovoltaico conviene 2.0" e che abbiamo veicolato, attraverso anche SolareB2B, verso gli installatori. All'interno di questa spieghiamo come per imprese e privati vi siano interessanti agevolazioni fiscali per chi realizza un impianto solare. Il punto però è che questi vantaggi non li conosce quasi nessuno, a cominciare dagli stessi installatori. Anzi, è frequentissimo imbattersi in installatori che dicono che non ci sono più incentivi per l'impresa e che quindi nemmeno propongono, in fase di vendita, questo tipo di agevolazioni».

**Leonardo Mormandi, amministratore delegato di Geneco Group:** «Questo è verissimo. Noi di Geneco siamo una piccola realtà locale che opera come EPC e System Integrator. Esistono l'ammortamento e molte altre formule vantaggiose per il cliente. Occorre essere chiari quando si propone un impianto fotovoltaico per far capire che un investimento di questo tipo ha la stessa convenienza che aveva due anni fa».

**Paolo Mutti, amministratore delegato di Solsonica:** «Io più che di informazione parlerei di preparazione. Non possiamo lamentarci che il business

vada male se chi rappresenta per noi l'intermediario con questo mercato non è preparato. Non si può sostenere che la mancata conoscenza dei vantaggi che derivano dagli impianti solari sia un problema del cliente finale. Se esiste oggi un segmento in Italia che potrebbe rappresentare l'ambito ideale per sviluppare un business legato al solare è proprio quello commerciale e industriale. Anche perché tutte le ricerche indicano che potenzialmente sarà uno dei primi a beneficiare della grid parity. Eppure si tratta di un segmento in cui non si riesce a vendere».

**Bartesaghi (SolareB2B):** Qual è il motivo principale?

**Mutti (Solsonica):** «In questo momento io vedo molti installatori in balia di una crisi di identità. Sono professionisti che hanno subito una specie di overdose di guadagni ai tempi del boom del solare. Precedentemente il mercato degli installatori elettrici aveva un andamento più o meno regolare. Poi all'improvviso hanno tutti cominciato a fatturare cifre altissime per poi tornare di colpo a incassi minimi. A questo punto occorre che capiscano che totalizzare i guadagni che si registravano durante gli anni del boom non è più possibile e che occorre riorganizzare la propria offerta. Alcuni, i più strutturati, stanno anche cercando di espandersi all'estero, ma per la gran parte quello attuale è un momento di crisi in cui occorre trovare di nuovo una direzione. Questo è essenziale sia per loro sia per tutta la filiera del solare».

**Alberto Cuter, country manager di Jinko:** «Però parlare di crisi non è realistico. Dobbiamo renderci conto invece che il mercato italiano non è più in grado di realizzare 4 o 5 GW di installato annuale, ma che la giusta misura per noi oggi è pari al massimo a 1 o 1,5 GW. Io anzi per quest'anno mi sono fatto un'idea più vicina ai 700 MW. Ora quello che serve è un esperto di soluzioni energetiche rinnovabili per il mercato residenziale e soprattutto commerciale».

**Riccardo Frisinghelli, responsabile commerciale di Tecno Spot:** «Occorre anche considerare che il ruolo del decision maker nella realizzazione di un impianto è spesso ricoperto dagli stessi installatori. Molto spesso sono loro a decidere quali componenti utilizzare per realizzare un impianto e spesso, purtroppo, questa scelta considera solo il fattore prezzo. Negli anni scorsi molti clienti si sono ritrovati sul tetto impianti improvvisati oppure installazioni la cui realizzazione ha seguito più i criteri di uno strumento finanziario anziché

finalizzato al risparmio energetico. Concordo poi con Paolo Mutti quando dice che oggi, dopo anni di grandi guadagni, la maggior parte degli installatori si trova spiazzata. Molti di loro, presi dall'urgenza di realizzare il maggior numero possibile di impianti, non hanno avuto il tempo di formarsi. Inoltre spesso gli installatori sono più focalizzati sul proprio lavoro che non intenti a proporre business plan. In questo senso ritengo sia il caso che noi, aziende strutturate, cominciamo ad offrire un servizio che affianchi che ne affianchi l'opera. Dobbiamo tornare dai nostri potenziali clienti e spiegare loro perché vale la pena realizzare un impianto. Dobbiamo trovare noi il lavoro ai nostri installatori, cominciando un'azione di comunicazione volta a far dimenticare al cliente finale il concetto di fotovoltaico inteso come fonte di guadagno invece che di risparmio».

**Bianconi (Renner):** «Attenzione: il problema di una corretta informazione nei confronti del solare riguarda anche progettisti e ingegneri. A me capita sempre più spesso di imbattermi in situazioni in cui sono i clienti finali a parlare e a chiedere informazioni su agevolazioni di cui gli operatori non hanno la minima conoscenza. Questo per me rappresenta un ostacolo evidente allo sviluppo del solare. Se prendiamo in considerazione la fascia di impianti dai 10 ai 200 kW di cui parla Alberto Pinori, appare quasi assurdo che pochissime aziende abbiano ad oggi deciso di ricorrere a un impianto fotovoltaico. Sono sicura che basterebbe fare un'analisi delle loro bollette e mostrar loro quanto potrebbero risparmiare in energia elettrica. L'aspetto sul quale si deve far leva è il fatto che i costi sostenuti da un'azienda per un impianto fotovoltaico registrano un rientro entro un anno. È il termine "rientro" però ad essere cambiato. Prima con questa parola si intendeva il momento in cui il conto corrente di un'azienda diventava positivo nel computo delle entrate e delle uscite nell'ambito energetico, oggi, il rientro viene rappresentato dal risparmio di elettricità ottenuto».

**Cuter (Jinko Solar):** «Ora dobbiamo fare sinergia fra di noi e creare figure che sappiano spiegare ai clienti tutti i vantaggi del solare. Io sono ottimista, credo che potremmo tornare presto anche a fare 2 GW l'anno di nuova potenza installata».

**Mormandi (Geneco):** «A ignorare le potenzialità del fotovoltaico è anche un altro soggetto, ossia le banche. Riporto un esempio in tal senso. Poco

tempo fa abbiamo realizzato un impianto da 200 kW in provincia di Lodi. Davanti al progetto da noi presentato l'istituto finanziario ci ha negato un finanziamento, concedendoci però un fido da due milioni di euro. Al di là della poca logica che sta dietro tale decisione, a colpire sono le motivazioni di tale azione che è stata dettata da una sorta di sfiducia nei confronti del fotovoltaico. In genere le banche nutrono grandi pregiudizi e addirittura ignorano le agevolazioni previste per gli impianti e i vantaggi da questi derivanti».

**Mutti (Solsonica):** «Sono d'accordo. Da poco ho ristrutturato il debito della mia azienda capogruppo. Si è trattato di una grande operazione. L'impressione che ho avuto nel farlo è che nelle banche regni l'idea che tutto ciò che concerne il fotovoltaico sia destinato a rappresentare un rischio se non addirittura una perdita».

**Pinori (Fronius):** «Però vorrei fare un passo indietro. Provengo dall'ambito commerciale e questa esperienza mi ha portato a formulare una considerazione. La vendita di un impianto fotovoltaico è sempre una vendita "one

commerciale e questa esperienza mi ha portato a formulare una considerazione. La vendita di un impianto fotovoltaico è sempre una vendita "one



**Erica Bianconi,**  
docente di Renner



**Riccardo Frisinghelli,**  
responsabile  
commerciale di Tecno Spot



**Leonardo Mormandi,**  
amministratore delegato  
di Geneco Group



**Paolo Mutti,** amministratore  
delegato di Solsonica

## I PROTAGONISTI DEL DIBATTITO



**Alberto Cuter,**  
country manager di  
Jinko Solar



**Fabrizio Limani,** head of  
sales south Europe  
di SolarWorld



**Alberto Pinori,** direttore  
generale di Fronius

shot". In altre parole è probabile che il cliente, lungo l'arco della propria vita, faccia un solo investimento, ossia compri un unico impianto. Diversamente da quanto accade ad esempio per i

cellulari, dove il cliente quando compra dispone di un'esperienza e di un numero di informazioni elevato, per quanto riguarda il solare gli investitori sono spesso disinformati. Oltre a questo sono bombardati dalle sciocchezze che leggono sui giornali secondo cui il fotovoltaico non funziona, è responsabile degli aumenti in bolletta e addirittura inquina. Quindi è facile comprendere che un imprenditore italiano, che ha alle spalle un 2013 difficilissimo, al quale viene proposto di realizzare un'installazione solare da 50.000 euro sul proprio tetto possa muovere qualche obiezione in merito. Allora occorre che noi operatori capiamo che per attirare l'interesse degli investitori bisogna partire da un altro punto di vista, ovvero far comprendere loro che se hanno un esborso annuale di 100.000 euro per l'energia elettrica, un

impianto fotovoltaico è in grado di ridurre notevolmente questa cifra. Gli installatori devono quindi essere affiancati da qualcuno che abbia la giusta competenza per offrire una soluzione energetica adeguata».

**Mutti (Solsonica):** «Tutto questo si può riassumere in un concetto, ovvero che l'installatore, o chi per esso, deve proporre all'investitore una sola cosa: una bolletta più bassa».

**Cuter (Jinko):** «In effetti manca una figura professionale che proponga gli impianti in quest'ottica. Però è anche vero che da queste situazioni di passaggio, se non addirittura di crisi, nascono grandi rivoluzioni che a loro volta creano opportunità. Il fotovoltaico, come abbiamo detto, ha goduto per due anni di un boom senza precedenti e è stato un settore nel quale si sono infilati tutti. È questo clima che ha favorito l'emergere di installatori improvvisati che pur di fare un impianto o anche solo per risparmiare pochi euro, andavano a recuperare la componentistica peggiore. Non c'è stata la modalità e il tempo perché si creasse una filiera di professionisti in questo campo. Però non è vero che tutti gli installatori siano persone impreparate o improvvisate. Io ne ho conosciuti moltissimi che sono competenti e che oggi, con la contrazione del mercato, continuano a lavorare bene. In tal senso ben venga questa selezione darwiniana, perché ci consente di riuscire a fare sistema andando a interagire con chi questo mestiere lo sa fare davvero».

**Frisinghelli (Tecno Spot):** «È però alle orecchie

degli imprenditori che dobbiamo arrivare. Perché oggi sono quelle ad essere più recettive quando si parla di risparmio. Per questo occorre star loro vicino, conoscere le loro necessità e intervenire proponendo delle soluzioni adeguate in tal senso».

**Mormandi (Geneco):** «A questo proposito vorrei parlare di un'iniziativa portata avanti dalla nostra azienda e che ha prodotto dei risultati interessanti. La nostra sede è a Fino Mornasco, in provincia di Como. Nei nostri anni di attività abbiamo realizzato impianti in Puglia, Marche, Abruzzo e altre regioni lontane dalla Lombardia. Recentemente abbiamo fatto un po' di impianti in provincia di Lodi. E in qualche occasione, durante la fase di trattativa con i clienti, abbiamo ricevuto un appunto circa la nostra lontananza da quel territorio. Insomma Lodi non è poi così distante da Como... Abbiamo però compreso come la vicinanza al territorio si

stia rivelando un elemento sempre più apprezzato dal cliente. Quindi oltre a puntare, ovviamente, a fornire un supporto tecnico e componenti che siano di ottima qualità, cerchiamo il più possibile di far sentire la nostra vicinanza all'investitore di modo che possa sentirsi accompagnato. Come abbiamo fatto a convincere l'amministratore delegato di un'azienda di Brescia che consuma parecchia energia ad affidarsi al nostro servizio? Abbiamo aperto una succursale, un Geneco Point, a Brescia. Ovviamente si tratta di aree dove abbiamo interessi strategici».

**Pinori (Fronius):** «Faccio una domanda. Avete mai pensato di utilizzare realtà locali per fare sinergia? Lo chiedo perché è quello che stiamo facendo noi con Rener».

**Mormandi (Geneco):** «Certamente. Non si tratta di filiali fini a se stesse, ma che collaborano con imprese e realtà locali. È questo il punto. L'installatore con cui collaboriamo a Brescia è conosciutissimo sul territorio. Nostro compito è quello di affiancarlo offrendo la nostra competenza».

**Bartesaghi (SolareB2B):** Considerando questo scenario che avete descritto, SEU e storage possono movimentare il mercato e incrementare i volumi di nuova potenza installata?

**Pinori (Fronius):** «Per quanto riguarda gli strumenti con cui aggredire questi segmenti sono personalmente un po' scettico sull'efficacia dei SEU, il cui effetto andrà ad incidere quest'anno su non più di 100 MW di installato. Come Gifi stiamo facendo in modo che si ottengano incentivi sullo smaltimento dell'amianto. Quella sarebbe un'iniziativa, a mio avviso, in grado di portare almeno 300 MW. E credo sia uno dei motivi per cui questa proposta non viene particolarmente appoggiata dai poteri forti».

**Cuter (Jinko):** «Ma per poter dare un'accelerata mancano anche i soldi. Non ci sono investitori istituzionali né fondi».

**Fabrizio Limani, head of sales south Europe di SolarWorld:** «Questo non è del tutto vero. Per la mia esperienza direi che i soldi si possono trovare, ci sono ad esempio i finanziamenti delle regioni».

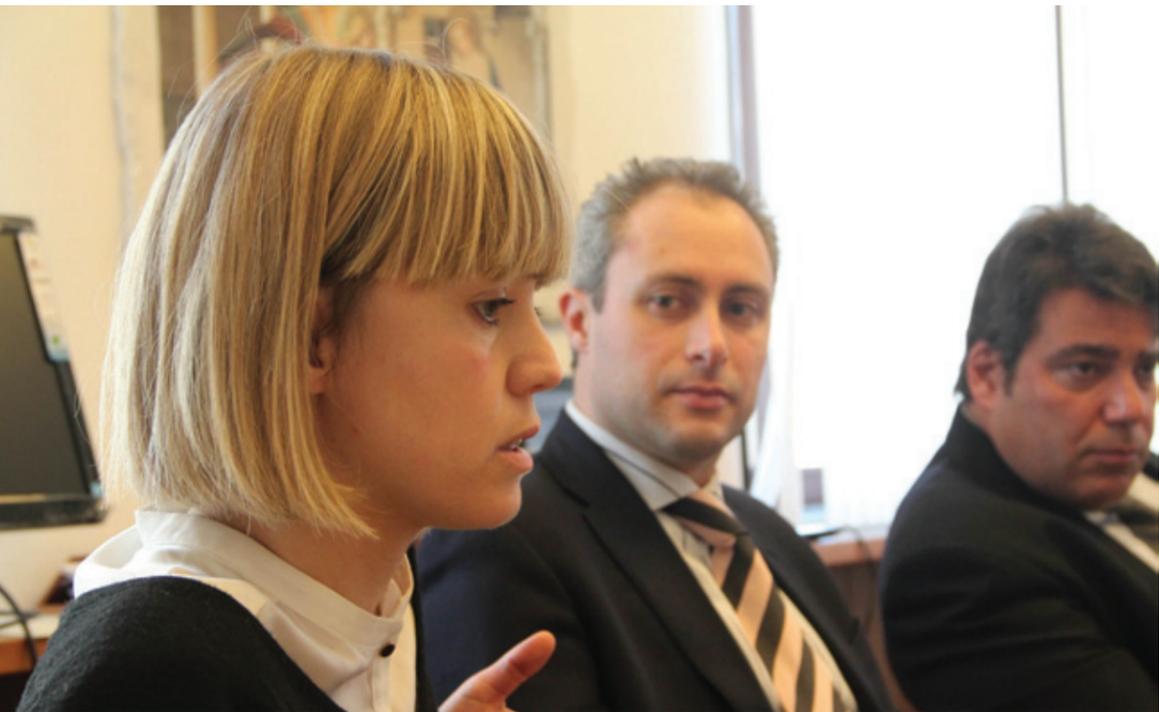
**Limani (SolarWorld):**  
«Fra i Paesi del Sud Europa l'Italia è quello che sicuramente ha una maggior possibilità di far ripartire il fotovoltaico grazie alla possibilità di sfruttare il proprio immenso know-how»

**Mutti (Solsonica):** «Però a questo punto io inizio ad avere dei dubbi. Se da voi mi arrivano conferme sul business che sta in piedi, i SEU che funzionano, la finanza che non rappresenta un problema e l'infinita disponibilità di tetti sul territorio, allora mi domando: quanto e che cosa ci manca per sbaragliare il mercato? Perché se è davvero tutto così semplice...».

**Pinori (Fronius):** «Invece è complesso. È il

motivo per cui occorre la figura professionale di cui stiamo parlando. Chi, ad esempio, potrebbe sedersi davanti a un imprenditore e convincerlo della bontà del fotovoltaico? Forse l'installatore che gli ha realizzato l'impianto elettrico anni fa? Chiunque gli proponga un'installazione solare senza essere affiancato da una figura in grado di dimostrare i vantaggi in bolletta non farebbe nemmeno in tempo a finire di parlare e verrebbe congedato. Però se mi dite che quest'anno ci fermeremo a 700 MW di nuova potenza installata io non ci sto. Io voglio incidere sulla realtà, voglio arrivare almeno a 1 GW».

**Limani (SolarWorld):** «Comunque la musica in Sud Europa è sempre la stessa. In media l'operatore che va a proporre gli impianti fotovoltaici lo fa sulla base di un mestiere che ha imparato anni fa presentandosi e vendendosi come grande esperto di illuminotecnica e di sicurezza. La preparazione media è quasi sempre inadeguata e spesso per far colpo sui clienti si ricorre alla solita arma del prezzo conveniente utilizzando componenti di scarsa qualità. Però è anche vero che fra i Paesi del Sud Europa l'Italia è quello che sicuramente ha una maggior possibilità di cambiare questa situazione grazie alla possibilità di sfruttare il proprio immenso know-how. Il beneficio che





deriva dal fatto di esser stato uno dei mercati più importanti del settore si esprime anche nella possibilità di innovare la formazione e l'informazione in tempi più rapidi grazie a un substrato più recettivo di quello di altre nazioni».

**Mutti (Solsonica):** «A questo punto occorre fare due conti. Possiamo partire dalla previsione di Alberto Cuter di 700 MW di nuova potenza installata nel 2014. Se volessimo colmare il gap che c'è fra questa cifra e 1 GW

dovremmo, a partire dal presente, cercare di assicurare al mercato italiano almeno 1.000 impianti al mese da almeno 30 kW. Non riesco a comprendere però come approcciare il mercato potenziale, ossia come arrivare ai clienti delle aziende. Se infatti si tratta di una questione di realtà locali avremo bisogno di trovare 100 realtà che lavorano come Geneco. Però è anche vero che quando noi di Solsonica abbiamo lanciato una campagna pubblicitaria televisiva nel 2011 con cui siamo andati in onda prima della partita Milan-Napoli, abbiamo ricevuto moltissime richieste. La spesa fu di un milione di euro. Ora mi domando se come metodo sia più efficace lanciare una "bomba" di questo tipo o, come alcuni di voi suggeriscono, lavorare capillarmente sul territorio».

**Bartesaghi (SolareB2B):** «Mi pare a questo pun-

to che si sia arrivati tutti a una prima importante conclusione. Ossia l'aver individuato in una proiezione inadeguata del fotovoltaico alle aziende il principale ostacolo allo sviluppo del settore nell'era post-incentivi. E Mutti ha posto una domanda molto interessante. Ossia, dopo aver individuato il problema, come si pensa di risolverlo?».

**Pinori (Fronius):** «Se ci si riuscisse a mettere d'accordo nel realizzare un'azione condivisa, uno zoccolo duro di aziende che facciano squadra, sarebbe già un bel passo avanti. In quest'ottica l'esserci trovati qui a discutere mi sembra un'iniziativa le cui premesse appaiono interessanti».

**Bianconi (Renner):** «Oltre a questo vorrei aggiungere l'importanza di un'interazione con altri stakeholder, come ad esempio le banche e i commercialisti delle aziende. Non dobbiamo focalizzarci solo sull'installatore, ma anche su altri elementi che sono fondamentali. Chi si occupa di seguire la contabilità di un'impresa deve venire coinvolto e informato sui vantaggi che in termini economici derivano da un impianto fotovoltaico. Allora di certo si sarà preparato il terreno per la vendita di una soluzione energetica da fonti rinnovabili».

**Frisinghelli (Tecno Spot):** «Noi abbiamo organizzato una serie di incontri che verranno tenuti in tutte le regioni d'Italia. L'obiettivo è spiegare perché il fotovoltaico va proposto, perché conviene e come proporlo. Principali destinatari di questi eventi saranno progettisti e installatori. Una volta ci rivolgevamo quasi esclusivamente agli installatori. Oggi la nostra strategia è cambiata. Dediciamo infatti molta della nostra comunicazione anche ai progettisti. Questo perché ci siamo resi conto che i progettisti spesso non sanno spiegare al cliente quali siano nel dettaglio i benefici che un'installazione solare può dare a un'azienda o a un'abitazione. E se in fase di progetto questi

aspetti non sono chiari, si rischia che gli investitori tendano al risparmio e rinuncino alla realizzazione dell'impianto. I progettisti devono far capire perché il fotovoltaico conviene e per farlo devono essere preparati».

**Limani (SolarWorld):** «Noi abbiamo per il momento un gap da questo punto di vista. Ossia non disponiamo, in Italia, di una struttura commerciale e ci affidiamo alla distribuzione. Il che per certi versi è un vantaggio, ma per altri una limitazione. A breve però disporremo anche noi di una rete commerciale sul mercato italiano. Oltre a ciò abbiamo organizzato un'attività di comunicazione sul territorio e di formazione dedicata ai progettisti. Parteciperemo come partner a una serie di eventi organizzati da una casa editrice che illustrerà le nuove norme del settore elettrico. Quest'anno i progettisti che prenderanno parte a quest'evento sentiranno parlare, da noi, anche di fotovoltaico. Presenteremo loro i servizi che possiamo offrire e lanceremo un messaggio chiaro volto a spiegare che il settore non è morto, che la possibilità di finanziare alcune iniziative c'è ancora e che si deve andare avanti nella direzione dell'integrazione energetica anche attra-

**Bianconi (Renner):**  
«Se prendiamo in considerazione la fascia di impianti dai 10 ai 200 kW, appare quasi assurdo che pochissime aziende abbiano deciso di ricorrere al fotovoltaico. Basterebbe fare un'analisi delle loro bollette e mostrar loro quanto potrebbero risparmiare in energia elettrica perché cambino idea»

## Oltre 2 GW installati nel mondo con gli inverter Bonfiglioli

Per gentile concessione di Sun Edison,  
60.4 MW Solar Plant,  
Karadzhalovo, Bulgaria



Bonfiglioli, leader mondiale nella produzione di energia pulita, progetta e produce una vasta gamma di sistemi di conversione di potenza e soluzioni chiavi in mano fino a 3 MW per impianti fotovoltaici di medie e grandi dimensioni. Il know how tedesco, la presenza capillare con 17 filiali in più di 80 paesi e un servizio d'eccellenza, rendono Bonfiglioli un partner affidabile e solido per grandi progetti fotovoltaici in tutto il mondo.

verso il solare».

**Bartesaghi (SolareB2B):** «Un collaboratore di SolareB2B, Francesco Della Torre, scrive per noi servizi di carattere tecnico. Recentemente ha tenuto una serie di incontri in un piccolo comune

del nord Italia riscuotendo un successo straordinario e l'interesse di famiglie, imprenditori e amministratori locali. Dopo questo ciclo di incontri è stato contattato da altri Comuni che volevano riproporre la stessa esperienza. Questo significa che, se spiegato adeguatamente, il fotovoltaico suscita ancora grande interesse».

**Pinori (Fronius):** «Mediolanum sta tenendo incontri in tutta Italia sui vantaggi della restituzione con il ricorso alle fonti rinnovabili. A Milano hanno aderito 1.600 persone, 900 a Padova e, in generale, in qualsiasi città si tengano questi convegni, il numero dei partecipanti ammonta circa a 500 o 600 persone. Quindi l'interesse c'è. L'efficienza energetica è la direzione. Il fotovoltaico da solo non ha un grande futuro».

**Cuter (Jinko):** «Per noi di Jinko il futuro passa anche dallo sviluppo tecnologico dei prodotti. In Europa recentemente abbiamo riscontrato alcune difficoltà nelle vendite a causa soprattutto dei dazi sui prodotti cinesi. Per questo motivo abbiamo deciso di puntare sull'innovazione rendendo competitivo il nostro prodotto. A breve lanceremo sul mercato dei nuovi moduli dotati direttamente di una scatola di giunzione con un ottimizzatore in grado di aumentare la resa delle celle fotovoltaiche. Non andremo più a proporre un prodotto passivo, ma attivo. Si tratta di un modulo pensato principalmente per il residenziale e per le piccole coperture. Abbiamo organizzato, insieme ai nostri distributori, una serie di roadshow in Italia e in Europa con cui mostrare le potenzialità di questo prodotto a installatori e progettisti».

**Pinori (Fronius):** «Benissimo, finora sono stati portati esempi molto interessanti e utili da ascoltare. Però vorrei ancora capire come da ciò si possano creare delle premesse per raggiungere insieme certi obiettivi. Io, come rappresentante di Fronius,

ho contatti con 540 installatori circa che ho formato e informato. Ma spesso capita che continuino a dire cose sbagliate quando presentano il fotovoltaico. A volte il solare è inteso come un settore interessantissimo ma afflitto da un problema che sembra cronico, per il quale non si vede una soluzione».

**Cuter (Jinko):** «Su questo io invito spesso a cambiare mentalità. Anche di fronte alla più pessimistica delle previsioni relative alla potenza installata che si realizzerà nel corso del 2014 continuo ad affermare che il mercato italiano del solare non è morto. E questo va detto in primis agli installatori. Forse il 2014 sarà l'anno che registrerà il minimo installato di sempre, ma poi il mercato si riprenderà. Il problema è che noi stiamo ancora rimpiangendo le tariffe incentivanti mentre ignoriamo che questo meccanismo di supporto al mercato non esiste quasi più in nessun paese. Abbiamo una situazione ottima per quello che riguarda la grid parity, beneficiamo di una legislazione che, per quanto spesso confusa, ci ha offerto strumenti come i SEU e altre forme di incentivazione. Ora dobbiamo fare sinergia fra di noi e creare figure che sappiano spiegare ai clienti tutti i vantaggi

del solare. Io sono ottimista, credo che potremmo tornare presto anche a fare 2 GW l'anno di nuova potenza installata».

**Pinori (Fronius):** «I principali istituti di ricerca però stimano per il nostro mercato 1 GW di installato entro quest'anno e 750 per il 2015».

**Cuter (Jinko):** «È anche vero che spesso queste previsioni sbagliano. Secondo me l'insieme dei membri di questa riunione possiede una conoscenza ben più approfondita degli istituti di ricerca. Qua dentro c'è molta più expertise».

**Bianconi (Renner):** «Sì, ma non si tratta di numeri totalmente ipotetici. Essere pessimisti significa prendere in considerazione i mesi peggiori dell'anno scorso e rapportarli ad oggi. Nei mesi di novembre e dicembre 2013 si sono realizzati una sessantina di MW in totale, secondo i dati di Terna. Se l'andamento sarà uguale anche per quest'anno significa che verranno raggiunte circa le cifre di cui parla Alberto Pinori. È un'ipotesi più cauta che pessimistica».

**Bartesaghi (SolareB2B):** «Qual è invece l'opinione di Paolo Mutti?».

**Mutti (Solsonica):** «Rispondo alla domanda su come aggirare gli ostacoli alla promozione e vendita del fotovoltaico sul territorio dico che è fondamentale anche per noi fare sinergia. Chi fa inverter dialoghi con chi produce pannelli e viceversa. Inoltre anche noi, come Jinko, presenteremo moduli che disporranno al proprio interno di un ottimizzatore. Non si può competere se non si fa innovazione, se non si offre al cliente qualcosa che lo convinca immediatamente della bontà del prodotto che ha in mano».

**Bartesaghi (SolareB2B):** «Voi di Solsonica, per quanto riguarda la formazione, godete anche di un'esperienza significativa legata a un'iniziativa di qualche anno fa che potrebbe essere utile raccontare».

**Mutti (Solsonica):** «Sì. Quattro anni fa avevamo lanciato Solsonica Energia, un'iniziativa piuttosto ambiziosa che è servita a farci comprendere molto le dinamiche del mercato fotovoltaico. Si trattava di una rete di commerciali. Non si trattava di installatori, ma di agenti incaricati di questo lavoro. La prima cosa che abbiamo imparato è quanto sia complesso coordinare e formare una rete di persone che dovevano andare a vendere un prodotto che allora era molto più facile rispetto ad adesso da proporre. E questo fa capire quanto sia complesso il problema della formazione oggi nonché da dove nasca non lo scetticismo, ma la curiosità che ho manifestato precedentemente su questo tema. La seconda cosa che abbiamo imparato è la necessità di lavorare su scala nazionale per riuscire a totalizzare un gran numero di vendite. Il che significa che si devono instaurare diverse partnership e centralizzare una serie di aspetti organizzativi. In tal senso è fondamentale avere un customer relationship management molto organizzato. Non si riescono a totalizzare grandi numeri se non fornendo i propri agenti della possibilità di avere un contatto diretto con l'azienda.

Attraverso un iPad o un tablet i nostri agenti si recavano dal cliente con un adeguato material requirements planning, e mediante uno scambio diretto di informazioni relative alla pratica dell'impianto, ai documenti fondamentali e via dicendo conducevano la trattativa in modo altamente organizzato. Solsonica oggi può lavorare con i propri partner offrendo loro e mettendo a disposizione tutto questo back office e know how accumulato nel corso di tale esperienza».

**Frisinghelli (Tecno Spot):** «Quanto appena detto mi sembra assai utile perché uno dei problemi fondamentali per noi distributori è quello di riuscire a capire a fondo il bisogno dei nostri clienti. Basta parlare solo fra di noi operatori! Siamo pieni di bellissime idee, ma manca il 50% del lavoro che consiste nel comprendere le necessità del cliente».

**Bartesaghi (SolareB2B):** «SEU e storage possono aiutarci? E se sì qual è il modo di trasformarli da opportunità a business vero? Vorrei una risposta da ciascuno di voi».

**Mutti (Solsonica):** «Il SEU mi convincono molto e sono abbastanza persuaso della bontà dello sto-

rage, anche se come tecnologia deve ancora evolvere. Devono rappresentare un'opportunità di vendita più per i player del settore che per l'investitore. Il proponente deve rivolgersi all'investitore senza nemmeno parlargli dei SEU, ma presentandogli direttamente un prospetto del risparmio che otterrà. Il cliente, non deve neanche sapere che cosa sia un ottimizzatore o che cosa siano i SEU, ma deve semplicemente constatare un abbassamento del 10-15% della propria bolletta energetica. Chi riuscirà a impacchettare proposte di questo tipo farà molte vendite. In questo senso possiamo essere noi qui presenti, ognuno con la sua parte, il soggetto unico che presenta sul mercato un prodotto di questo tipo. I SEU così come lo storage devono diventare sinonimi di proposta conveniente per il cliente».

**Cuter (Jinko):** «Sui SEU sono d'accordo. Credo anch'io che rappresenteranno una valida opportunità per il mercato italiano. Ma forse non per quest'anno. È ancora presto. Occorre che si affermi meglio la figura professionale di cui abbiamo parlato. Per quanto riguarda lo storage invece sono molto più scettico.

Costa troppo e non vedo ancora in atto applicazioni importanti di questa tecnologia. Al massimo si può rivelare, attualmente, una tecnologia utile per gli impianti off grid. Inoltre non noto nello scenario italiano soggetti che potrebbero essere interessati allo sviluppo in scala di queste soluzioni. Non credo che le utility siano particolarmente propense a sviluppare sistemi che favoriscano l'accumulo di energia prodotta dal fotovoltaico».

**Mormandi (Geneco):** Io vedo nei SEU una grandissima opportunità. Come per il fotovoltaico occorrerà un'informazione e una formazione adeguata per comunicarne i vantaggi sia a chi proporrà il solare come soluzione energetica sia per i clienti. In tal senso sono piuttosto incline a considerare il futuro prossimo del fotovoltaico come quello di una tecnologia inserita nel più ampio contesto dell'efficientamento energetico. Per quanto riguarda lo storage sono più ottimista di chi mi ha preceduto. Ad esempio noi abbiamo fra i nostri clienti un'azienda di Cantù, in provincia di Como, che in un viaggio in Zambia ha visto un sistema d'accumulo e, tornato in Italia, ci ha chiesto di realizzare qualcosa di simile per la sua impresa. Insomma, il concetto di accumulare energia indubbiamente attrae il cliente. Forse è ancora presto, ma credo che per lo storage in tempi brevi avverrà quanto è capitato ai telefonini. All'inizio anche i cellulari venivano visti come oggetti dai costi troppo elevati per il servizio che davano. C'era poca diffusione e quant'altro. Però abbiamo visto come quel mercato sia esploso fino ad oggi».

**Pinori (Fronius):** «Per quel che mi riguarda vedo i SEU come strumento per le imprese e lo storage come soluzione per le famiglie. L'accumulo oggi ha senso per impianti fino a 5 kW. Se dobbiamo tornare a fare numeri elevati in termini di vendite quanti impianti da 3 o 5 kW dovremo mai realizzare? Un numero enorme! Ad ogni modo credo che con lo storage riusciremo a raggiungere i 500 MW di nuova potenza installata. Io do molta fiducia a questa tecnologia e non è un caso che Fronius abbia da poco stretto una collaborazione con una società austriaca per realizzare una soluzione molto semplice per l'accumulo energetico offrendo dieci anni di garanzia. Tornando ai SEU sposo pienamente quanto affermato da Mutti circa la semplificazione dell'offerta. Al cliente bisogna porgere un pacchetto che gli spieghi semplicemente il suo risparmio in bolletta in termini percentuali».

**Limani (SolarWorld):** «Anch'io sono d'accordo con la ripartizione fatta da Pinori. Anche per me il principale impatto che avranno i SEU sarà sul versante commerciale e industriale, mentre lo storage troverà la propria dimensione in ambito residenziale.



**Mormandi (Geneco):**  
«A ignorare le potenzialità del fotovoltaico sono soprattutto le banche. In genere gli istituti di credito nutrono grandi pregiudizi e addirittura ignorano le agevolazioni previste per gli impianti e i vantaggi da questi derivanti»

**Frisinghelli (Tecno Spot):**  
««Oggi sono le orecchie degli imprenditori le più recettive quando si parla di risparmio. Per questo occorre star loro vicino, conoscere le loro necessità e intervenire proponendo delle soluzioni adeguate in tal senso»



Per quanto riguarda questa tecnologia devo anche far notare che in Germania si tratta di una soluzione che è già in commercio da tre anni per questo segmento e funziona benissimo. Ma è pur vero che a livello di numeri non si realizzano grandi volumi, proprio perché lo storage rappresenta ancora quel plus che solo una nicchia di clienti, i più abienti, richiedono. Inoltre il mercato nordeuropeo rappresenta una piazza leggermente più adeguata, dal momento che in genere il consumo energetico della casa dipende meno dal gas e più dall'elettricità rispetto a quanto avviene nell'Europa del sud. In quest'ottica io vedo lo storage come qualcosa che acquista senso all'interno di un discorso più generale di autoconsumo. Lasciato a se stesso è un sistema che ha poca strada davanti a sé, ma se invece rientra in una logica più grande di efficienza energetica allora riacquista un ruolo non marginale. Per quanto riguarda i SEU ho dei dubbi che pos-

sano rappresentare uno strumento con cui arrivare a totalizzare un installato annuale, nel 2014, pari a 100 MW. Questo fondamentalmente perché le regole applicative non sono ancora molto chiare e il tutto per avviarsi richiederà ancora un po' di tempo».

**Bianconi (Rener):** «Io vedo entrambi questi elementi come opportunità serie per un rilancio del mercato fotovoltaico in Italia. Anch'io mi associo alla divisione fatta da Pinori e Limani.

Lo storage è effettivamente costoso, ma è anche vero che si tratta di una tecnologia che qui in Italia è vittima di un circolo vizioso.

Finché la normativa non sarà chiara saranno pochi i soggetti che vorranno investire su questi sistemi e di conseguenza non si raggiungerà un'economia di grandi volumi che possa consentire l'abbassamento dei prezzi. Però rimane interessante come strumento soprattutto per la possibilità diretta

che offre al cliente finale di accorgersi dei vantaggi dell'autoconsumo. Anch'io, a questo proposito, condivido l'idea che questa tecnologia debba essere integrata con altri sistemi, come ad esempio le pompe di calore. I SEU invece sono un'interessante opportunità per le aziende in difficoltà che necessitano di abbattere i costi dell'energia elettrica».

Frasinghelli (Tecno Spot): «La mia personale visione è più che ottimistica sia per quanto riguarda i SEU sia per lo storage. Abbiamo venduto alcuni inverter dotati di sistemi di accumulo negli ultimi 6 mesi registrando ottimi risultati.

È vero, si tratta di una tecnologia che costa e molto spesso si può proporre ai clienti, in sua vece, una soluzione altrettanto valida come quella dei sistemi di energy management. Anche dai SEU mi aspetto nel tempo importanti cambiamenti per quello che riguarda le prospettive del mercato italiano. Ma soprattutto mi è chiaro un concetto. La gente è pronta per sentir parlare di queste cose. Per questo, come

abbiamo ripetuto più volte oggi, è necessario che queste opportunità vengano spiegate al meglio quando vengono proposte.

Concretamente gli incentivi sono stati un provvedimento giusto per lo sviluppo del mercato solare. Ma i SEU e lo storage sono elementi che di certo rappresentano meglio la vera vocazione del fotovoltaico e delle energie rinnovabili».

**Pinori (Fronius):**  
«Per quel che mi riguarda vedo i SEU come strumento per le imprese e lo storage come soluzione per le famiglie. Al cliente bisogna porgere un pacchetto che spieghi semplicemente il risparmio in bolletta in termini percentuali»

qubo  
pellet



ACCUMULO  
SANITARIO



PELLET



RESISTENZA  
ELETTRICA



RISCALDAMENTO  
ALTA  
TEMPERATURA



RISCALDAMENTO  
BASSA  
TEMPERATURA



CIRCUITO  
SOLARE

L'innovativo sistema brevettato da Sunerg Solar, QUBO Pellet è una "centrale termica" tutto-in-uno, che racchiude tutti i componenti in un unico prodotto subito pronto all'uso e comprende: bollitore sanitario, bollitore di riscaldamento, bruciatore a pellet, resistenza elettrica, scambiatore ed accessori per il solare il tutto comandato da un'unica centralina touchscreen, verificabile anche da Smartphone e Tablet.

Qubo Pellet è adatto per appartamenti, case indipendenti, villette a schiera, multiproprietà e locali commerciali.



[www.sunergsolar.com](http://www.sunergsolar.com)

Presentazione

**SOLAREXPO**  
MOSTRA E CONVEGNO INTERNAZIONALE - 1ª EDIZIONE  
MILANO • 7 - 9 MAGGIO 2014

Vi aspettiamo allo  
Stand K20 Padiglione 6

**TUTTO IN UNO... L'UNICO!**

BREVETTO INNOVATIVO

# Cremona: "La mia battaglia per il FV"



Emilio Cremona,  
presidente del Gifi

**D**a presidente del GSE a presidente del Gifi. Nel giugno del 2013 Emilio Cremona veniva eletto alla guida della principale associazione del settore fotovoltaico. E, come aveva anticipato in occasione della nomina, le battaglie da condurre in ambito istituzionale sarebbero state numerose e difficili. Il passaggio del settore a un mercato privo di incentivi non è stato difatti indolore. A ciò si aggiunge la forte contrazione del mercato e la dura selezione dei player. Il dialogo condotto dall'associazione con le istituzioni ha spesso trovato ostacoli dovuti a pregiudizi radicati nei confronti del fotovoltaico. Ma non sono mancate le soddisfazioni, prima fra tutte la proroga al 31 dicembre della possibilità per gli impianti residenziali di poter ricorrere alla detrazione del 50% per le ristrutturazioni edilizie.

**Potrebbe tracciare un bilancio di questo primo anno?**

«Quello appena passato si è rivelato uno degli anni più complessi non soltanto per il settore fotovoltaico, ma direi anche per l'intero mercato italiano. Posso dire ciò senza il minimo timore che tale affermazione passi per una lamentela ingiustificata. È un dato di fatto. Al tempo stesso mi sento molto soddisfatto per quanto riguarda la nostra attività di associazione, in particolare per l'opera di comunicazione e di dialogo con le istituzioni che abbiamo portato avanti».

**Come si è concretizzato questo dialogo?**

«Uno dei risultati più importanti l'abbiamo ottenuto nell'ambito degli sgravi fiscali. Il fatto che la detrazione Irpef del 50% per le ristrutturazioni edilizie generiche possa essere applicata anche per l'installazione di impianti fotovoltaici fino alla fine del 2014 è un traguardo importantissimo per l'intero settore. Per ottenere questa proroga abbiamo intessuto un dialogo profondo con diversi attori politici insistendo anche su quanto sia

**A QUASI UN ANNO DALLA SUA ELEZIONE A PRESIDENTE DEL GIFI, EMILIO CREMONA, TRACCIA UN BILANCIO DELL'ATTIVITÀ SVOLTA. FRA I PROSSIMI OBIETTIVI L'ESTENSIONE DEI SOGGETTI GIURIDICI CHE POSSONO BENEFICIARE DELLA DETRAZIONE FISCALE, ALCUNE PROPOSTE PER CAMBIARE I COSTI IN BOLLETTA E LA FUSIONE DELLE PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DEL SETTORE. E A CONFINDUSTRIA DICE CHE...**

di Raffaele Castagna

importante che, anche da parte delle istituzioni, vi sia una maggiore volontà nel dare spazio allo sviluppo delle fonti da energia rinnovabile. Lavorando in questa direzione abbiamo inoltre potuto constatare quanto il fotovoltaico sia sempre più apprezzato da parte dei cittadini, nonostante una diffusa opera di disinformazione da parte di alcuni giornali. Insomma, la coscienza che il solare sia una strada che è inevitabile percorrere c'è ed è diffusa. Occorrono risposte sempre più concrete da parte della politica».

**Avete riscontrato molte resistenze da parte della politica?**

«Non parlerei di vere e proprie resistenze, ma di una strategia di sviluppo piuttosto miope. Di certo l'attività del direttivo e del sottoscritto è stata resa particolarmente difficile. Soprattutto nel tentativo di far passare il concetto che le rinnovabili e il fotovoltaico in primis devono essere considerate come tecnologie sulle quali puntare il più possibile per ottenere velocemente una maggiore autonomia energetica. Questo principio fa fatica a prendere piede fra le aule della politica dove sembra che contino solo risultati immediati senza una prospettiva di rendimento a lungo termine. Occorre che le istituzioni politiche si rendano conto del fatto che la strada per lo sviluppo energetico di questo Paese deve avere come obiettivo il raggiungimento del 40% dell'elettricità prodotta da fonti rinnovabili».

**Che cosa avete fatto per cancellare i pregiudizi nei confronti del fotovoltaico?**

«Un'altra azione che abbiamo svolto con successo quest'anno è stata condurre una battaglia per una corretta informazione sul fotovoltaico. In primis andando a dimostrare come al di là di un lieve aumento della bolletta energetica i vantaggi apportati dal solare per l'Italia sono stati enormi. A

cominciare dai posti di lavoro che questo settore ha creato, ai benefici in termini di minor inquinamento, all'abbassamento del costo dell'energia durante le fasi del giorno e alla possibilità per molte persone di fare un investimento o disporre, come oggi avviene, di uno strumento di risparmio. Diffondere queste informazioni ha rappresentato per noi una sfida importante e direi anche vinta, sebbene l'informazione in quest'ambito vada sempre alimentata. Ad ogni modo il fotovoltaico è visto con crescente favore dalla maggior parte della popolazione, quindi direi, come affermato prima, che la parte più difficile da convincere è quella istituzionale».

**Quali iniziative auspica da parte delle istituzioni per sostenere il settore?**

«Oggi la tecnologia del solare si è sviluppata così tanto che interventi come gli incentivi non servirebbero più. La direzione è quella di sostenere l'autoconsumo, in particolare con agevolazioni per le imprese e le realtà commerciali che intendono ricorrere a questo tipo di strumento per risparmiare sui loro consumi energetici. Mentre rimane un'esigenza attuale la sostituzione dei tetti d'amianto. Vedo con buon occhio tutte le iniziative da parte dello stato, degli enti e delle amministrazioni locali volte a promuovere questa virtuosa pratica».

**Come giudica il percorso che sta portando alla fusione fra le varie associazioni del settore fotovoltaico?**

«Non posso che averne un giudizio positivo. Credo che oggi, in un momento difficile sotto differenti versanti, dalla crisi economica alle tensioni internazionali, almeno sul piano politico occorra assicurare per il nostro settore un unico interlocutore con le istituzioni. In tal senso vedo di buon occhio la propensione, da parte delle di-

## OBIETTIVI DI GIFI PER IL 2014

- ESTENSIONE DELLA DETRAZIONE IRPEF AL 50% AI SOGGETTI GIURIDICI
- INCENTIVAZIONE PER LA SOSTITUZIONE DELL'AMIANTO
- SEMPLIFICAZIONE PROCEDURE AUTORIZZATIVE, DI CONNESSIONE E DI ACCESSO ALLA RETE (QUESTO PORTEREBBE A DIMINUIRE I COSTI DEGLI IMPIANTI FV ANCHE DEL 15-20%)
- FACILITAZIONE DELL'ACCESSO AL CREDITO
- UNIFICAZIONE CON LE ALTRE ASSOCIAZIONI DEL FOTOVOLTAICO

verse rappresentanze, a riunirsi in un'unica realtà associativa. Se anche le stesse fonti rinnovabili stanno andando verso un'integrazione tecnologica, lo stesso deve avvenire per chi rappresenta il mondo delle FER. Non dev'esservi in tal senso un settore privilegiato rispetto ad un altro, ma una visione comune che cammini nella direzione dell'autoconsumo, dello sviluppo sostenibile e dell'indipendenza energetica del Paese».

#### Quali sono le priorità del Gifi per il 2014?

«In primo luogo, come ho anticipato, ci batteremo perché vi sia un'estensione dei soggetti giuridici che possano beneficiare delle detrazioni fiscali per gli impianti fotovoltaici. Questo significa dare possibilità alle imprese di abbattere i costi energetici e quindi respirare e crescere. Ma il lavoro principale che stiamo portando a termine riguarda uno studio delle voci dei costi che compongono la bolletta energetica. Si tratta di un'analisi profonda e dettagliata alla quale seguirà una serie di nostre proposte in alternativa. Vogliamo che vengano eliminate dall'elenco tutte le voci anacronistiche e ingiustificate. Ci sono aziende, e non faccio nomi, che ricevono un consistente aiuto da parte delle bollette pagate dai cittadini italiani. Si tratta di un aiuto che non ha ragion d'essere. Però a venire indicato come colpevole dell'aumento delle bollette è il solare».

#### Anche da parte di alcuni membri di Confindustria però è giunta qualche critica al fotovoltaico...

«Non ho alcun problema nell'affermare che da qualsiasi parte arrivi un attacco nei confronti dell'energia solare si tratta di un'azione profondamente sbagliata. Se a criticare il solare sono i membri di Confindustria, di cui facciamo parte, si tratta comunque di una posizione errata che non condividiamo.

Occorre prendere coscienza del ruolo importantissimo che hanno le rinnovabili per il futuro anche e soprattutto industriale di questo Paese. Quando mi sento dire, come mi è capitato poco tempo fa, che il costo dell'energia in Italia varierà a seconda di quanto accadrà in Ucraina, mi cascano le braccia. Significa non aver ancora compreso le potenzialità che derivano dalle fonti rinnovabili. In ballo c'è l'indipendenza energetica della nostra nazione. Un tema importante sul quale occorre che meditino tutti i principali decisori politici».

#### In tal senso come giudica finora l'operato del governo Renzi?

«Pur essendo passato ancora troppo poco tempo per poter avere un giudizio chiaro devo almeno riconoscere a questo governo il fatto di aver preso sul serio la situazione di crisi in atto. È un'impressione che le precedenti legislature non mi hanno dato.

A questa presa di coscienza deve però seguire il coraggio di operare grandi scelte che comportano un profondo cambiamento. Mi auguro che ci sia il coraggio di farle. Come Gifi avremo a che fare principalmente con il Ministero dello Sviluppo Economico e con il Ministero dell'Ambiente. A capo del primo dicastero c'è il ministro Federica Guidi il cui padre ha un passato confindustriale ed è stato presidente dell'Anie. Speriamo vivamente che questi elementi contribuiscano a favorire un dialogo proficuo».

#### Esiste un dialogo fra la vostra realtà e le associazioni europee?

«Qualche contatto c'è, ma da quando sono presidente di Gifi non ho ancora impostato un confronto serio con altre associazioni europee, come invece ha fatto e continua a fare Anie Energia. Anche in questo caso la costituzione di un'unica associazione sarà certamente funzionale a un confronto più serrato con le realtà europee. Ciò è più che auspicabile, perché poter incidere a livello europeo significherebbe riuscire ad agire anche sul piano nazionale e locale. Se infatti dall'Europa si rafforzasse la spinta a promuovere le rinnovabili in ogni Paese membro dell'Unione questo certamente costituirebbe un forte incentivo per la nostra politica a prendere provvedimenti significativi».

## SCHEDA ASSOCIAZIONE

- GIFI: GRUPPO IMRESE FOTOVOLTAICHE ITALIANE.
- PARTE DI ANIE-CONFINDUSTRIA
- ADERISCE A: COORDINAMENTO FREE E EPIA
- DA 15 ANNI A SUPPORTO DELL'INTERA FILIERA FOTOVOLTAICA ITALIANA: PRODUTTORI, DISTRIBUTORI, INTEGRATORI DI COMPONENTI FOTOVOLTAICI, EPC, PROGETTISTI E INSTALLATORI
- IL PRINCIPALE INTERLOCUTORE DELL'INDUSTRIA FV PRESSO LE ISTITUZIONI
- 150 AZIENDE RAPPRESENTATE PER OLTRE IL 50% DEL MERCATO NAZIONALE
- SEDE A MILANO C/O ANIE CONFINDUSTRIA | VIALE LANCETTI 43 | 02 3264 255 | GIFI@ANIE.IT
- PRESIDENTE: EMILIO CREMONA
- VICEPRESIDENTI: AVERALDO FARRI E VALERIO NATALIZIA

 Hanwha Solar

confermato



con·fer·ma·to [konfer'ma:to]

Il severo PV+Test 2.0 conferma l'elevata qualità dei nostri moduli fotovoltaici.

Hanwha SolarOne GmbH | Ufficio di rappresentanza  
Via Santa Maria Valle 3 | 20123 Milano | Italia  
info@hanwha-solar.com | www.hanwha-solar.com



# Nuova Sabatini, un aiuto per il solare nelle PMI

**L**a Nuova Sabatini 2014, strumento introdotto dal DL Del Fare finalizzato ad accompagnare la crescita delle imprese italiane in termini di competitività ed efficienza, agevolerà gli interventi che le micro, piccole e medie imprese potranno sostenere a fini produttivi, come nuove attrezzature, macchinari, beni strumentali, impianti, software, hardware e tecnologie digitali. Nel dettaglio, la misura prevede la costituzione presso Cassa Depositi e Prestiti (Cdp) di un plafond di risorse che le banche e gli intermediari finanziari potranno utilizzare per concedere alle imprese, fino al 31 dicembre 2016, finanziamenti di importo compreso tra 20.000 e 2 milioni di euro.

Si tratta di una buona notizia per la filiera del solare dato che anche l'installazione di impianti fotovoltaici rientra nelle spese ammissibili ai finanziamenti. A chiarirlo sono le FAQ pubblicate sul sito del ministero dello Sviluppo Economico relativamente alla Nuova Sabatini. Il Ministero chiarisce infatti che «L'acquisto di un impianto fotovoltaico funzionale allo svolgimento dell'attività d'impresa è considerata spesa ammissibile alle agevolazioni, laddove rientri nel concetto di "impianti", come chiarito nelle varie risoluzioni dell'Agenzia delle Entrate».

Di seguito riportiamo alcuni stralci del testo della legge che si può scaricare dalla sezione "documenti" del sito [www.solarebusiness.it](http://www.solarebusiness.it)

## NUOVA SABATINI RIPORTIAMO ALCUNI ESTRATTI DEL DECRETO LEGGE

Visto l'articolo 2 del decreto-legge 21 giugno 2013, n. 69, convertito, con modificazioni, dalla legge 9 agosto 2013, n. 98, che prevede, al comma 1, l'accesso delle micro, piccole e medie imprese a finanziamenti e ai contributi a tasso agevolato per gli investimenti, anche mediante operazioni di leasing finanziario, in macchinari, impianti, beni strumentali di impresa e attrezzature nuovi di fabbrica ad uso produttivo, nonché per gli investimenti in hardware, software ed in tecnologie digitali;

Visti i commi 2 e 3 del medesimo articolo 2 del decreto-legge n. 69 del 2013, disciplinanti la concessione dei finanziamenti di cui al comma 1 da parte di banche e società di leasing finanziario, a valere su un plafond di provvista costituito presso la gestione separata di Cassa depositi e prestiti S.p.a.;

Visto il comma 4 del citato articolo 2 del decreto-legge n. 69 del 2013, che prevede che il Ministero dello sviluppo economico conceda alle imprese di cui al comma 1 un contributo rapportato agli interessi calcolati sui finanziamenti sopraddetti

## DECRETA [...]

Art. 3.

Soggetti beneficiari

1. Possono beneficiare delle agevolazioni di cui al presente decreto, fatto salvo quanto previsto al comma 2, le PMI che, alla data di presentazione della domanda di cui all'articolo 8, comma 1:

- a) hanno una sede operativa in Italia e sono regolarmente costituite ed iscritte nel Registro delle imprese ovvero nel Registro delle imprese di pesca;
- b) sono nel pieno e libero esercizio dei propri diritti, non sono in liquidazione volontaria o sottoposte a procedure concorsuali;
- c) non rientrano tra i soggetti che hanno ricevuto e, successivamente, non rimborsato o depositato in un conto bloccato gli aiuti individuati quali illegali o incompatibili dalla Commissione europea;
- d) non si trovano in condizioni tali da risultare impresa in difficoltà così come individuata nel regolamento GBER.

2. Non sono ammesse alle agevolazioni di cui al presente decreto le imprese operanti nei settori:

- a) dell'industria carboniera;
- b) delle attività finanziarie e assicurative (sezione K della classificazione delle attività economiche ATECO 2007);
- c) della fabbricazione di prodotti di imitazione o di sostituzione del latte o dei prodotti lattierocaseari.

Art. 4.

Caratteristiche del finanziamento

1. La concessione del contributo di cui all'articolo 6 è condizionata all'adozione di una delibera di finanziamento con le seguenti caratteristiche:

- a) essere deliberato a copertura degli investimenti di cui all'articolo 5;
  - b) essere deliberato da una banca o da un intermediario finanziario;
  - c) avere durata massima di cinque anni dalla data di stipula del contratto di finanziamento, comprensiva del periodo di preammortamento o di prelocazione;
  - d) essere deliberato per un valore non inferiore a ventimila euro e non superiore a due milioni di euro, anche se frazionato in più iniziative di acquisto, per ciascuna impresa beneficiaria;
  - e) essere erogato in un'unica soluzione, entro trenta giorni dalla stipula del contratto di finanziamento.
2. Il finanziamento di cui al comma 1 può coprire fino al cento per cento degli investimenti di cui all'articolo 5.
3. Il finanziamento di cui al comma 1 è concesso, entro il 31 dicembre 2016, dalla banca o dall'intermediario finanziario a valere sul plafond di provvista di cui all'articolo 2, comma 2, del decreto-legge 69/2013, costituito presso la gestione separata di CDP [...]

Art. 6.

Agevolazioni concedibili

1. A fronte del finanziamento di cui all'articolo 4 è concessa un'agevolazione nella forma di un contributo pari all'ammontare complessivo degli interessi calcolati in via convenzionale su un finanziamento al tasso d'interesse del 2,75 (duevirgolasettantacinque) per cento, della durata di cinque anni e d'importo equivalente al predetto finanziamento. Il Ministero provvede a determinare l'importo dell'aiuto secondo le modalità tecniche di calcolo del contributo rese note con la circolare di cui all'articolo 14.

2. Le agevolazioni sono concesse nei limiti dell'intensità di aiuto massima concedibile in rapporto agli investimenti di cui all'articolo 5, in conformità all'articolo 15 del regolamento GBER ovvero al regolamento (CE) n. 1857/2006 per le imprese agricole e al regolamento (CE) n. 736/2008 per le imprese della pesca e acquacoltura.

3. La concessione del finanziamento di cui all'articolo 4 può essere assistita dalla garanzia del Fondo di garanzia, nei limiti e sulla base delle condizioni di operatività del Fondo, nella misura massima dell'ottanta per cento dell'ammontare del finanziamento. Le richieste di garanzia del Fondo di garanzia relative ai predetti finanziamenti sono esaminate dal Comitato di cui all'articolo 15, comma 3, della legge 7 agosto 1997, n. 266, in via prioritaria.

4. Ai sensi dell'articolo 2, comma 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 123, i soggetti interessati hanno diritto alle agevolazioni di cui al presente articolo esclusivamente nei limiti delle disponibilità finanziarie. Il Ministero comunica, mediante avviso a firma del Direttore generale per l'incentivazione delle attività imprenditoriali pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, l'avvenuto esaurimento delle risorse.

Art. 7.

Cumulo delle agevolazioni

1. Per le imprese diverse da quelle di cui ai commi 2 e 3 le agevolazioni sono cumulabili con altre agevolazioni pubbliche concesse per le medesime spese, incluse quelle concesse a titolo de minimis secondo quanto previsto dal regolamento (CE) n. 1998/2006 della Commissione, del 15 dicembre 2006, ivi compresa la garanzia del Fondo di garanzia, a condizione che tale cumulo non comporti il superamento delle intensità massime previste dall'articolo 15 del regolamento GBER. [...]

Roma, 27 novembre 2013

## SPAZIO INTERATTIVO ACCEDI AL DOCUMENTO



## FAQ: I CHIARIMENTI SUL FOTOVOLTAICO

6.2 È ammissibile l'acquisto di un impianto fotovoltaico?

L'acquisto di un impianto fotovoltaico funzionale allo svolgimento dell'attività d'impresa è considerata spesa ammissibile alle agevolazioni, laddove rientri nel concetto di "impianti", come chiarito nelle varie risoluzioni dell'Agenzia delle entrate (cfr. circolare 19 dicembre 2013 n. 36/E; circolare 19 luglio 2007, n.46/E; circolare 11 aprile 2008, n.38/E), quindi macchinari, impianti diversi da quelli infissi al suolo, ed attrezzature varie, classificabili nell'attivo dello stato patrimoniale alle voci B.II.2 e B.II.3 dello schema previsto dall'art. 2424 c.c.

(Art. 5 DM 27 novembre 2013 - P.to 6 Circolare 10 febbraio 2014 n. 4567)

# Installatori, cambiano le regole

**IL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO HA DEFINITO ULTERIORI CHIARIMENTI RIGUARDO SULL'OBBLIGO DI FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE PER L'INSTALLAZIONE DI IMPIANTI DA FONTI RINNOVABILI**

**S**ono cambiate le regole per gli installatori di pannelli fotovoltaici o di impianti da fonti rinnovabili diverse dal solare. Dalla conversione in legge del Decreto del Fare, infatti, in alcuni casi l'installatore non può più usufruire di tal titolo solo in virtù dell'esperienza pregressa, ma dovrà frequentare un apposito corso formativo. Prima di definire le specifiche della circolare, facciamo una sintesi riguardo il susseguirsi delle norme relative all'obbligo di formazione.

Il DLgs 28/2011 prevedeva dal 1° agosto 2013:

- un percorso formativo obbligatorio di 80 ore ai soli soggetti di cui al DM 37/08, lettera c), comma 1, art.4, ovvero i soggetti aventi titolo di formazione professionale ed almeno 4 anni di esperienza in un'impresa del settore,
- un aggiornamento di 16 ore ogni 3 anni per i soggetti di cui al DM 37/08, comma 1, articolo 4, lettere a) - soggetti con diploma di laurea in materia tecnica - e quelli di cui alla lettera b) - soggetti con diploma di scuola secondaria specialistica e almeno 2 anni di esperienza in un'impresa del settore

La Normativa non prevedeva nessuna possibilità di installazione per i soggetti di cui al DM 37/08, lettera d), comma 1, art.4, ovvero i soggetti con almeno 3 anni di esperienza come operaio specializzato in un'impresa del settore non sono citati nella normativa.

Dopo varie richieste da parte delle associazioni di categoria (CNA e Confartigianato) il DL 63/2013 (convertito in Legge 90/2013) ha apportato delle modifiche, precisando:

- qualificazione automatica, oltre che ai Responsabili Tecnici in attività abilitati ai sensi delle lettere a), b) e c) dell'art. 4, comma 1 del DM 37/08, anche dei Responsabili Tecnici lettera d), ovvero quei Responsabili Tecnici che, non in possesso di titolo di studio, si sono abilitati grazie ad un'esperienza di almeno 3 anni come operaio specializzato in un'impresa del settore,
- proroga della scadenza per la certificazione al 31 dicembre 2013, demandata alla definizione da parte delle singole regioni degli specifici percorsi formativi.

Successivamente, vista la richiesta di ulteriori chiarimenti da parte delle stesse associazioni di categoria, il Ministero dello Sviluppo ha pubblicato la circolare n. 20733 del 6 febbraio 2014, in cui, si conferma che, riguardo l'installazione di Impianti da Fonti Energetiche Rinnovabili (impianti FER), i responsabili tecnici in attività sono qualificati in automatico ed il percorso formativo di 80 ore è obbligatorio solo per i soggetti che a decorrere dal 3 agosto 2013 (data di conversione in Legge 90/2013 del DL 63/2013) volessero rientrare nella fattispecie abilitante di cui al DM 37/08, art.4, comma 1, lettera c).

In estrema sintesi, quindi ad oggi, per poter installare e certificare la conformità di impianti FER, la situazione è la seguente:

- i Responsabili tecnici delle imprese già qualificate in base al DM 37/08 prima del 4 agosto 2013, non hanno l'obbligo di un percorso formativo di 80 ore,
- l'aggiornamento di 16 ore ogni 3 anni è obbligatorio per tutti i responsabili tecnici delle imprese del settore a far data dal 1° gennaio 2014
- solo i soggetti di cui al DM 37/08, art.4, comma 1, lettera c), ovvero titolo di formazione professionale ed almeno 4 anni di esperienza in impresa del settore, ottenuto dopo il 3 agosto 2013, sono obbligati ad un percorso formativo di 80 ore

**TAB1 - TABELLA DI SINTESI RIGUARDO OBBLIGO DI FORMAZIONE IN BASE AL DLGS 28/2011**

SOGGETTI INTERESSATI	FORMAZIONE OBBLIGATORIA	AGGIORNAMENTO OBBLIGATORIO
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera a) <b>diploma di laurea in materia tecnica</b>	NO	Almeno ogni 36 mesi
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera b) <b>diploma di scuola secondaria specialistica ed almeno 2 anni di esperienza in impresa del settore</b>	NO	Almeno ogni 36 mesi
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera c) <b>titolo di formazione professionale ed almeno 4 anni di esperienza in impresa del settore</b>	NO	Almeno ogni 36 mesi
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera d) <b>almeno 3 anni di esperienza come operaio specializzato in impresa del settore</b>	n.a.	n.a.

**TAB2 - TABELLA DI SINTESI RIGUARDO OBBLIGO DI FORMAZIONE IN BASE ALLE MODIFICHE DEL DL 63/2013**

SOGGETTI INTERESSATI	FORMAZIONE OBBLIGATORIA	AGGIORNAMENTO OBBLIGATORIO
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera a) <b>diploma di laurea in materia tecnica</b>	NO	Almeno ogni 36 mesi
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera b) <b>diploma di scuola secondaria specialistica ed almeno 2 anni di esperienza in impresa del settore</b>	NO	Almeno ogni 36 mesi
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera c) <b>titolo di formazione professionale ed almeno 4 anni di esperienza in impresa del settore</b>	NO	Almeno ogni 36 mesi
DM 37/08, art.4, comma 1, lettera d) <b>almeno 3 anni di esperienza come operaio specializzato in impresa del settore</b>	NO	Almeno ogni 36 mesi

## SPECIFICHE DAL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

Oggetto: Richiesta parere relativa al D.L. 4 giugno 2013, n.63, convertito in legge 3 agosto 2013, n.90 e al D.M. 22 gennaio 2008 n.37

[...]

Al riguardo, codesta Direzione Generale nella nota del 18-11-2013 ha ritenuto che i corsi siano previsti unicamente per coloro che, a far data dal 4 agosto 2013, intendano abilitarsi ai sensi dell'art. 4, comma 1, lettera c) del D.M. n. 37/2008.

Ciò premesso, in relazione al quesito formulato da CNA va osservato che il legislatore, nel sostituire la disposizione di cui all'art. 15, comma 1, D.lgs. 28/2011 (relativo ai requisiti tecnico-professionali al cui possesso è subordinato il conseguimento della qualifica professionale di installatore di impianti a fonti rinnovabili) rinvia integralmente alla disciplina dettata dall'art. 4, comma 1, del Decreto del Ministro dello sviluppo economico 22 gennaio

2008, n.37.

[...]

Tale scelta legislativa induce a condividere l'avviso di codesta Direzione, secondo cui i corsi di formazione dovrebbero ritenersi limitati ai soggetti che oggi aspirano ad ottenere il titolo di cui al citato art. 4, comma 1, lettera c), atteso che soltanto con riferimento a tale categoria di operatori il conseguimento della qualificazione professionale risulta subordinata al possesso di un titolo o di un attestato.

Conseguentemente, gli operatori che a decorrere dall'entrata in vigore della Legge 3 agosto 2013, n.90 (4 agosto 2013) volessero rientrare nella fattispecie abilitante di cui alla menzionata lett. c), dovrebbero frequentare un corso di formazione nell'ambito di programmi che, giusta la previsione di cui al comma 2 del citato art. 15, Regioni e Province Autonome provvedono ad attivare conformemente ai dettami dell'Allegato 4 del D.lgs. n. 28/2011.



Erica Bianconi, autrice di questo articolo, è docente di Rener



LA FORMAZIONE CHE SERVE...

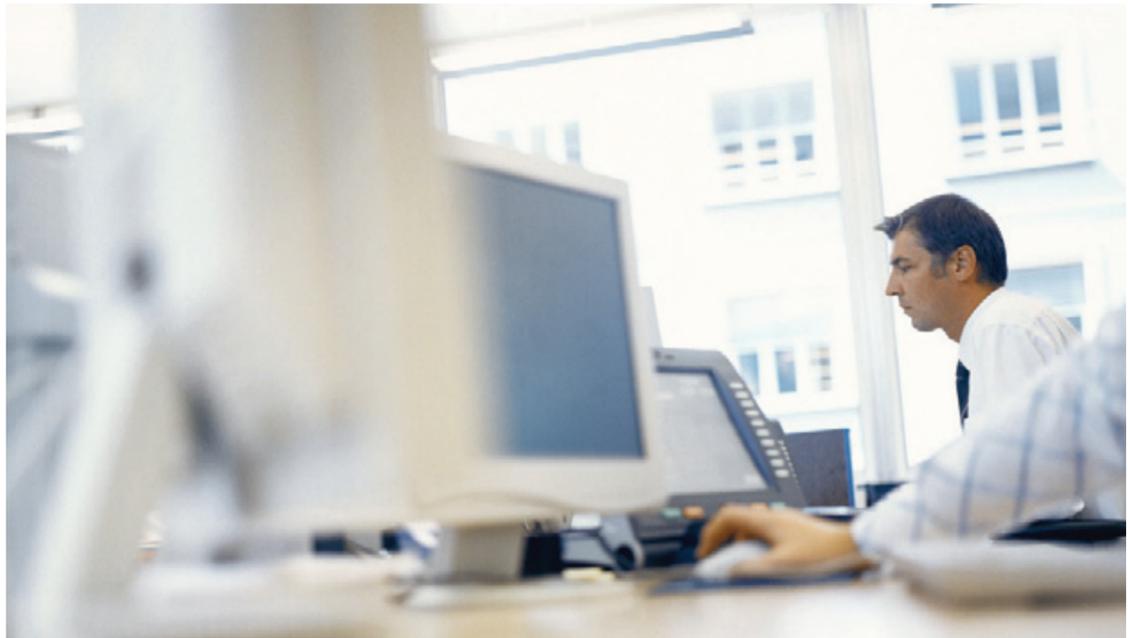


## L'AZIENDA

AROS Solar Technology è la divisione solare del gruppo Riel-  
lo Elettronica, azienda operante da oltre 30 anni nel set-  
tore dell'energia. AROS Solar Technology offre alla propria  
clientela un'ampia e completa gamma di inverter in grado  
di coprire qualsiasi tipo di esigenza, dal piccolo impianto  
domestico alle centrali solari da svariati megawatt. AROS  
progetta e produce i propri inverter in Italia, per avere un  
controllo diretto sulla qualità e sull'affidabilità, seguendone  
da vicino tutto il ciclo di produzione, vendita e assisten-  
za post-vendita. Questa filosofia permette di mantenere un  
processo di miglioramento continuo, monitorando i pareri  
dei clienti e traendo da questi preziose indicazioni per ap-  
portare rapidamente le ottimizzazioni e le feature richieste  
dal mercato.

## CONSULENZA TECNICA ED ASSISTENZA

Il supporto ai propri partner è caratterizzato da un servizio  
di consulenza pre-vendita di alta qualità capace di coadiuva-  
re il cliente nella scelta, nel dimensionamento e nell'instal-  
lazione del prodotto ideale. L'assistenza tecnica si avvale di  
tecnici altamente specializzati in grado di offrire un valido  
supporto tecnico e di un efficiente servizio di post-vendita.  
Inoltre la presenza capillare di Centri di Assistenza su tutto  
il territorio nazionale consente in caso di guasti, interventi  
rapidi ed affidabili.



## I PRODOTTI



**Inverter TL**



**Inverter  
Centralizzati**



**Inverter  
Centralizzati HV**

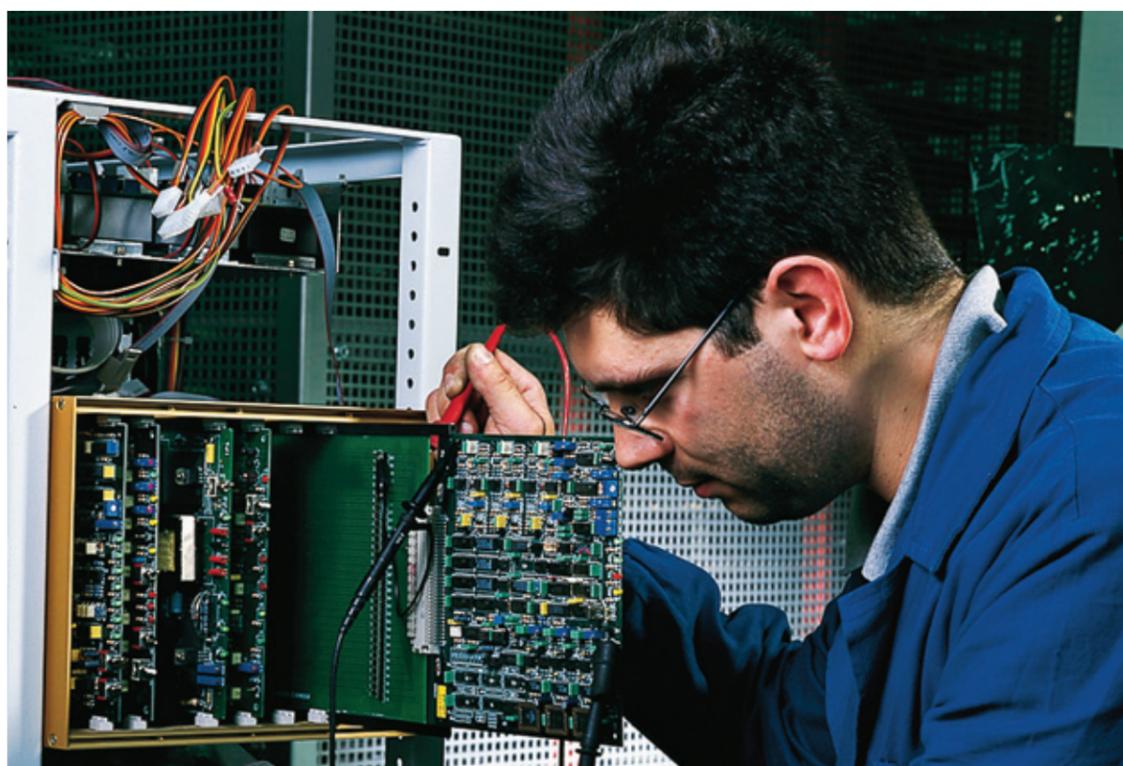


**Inverter  
Centralizzati HV-MT**

## QUALITÀ E CERTIFICAZIONI

A garanzia di affidabilità e qualità del prodotto nei confronti del consumatore, gli inverter transformerless monofase AROS hanno ottenuto, primi in Italia, il marchio IMQ. Tale certificazione comprova la conformità dei prodotti alle caratteristiche di sicurezza fissate dalle norme tecniche italiane ed europee.

L'ottenimento della certificazione si basa su numerose ed accurate prove di laboratorio e sulla sorveglianza della produzione; i prodotti certificati vengono infatti sottoposti a un controllo periodico della produzione finalizzato a verificare il mantenimento delle caratteristiche di progetto.



## SOLUZIONI PER LO STORAGE

Il Sirio Power Supply (SPS) è un dispositivo di nuova concezione per l'accumulo e l'alimentazione di qualità rivolto ad utenze trifase, in grado sia di ampliare le funzionalità di un impianto fotovoltaico on-grid munito di inverter centralizzati, sia di realizzare un impianto off-grid. Il sistema infatti, grazie ad un accumulo di energia dimensionato sulle caratteristiche del carico e dell'autonomia desiderata, permette di immagazzinare l'energia prodotta da fonte rinnovabile per poterla poi utilizzare nelle ore serali o di scarso irraggiamento, oltre che di rendere il sistema indipendente dalla presenza della rete di distribuzione elettrica.



**Sirio Power  
 Supply (SPS)**



**Sirio Central  
 Station (SCS)**



**Accessori & Dispositivi  
 di comunicazione**



**Software &  
 Monitoraggio**

# Produttori esteri: quali prospettive in Italia?

ANCHE SE IL NOSTRO PAESE NON È PIÙ IL MERCATO ATTRATTIVO DI QUALCHE ANNO FA, PER MOLTI PRODUTTORI ESTERI DI MODULI L'ITALIA CONTINUA AD AVERE PARECCHI PUNTI DI INTERESSE. A PARTIRE DALLA PRESENZA DI UNA RETE DI IMPIANTI AMPIA E STRUTTURATA CHE ASSICURA UNA CERTA CONTINUITÀ DI BUSINESS. E, IN ATTESA CHE IL MERCATO TORNI A CRESCERE, LA SFIDA SI GIOCA SUL PRESIDIO DEL TERRITORIO

di Raffaele Castagna

**C**ambiare strategia è la parola d'ordine per i produttori di moduli esteri che operano in Italia e che dopo le recenti trasformazioni del nostro mercato stanno lavorando per adattare la loro politica imprenditoriale al nostro contesto. C'è chi punta ad esempio su una distribuzione capillare o chi invece preferisce gestire direttamente il servizio in house, chi si concentra sull'incremento delle prestazioni dei propri prodotti e chi è indirizzato a una visione sempre più focalizzata sull'integrazione fra tecnologie rinnovabili.

## IL VALORE DELLA CONTINUITÀ

Nonostante le difficoltà del settore, l'Italia rappresenta ancora oggi nello scenario internazionale uno dei principali Paesi di riferimento per quanto concerne il fotovoltaico. È vero, i numeri parlano di un calo drastico, se non drammatico, che ha portato la nuova potenza installata annua dai 9 GW del 2011 all'1,4 GW del 2013.

Ma il lascito che, in termini di know-how e di potenza installata, è derivato dagli scorsi anni di attività del mercato è comunque consistente. Il mercato italiano è diventato, nel giro di un quinquennio, uno dei più autorevoli al mondo in termini di competenza sul fotovoltaico nonché un grande deposito di opportunità legate alle attività di retrofit e manutenzione degli impianti solari. La possibilità di fare business infatti non è soltanto legata all'esigenza di realizzare nuove installazioni bensì anche alla necessità di revamping provenienti da un grande numero di impianti realizzati in un periodo in cui la corsa agli incentivi favoriva anche l'impiego di materiali di seconda o terza scelta.

A tale considerazione si affianca anche la fortunata posizione della Penisola in termini di irraggiamento. «Basta considerare che l'Italia gode di una percentuale di radiazioni annue superiore del 15% rispetto alla Francia e del 20% nei confronti di Germania e Inghilterra per comprendere quanto sia difficile che a queste condizioni il mercato fotovoltaico possa avere ancora cali consistenti come quelli registrati negli ultimi due anni» spiega Giuseppe D'Elia, country manager per l'Italia di Up Solar.

Tutti questi elementi presi insieme contribuiscono dunque a offrire ai produttori esteri un'idea di continuità molto più forte rispetto ad altri paesi che conoscono magari qualche sporadico mo-

## WINAICO: "GARANTIRE PRESTAZIONI E ASSISTENZA AL TOP"



### Marco Ippoliti, direttore vendite

«Il mercato italiano rappresenta per Winaico un ambito ricco di opportunità di business. La forte selezione avvenuta con la fine degli incentivi ha fatto sì che gli operatori più professionali e seri trovino oggi lo spazio per poter promuovere al meglio la propria offerta. La nostra azienda è presente dal 2010 sul territorio italiano con una filiale e un magazzino in loco. Per noi è fondamentale affiancare il cliente finale garantendogli la nostra vicinanza e un'assistenza professionale. Crediamo fortemente che questo approccio al cliente contribuisca in maniera determinante a fare la differenza. Winaico vuole dare il meglio in termini di qualità ai propri clienti. I nostri moduli made in Taiwan, e quindi non soggetti ai dazi imposti dall'UE ai prodotti cinesi, sono progettati e realizzati direttamente da noi a partire dalla cella fino ad arrivare all'assemblaggio finale. L'azienda cura tutta la produzione riuscendo a garantire ai clienti moduli performanti ai massimi livelli»

### Il prodotto:

Il modulo di punta di Winaico è il monocristallino standard a 60 celle con tecnologia PERC da 280-285-290W. La serie WINAICO WSP-M6 PERC stabilisce nuovi standard tecnologici. Il modulo WSP-M6 PERC con dimensioni esterne 1665 x 999 x 40 mm ha un'eccellente efficienza, pari al 17,46 %, e un

fill factor del 77 %, uno dei più elevati nel settore. Combinando alta potenza, ingombri ridotti e un peso di soli 19,6 kg, questi prodotti si adattano perfettamente a chi ricerca le massime performance in spazi di tetto limitati. Grazie alla potenza del modulo elevata fino a 290 Watt, può essere ridotta fino ad un 18 % la spesa per costi di montaggio e componenti. Inoltre offriamo la serie WSP mono FULL BLACK, modulo completamente nero, indicato soprattutto per gli impianti ad uso residenziale l'ancora richiestissimo policristallino con le serie WSP e WST, da 260 e 250W.

Il prodotto viene venduto direttamente tramite la nostra filiale italiana

### L'azienda

**Indirizzo Headquarter:** Win Win Precision Technology Co., Ltd.  
No.96, 3F, Hsinho Road, Sinfong Township, Hsinchu County 304 Taiwan

**Indirizzo sede italiana:** Winaico Italia Srl, via A. Volta 32, Villafranca di Verona (VR)

**Anno di fondazione:** 2003

**Produzione 2012:** 150MW

**Produzione 2013:** 150MW

**MW destinati all'Italia:** 30 MW

**Fatturato 2012:** 100 mln

**Fatturato 2013:** 90 mln

**Previsione 2014:** 110 mln

**Numero dipendenti:** 300

[www.winaico.com](http://www.winaico.com)



## SOLARWORLD: "SEMPRE PIÙ PRESENTI IN ITALIA"



### Fabrizio Limani, head of sales South Europe



«Che il mercato italiano sia importante e si possa autosostenere è un fatto assodato, ma l'estrema difficoltà di accedere a finanziamenti e i segnali contrastanti che arrivano da parte di chi dovrebbe emanare leggi e norme non supportano adeguatamente uno sviluppo sostenibile che riteniamo comunque possibile per il Paese. Ci auguriamo che con la bella stagione la situazione migliori anche grazie alle possibilità derivanti dai SEU, che possono generare nuove vie di business. SolarWorld crede alla sostenibilità e da sempre sviluppa partnership strategiche con aziende del settore della distribuzione, mettendo a disposizione i suoi prodotti e le sue soluzioni attraverso una rete capillare su tutto il territorio nazionale. Il mantenimento di una chiara politica commerciale permette oggi di sfruttare queste sinergie e di poter servire al meglio progettisti ed installatori. Grazie alla recente acquisizione delle linee produttive di Bosch Solar, SolarWorld resta il più grande produttore europeo. In Italia la nostra strategia mira a sviluppare gli attuali rapporti con la clientela operando maggiormente sul territorio con business developer e promotori che affiancano progettisti ed installatori nella proposta di soluzioni che permettano concretamente di ridurre i costi energetici».

#### Il prodotto:

**Kit easy SolarWorld – Tutti i componenti su un solo pallet**  
Nel kit SolarWorld è compreso uno speciale pacchetto di assistenza completa. I kit SolarWorld contengono tutti i componenti necessari alla realizzazione e al funzionamento di un impianto fotovoltaico: moduli di qualità SolarWorld, inverter, struttura di supporto, cavi e accessori. In rapporto alle esigenze individuali del cliente e alle caratteristiche specifiche dell'edificio e del sito di installazione, SolarWorld elabora un impianto su misura, che viene progettato e preparato di tutto punto in base alle norme e agli standard in vigore, in modo da ridurre i tempi di predisposizione e installazione.

#### L'azienda

Nome azienda: SolarWorld AG  
Indirizzo: Martin-Luther-King. Str. 24, Bonn  
Anno di fondazione: 1998 (quotata in borsa dal 1999)  
Produzione totale 2012: 850 MW  
Produzione totale 2013: 850 MW  
Numero dipendenti: 3.200  
Fatturato 2012: 606 milioni di euro  
Fatturato 2013: 456 milioni di euro  
Previsione fatturato 2014: oltre 680 milioni di euro



mento di fortuna ma che non godono di uno scenario così ben strutturato come il nostro. Sotto quest'aspetto gli operatori, stranieri e nazionali, concordano nell'affermare che attualmente il nostro mercato sta attraversando una fase di passaggio che per i prossimi anni vedrà la nuova potenza installata tornare a crescere anche se lentamente.

#### IL "PROBLEMA" COMUNICAZIONE

Nonostante la situazione del fotovoltaico non sia dunque quella di un mercato sull'orlo del tracollo, ma in fase di assestamento, le sfide che i player sono chiamati ad affrontare non sono comunque poche. Si fa sempre più forte l'esigenza di sostenere il canale dei distributori, dei progettisti e degli installatori in un'attività di comunicazione del fotovoltaico non più inteso come fonte di rendita ma di risparmio.

Ma a rendere complicata questa operazione sono i budget a disposizione delle aziende, assai più bassi rispetto a qualche

anno fa. Sono in molti gli operatori che infatti hanno ridotto il personale, si sono trasferiti in sedi più piccole e hanno tagliato attività e costi. Una modalità che sta richiedendo notevoli sforzi in termini di formazione e aggiornamento da parte dei player nazionali e che esigerà un maggiore lavoro per quelli esteri.

Tale contesto non ha d'altra parte impedito di generare scambi virtuosi fra realtà collocate sul territorio e operatori esteri.

Spesso infatti la competenza e l'esperienza accumulate da EPC Italiani vengono richieste per essere spese in altri Paesi che necessitano di avviare il proprio mercato solare.

#### I MODELLI DISTRIBUTIVI

La comune esigenza di una penetrazione efficace e capillare del territorio, trova tra i produttori stranieri diverse risposte. C'è infatti chi si affida a realtà affermate nell'ambito della distribuzione in Italia stringendo con loro rapporti di partnership e chi invece punta a creare una pro-

## LG: "INVESTIRE IN RICERCA E SVILUPPO"

### Davide Ponzi, energy solution manager

«Nonostante la contrazione del mercato italiano rispetto ai numeri record degli anni scorsi, riteniamo strategica per noi presenza in Italia. Il segmento residenziale è di fondamentale importanza per LG Electronics e grazie alle detrazioni fiscali vediamo una domanda in crescita stabile del mercato italiano. Inoltre monitoriamo l'evoluzione della normativa sui SEU da cui ci aspettiamo una crescita anche nel mercato industriale e commerciale. Per presidiare al meglio questi segmenti di mercato la politica commerciale di LG Solar è quella di veicolare il prodotto esclusivamente attraverso distributori. Per vincere le sfide di questi mercati LG Solar negli ultimi anni ha continuato ad investire massicciamente in ricerca e sviluppo e grazie a questi sforzi negli è riuscita a migliorare le efficienze dei nostri moduli partendo dai 225 Wp del 2011 per arrivare ai 300 Wp attuali».

#### Il prodotto:

I moduli LG montano esclusivamente celle fotovoltaiche di nostra produzione. Quello che ci contraddistingue è la forza finanziaria del gruppo LG Electronics e la possibilità di condividere tecnologie utilizzate in altri business. Offrendo in questo modo prodotti allo stato dell'arte e la sicurezza per i nostri clienti di garanzie da parte di una delle aziende elettroniche leader a livello mondiale.

#### L'azienda

Nome azienda: LG Electronics  
Indirizzo Headquarter: Seoul, Republic of Korea  
Sede europea: Europeo, Berliner Strasse 93, Ratingen - Germany  
Anno di fondazione: 1958  
Produzione totale 2012: 330 MW  
Produzione totale 2013: 400 MW  
Numero dipendenti: 90.000 (600 Solar)  
Fatturato 2013: 39 miliardi di euro



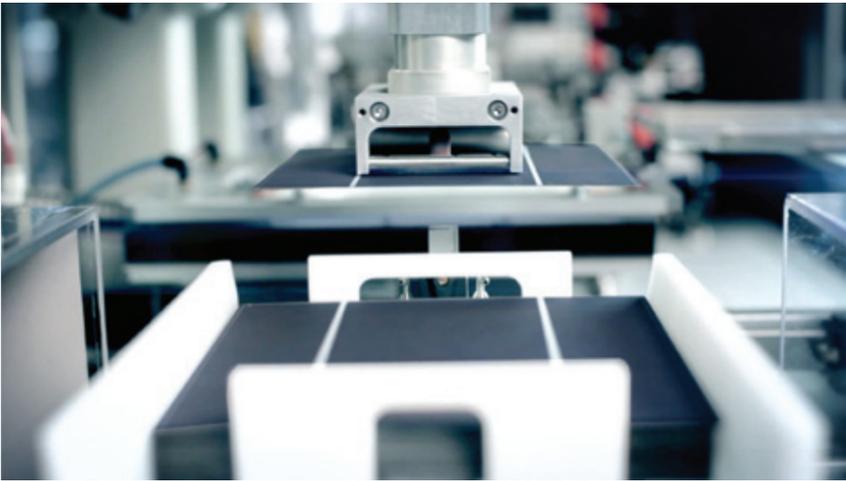
GRUPPO **MARCHIOL**  
www.marchiol.com | info@marchiol.com



COLLABORIAMO CON IL SOLE PER GARANTIRVI ENERGIA NATURALE E PULITA

DISTRIBUTORE UFFICIALE





pria rete di venditori in loco attraverso la realizzazione di filiali.

Servono inoltre intermediari che siano in grado di guardare in faccia direttamente l'investitore e illustrare nel dettaglio concetti come autoconsumo e risparmio energetico.

Una spesa un po' più sostenuta, dovuta all'apertura di uffici e all'ampliamento del proprio personale, la effettuano invece quei produttori che non ricorrono all'esternalizzazione di questo servizio, ma preferiscono dedicarsi direttamente alla vendita. I vantaggi di una tale pratica consistono principalmente in un maggior ritorno di informazioni sul territorio. «Per monitorare un mercato» spiega Marco Ippoliti, sales manager di Winaico, «possedere una rete di venditori che lavorano direttamente a contatto con i clienti è il modo migliore per conoscere i trend e le innovazioni che il mercato richiede».

Se dunque il ricorso a distributori e EPC Contractor consente una maggior elasticità e capacità di penetrare il territorio, la vendita diretta è però più adatta a offrire un costante aggiornamento circa l'andamento del business, rivelandosi anche uno strumento utile per indicare ai produttori quali tipi di innovazioni richiede il mercato.

Ad ogni modo le due soluzioni spesso coesistono all'interno di un'unica realtà aziendale. Sono piuttosto rari i casi di operatori che scelgono una

sola strada per vendere i propri prodotti sul nostro mercato. I modelli distributivi "misti" restano quindi i più diffusi consentendo di sfruttare i vantaggi di una formula piuttosto che di un'altra a seconda delle circostanze.

#### FARE INNOVAZIONE

Oggi l'interesse del cliente residenziale e commerciale è incentrato soprattutto sull'abbattimento dei costi energetici e sull'autoconsumo.

Un mercato come quello italiano, al pari di quello tedesco e delle altre piazze in cui la tecnologia solare si è affermata già da diversi anni, richiede sempre più l'impiego di componenti con prestazioni particolari e altamente performanti. Per questo motivo stanno conoscendo un buon successo tutte quelle realtà produttive che offrono alla clientela strumenti come ottimizzatori e massimizzatori di potenza, sistemi di accumulo, soluzioni di home management energetico e in genere tutti quei dispositivi progettati per offrire il massimo dal punto di vista del risparmio. E quello dell'innovazione è un tema che riguarda

## JINKO SOLAR: "PAROLA D'ORDINE: INNOVAZIONE"



### Alberto Cuter, direttore vendite Italia di JinkoSolar

«Con la cessazione degli incentivi e la rigida applicazione delle regole di importazione dei prodotti cinesi, la situazione del mercato italiano è cambiata in modo significativo. Al momento non sembra esserci lo spazio normativo per poter realizzare grandi impianti, ma ci sono invece opportunità per installazioni domestiche e di media taglia. Questo purtroppo è in controtendenza con quanto sta accadendo in altri paesi industrializzati, come gli USA, il Giappone o la Cina e altri in via di forte sviluppo, come il Cile e il Sud Africa, dove si stanno invece realizzando grandi centrali fotovoltaiche per la generazione di energia pulita in sostituzione di impianti ad elevate emissioni inquinanti come le centrali a carbone. Il mercato italiano, che rimane per Jinko molto importante, è maturo e richiede prodotti tecnologicamente avanzati. Per questo a Solarexpo presenteremo i primi moduli "smart", con ottimizzatori di celle e di moduli. Questi nuovi prodotti avranno integrate nella scatola di giunzione, non più composta dai soli diodi di bypass le tecnologie Maxim, Tigo e Solaredge».

#### Il prodotto:

I nuovi Jinko Smart Modules permettono un sensibile miglioramento della produzione di energia, nonché una sostanziale eliminazione di fenomeni di hot spot e di mismatching. Sono particolarmente adatti per l'installazione su tetti, dove spesso vi è il problema di ombreggiamenti; sono tuttavia adatti anche per installazioni su grandi progetti per i vantaggi che danno in termini di riduzione dei fenomeni di hot spot e di mismatching. Questi nuovi prodotti saranno venduti attraverso la nostra rete di distributori ufficiali, nonché attraverso i nostri storici clienti.

#### La scheda

JKMS270P-60 (SMART MODULE)  
Max Power: 270 wp tolleranza (0+3%)  
Policristallino 60 celle  
Efficienza: 16,5%  
Tensione massima: 1.000 VDC

#### Distribuzione:

I moduli Jinko vengono venduti sia direttamente dalla filiale italiana, sia attraverso la rete dei distributori ufficiali Jinko Solar.

#### L'azienda

Anno di fondazione: 2006  
Indirizzo headquarter: Shanghai - Cina  
Indirizzo sede italiana: Casalecchio di Reno (BO) via Bazzanese 32  
Produzione totale MW nel 2012: 1.188 MW  
Produzione totale MW nel 2013: 1.933 MW  
MW prodotti destinati al mercato italiano nel 2013: 30 MW  
Fatturato 2012: 791 mln di dollari  
Fatturato 2013: 1.170 mln di dollari  
Previsione vendite 2014: 2,3-2,5 GW  
Numero dipendenti: 10.000



**Jinko Solar**  
Building Your Trust in Solar

## UPSOLAR: "L'ITALIA È UN MERCATO STRATEGICO"

### Giuseppe D'Elia, country manager per l'Italia

«Il mercato europeo e quello italiano in particolare hanno subito negli ultimi tre anni una selezione molto dura. Per un produttore come Upsolar, che ha puntato da sempre su flessibilità e qualità, è però ancora possibile trovare le motivazioni e le marginalità per perseguire la propria mission, ovvero essere promotori di un utilizzo sano ed sostenibile della tecnologia fotovoltaica. Il mercato italiano, che vanta un irraggiamento tra i migliori in Europa, è assolutamente strategico sia per le possibilità immediate di business, sia per la possibilità di sviluppo e sperimentazione di soluzioni e tecnologie esportabili in un secondo momento anche in altri paesi. Oggi in Italia presidiamo tutti i segmenti di mercato, dal residenziale ai grandi impianti e, grazie ad un legame molto forte sul territorio con i nostri installatori partner, siamo in grado di portare ai clienti finali prodotti e servizi di qualità, per soluzioni affidabili nel tempo».

#### Il prodotto:

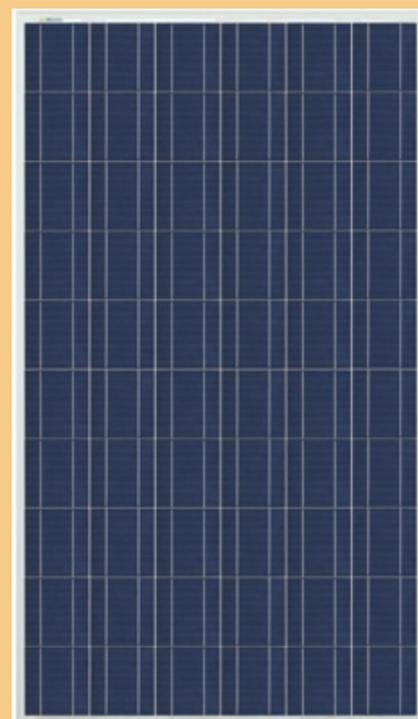
Moduli mono e policristallini da 190 Wp a 300 Wp, standard e nelle serie speciali Z (con cornice ZEP), S (con cornice Solrif) e nelle versioni smart con sistemi di ottimizzazione integrati nelle Junction Box

#### Distribuzione:

Vendita diretta ad installatori ed EPC, con presidio di alcuni territori tramite distributori locali

#### L'azienda

Nome azienda: Upsolar Global Co  
Indirizzo Headquarter: LTD - 8F, No.71 Xi Su Zhou Road - Jing An district, Shanghai China  
Indirizzo sede italiana: Upsolar System Italia Srl, viale Verdi 23 - Treviso  
Anno di fondazione: 2006  
Produzione totale 2012: 450 MW  
Produzione totale 2013: 400 MW  
MW prodotti per il mercato italiano: 10%  
Numero dipendenti: 150  
Fatturato 2012: 259 milioni di dollari  
Fatturato 2013: 246 milioni di dollari  
Previsione fatturato 2014: 260 milioni di dollari (300 MW)



## HANWHA Q-CELLS: "ALLA CONQUISTA DEL RESIDENZIALE"



**Q CELLS**

anche i produttori di moduli fotovoltaici. Questi prodotti hanno l'indubbio vantaggio di basarsi su una tecnologia affermatasi da decenni e che in sé abbisogna di pochi interventi migliorativi. È però pur vero che il ricorso all'integrazione di elementi accessori che ne migliorano le prestazioni rappresenta un indubbio vantaggio competitivo.

Per tale ragione stanno crescendo i casi di produttori che, come Jinko, presentano sul mercato moduli con scatole di giunzione integrate per l'ottimizzazione della resa o pannelli in grado di assicurare un'altra produzione energetica occupando meno spazio. Da un lato innovare i prodotti è un'operazione funzionale a un certo tipo di clientela esigente e dall'altro risulta anche un modo efficace per la promozione stessa del fotovoltaico. Spiegare infatti a un potenziale cliente che una spesa di 5 centesimi di euro in più al W può rivelarsi un investimento nel giro di un decennio è un efficace modo di introdurre al più ampio discorso legato ai vantaggi che offrono gli impianti solari. ☀

### Justin Lee, CCO di Hanwha Q Cells

«Oggi riceviamo diversi segnali in merito al mercato italiano. Da un lato Epia nei suoi studi mette in risalto il calo di installazioni nel 2013, dall'altro NPD Solarbuzz annuncia che, insieme a Germania, Regno Unito e Francia, l'Italia sarà uno dei mercati fotovoltaici europei in ripresa durante il 2014. Detrazione fiscale, scambio sul posto e autoconsumo rendono gli investimenti fotovoltaici in questo Paese ancora molto attraenti. Elementi ai quali si aggiunge anche un irraggiamento più che favorevole. Per questi motivi il mercato italiano resterà una delle nostre principali aree di business. Hanwha Q Cells vuole concentrarsi soprattutto sul segmento residenziale così come sul piccolo commerciale e industriale. L'autoconsumo sarà il futuro dell'energia solare in Italia e non solo. La nostra azienda è in grado di soddisfare in maniera flessibile le diverse esigenze del mercato italiano e di reagire rapidamente alle sue dinamiche. Offriamo soluzioni fotovoltaiche convenienti con elevate performance a costi competitivi per i proprietari di casa ed imprese. Siamo quindi certi di riuscire a incrementare il nostro business in Italia».

### Il prodotto:

La terza generazione di moduli Q CELLS è stata ottimizzata in ogni aspetto: migliori rendimenti energetici grazie alla tecnologia antiriflesso e all'ottimo funzionamento in caso di basso irraggiamento nonché maggiore sicurezza. Il Q.PEAK-G3 è il campione di potenza tra i moduli fotovoltaici monocristallini. Con classi fino a 280 Wp, Q.PEAK-G3 è il modulo indicato per impianti su tetti con spazi limitati dove è richiesta la massima resa. Q.PRO -G3 è il modulo policristallino di maggior successo e più affidabile sulle grandi superfici, indicato per applicazioni di ogni tipo. Versatile e dotato della tecnologia Q.ANTUM si contraddistingue per le elevate classi di potenza (fino a 270 Wp).

### Distribuzione:

A livello commerciale la strategia che utilizziamo sul mercato per il 2014 è di mantenere inalterata la rete dei distributori ufficiali HQC, che sono cinque su tutto il territorio nazionale, cercando nel contempo un approccio diretto con alcuni installatori selezionati che possano aiutarci nell'acquisizione di nuove quote di mercato.

### L'azienda

Indirizzo headquarter: Bitterfeld-Wolfen (OT Thalheim), Germany  
Indirizzo sede italiana: Bolzano, Italy  
Anno di fondazione: 1999  
Produzione totale MW nel 2012: 1,1 GW  
Produzione totale MW nel 2013: 1,3 GW  
Impianti > 1 MW realizzati come epc nel mondo: 600 MW  
MW prodotti destinati al mercato italiano nel 2013: 60 MW  
Numero dipendenti: ca. 1.300 nel mondo

/ Perfect Welding / Solar Energy / Perfect Charging



SHIFTING THE LIMITS

## THE SNAP INVERTER

ENERGIA DA 1.5 A 20.0 KW

- / Adatto per diverse tipologie di impianti fotovoltaici
- / Installazione rapida e sicura
- / Sistema standard di montaggio
- / Facile da usare
- / Sistema di comunicazione integrato\*



### FRONIUS GALVO 1.5 - 3.1 KW

/ L'inverter pronto per il futuro per piccoli impianti in autoconsumo.

### FRONIUS SYMO 3.0 - 8.2 KW

/ Il trifase compatto con la massima flessibilità.

### FRONIUS SYMO 10.0 - 20.0 KW

/ La massima flessibilità nelle applicazioni di domani.

\* Sono integrati come standard in tutti i modelli SnapInverter: connessione WLAN - Ethernet(LAN), datalogger, Energy Management Relay, predisposizione alla funzione di controllo remoto da parte del gestore (Smart Grid Ready) e molto altro.

## IBC SOLAR: "LA FORZA DEL NOSTRO KNOW-HOW"

**Gabriele Rosso, area manager**



«Il gruppo IBC Solar ha costantemente investito e promosso azioni di grande fiducia e responsabilità sul mercato italiano, individuandolo come uno dei più meritevoli di attenzione non solo per i volumi, ma anche e soprattutto per ricettività di nuove soluzioni e prodotti che rispondano prima di tutto a requisiti di qualità, affidabilità e sostenibilità. Si tratta di valori che sono alla base della vision e mission di IBC Solar. Il mercato italiano vive ora forse il suo momento più interessante, ossia la fase in cui verrà premiato il vero valore aggiunto che ciascun attore della filiera potrà apportare al mercato stesso. In questo senso IBC Solar sfrutterà al massimo la propria competenza a livello di tecnologia e know how per essere ancora più competitiva. L'assistenza al cliente attraverso un back office commerciale attivo e flessibile, un product manager dedicato ed il supporto anche in ambito finanziario e legale sono la soluzione integrata che IBC ha perfezionato per essere un vero e proprio partner operativo al quale affidarsi sin dalla fase progettuale degli impianti. La nostra convinzione, infatti, è che oggi più che mai il tempo e l'efficienza siano due variabili strategiche. Riteniamo che poter avere un referente unico, affidabile e diretto come IBC Solar possa essere oggi un elemento distintivo sul mercato ed apportare un reale vantaggio competitivo ai nostri partner».



### Il prodotto:

- PremiumLine: Modulo policristallino PolySol ZX da 250 a 260 WP (made in EU, certificazione di reazione al fuoco in ottenimento)
- PremiumLine: Modulo monocristallino MonoSol EX da 255 a 270 WP (top di gamma, made in Germany, dal colore nero)
- EcoLine: Modulo policristallino PolySol CS da 240 a 250 WP
- EcoLine: Modulo policristallino PolySol DS da 235 a 250 WP
- EcoLine: Modulo policristallino PolySol DS da 195 - 200 WP - 48 celle (per installazioni on-grid e off-grid)
- EcoLine: Modulo policristallino PolySol VM da 240 a 250 WP
- EcoLine: Modulo monocristallino MonoSol CS e MonoSol DS da 195 a 200 WP - 72 celle (per installazioni on-grid e off-grid)
- Modulo monocristallino SoloSol CS 95 WP - 36 celle (per installazioni on-grid e off-grid)
- Modulo policristallino SoloSol CS 145 WP - 36 celle (per installazioni on-grid e off-grid)

### Distribuzione:

- Rete agenti
- Vendita diretta agli installatori tramite back office italiano

### L'azienda

Nome azienda: IBC Solar  
Indirizzo headquarter: Am Hochgericht, 10 - Bad Staffelstein (Germania)  
Indirizzo sede italiana: via Nazionale, 20 - Buttrio (Udine)  
Anno di fondazione: 1982  
Produzione 2012 : 463 MW  
Produzione 2013: 336 MW  
MW destinati all'Italia: 4 MW  
Fatturato 2012: 576 mln  
Fatturato 2013: 300 mln  
Numero dipendenti: 300



IBC PremiumLine - La soluzione affidabile  
IBC PolySol 250 ZX, 255 ZX, 260 ZX  
Moduli fotovoltaici policristallini

## HANWHA SOLARONE: "PRONTI A UN RUOLO DI PRIMO PIANO"

**Alessio Palla, director sales Italy**



«Nonostante la forte contrazione degli ultimi due anni, siamo convinti che l'Italia continui ad essere uno dei mercati chiave in Europa. Il segmento degli impianti residenziali è di gran lunga ora il più importante e quello dei tetti industriali rappresenta un grande potenziale largamente sfruttabile. Probabilmente il 2014 sarà un anno difficile, ma già a partire dal 2015 ci attendiamo un ritorno alla crescita. Detrazione fiscale, autoconsumo, SEU e la legge Sabatini rappresentano i principali driver di crescita. Qualità, servizio e integrazione del fotovoltaico nella futura smart home saranno le chiavi del successo. Siamo convinti che i clienti finali diventeranno sempre più parte attiva e soprattutto informata nella scelta della tecnologia da installare. In questo contesto Hanwha Solar vuole giocare un ruolo di primo piano nel mercato con una strategia orientata alla crescita del valore del brand grazie allo sviluppo di partnership locali proiettate nel lungo periodo. Vogliamo spiegare agli installatori e clienti finali che il prodotto made in China non è sinonimo di bassa qualità e basso costo».

### Il prodotto:

Moduli policristallini della serie HSL da 60 e 72 celle nelle versioni standard e full black con potenze fino a 260 Wp per i moduli HSL60 e 310 WP per i moduli HSL72

### Distribuzione:

Tramite distributori

### L'azienda

Nome azienda: Hanwha SolarOne GmbH  
Indirizzo Headquarter: Oskar Messter Straße 13, Ismaning, Germania  
Indirizzo sede italiana: via Santa Maria Valle, Milano  
Produzione totale MW nel 2012: 829,8 MW  
Produzione totale MW nel 2013: 1.280,3 MW  
Fatturato 2012: RMB 3,678 milioni  
Fatturato 2013: RMB 4,726 milioni  
Previsione vendite 2014: 1.5-1.6 GW di moduli

## SHARP

Indirizzo headquarter: Osaka (Giappone)  
Indirizzo e tel sede italiana: Milano via Lampedusa 13 - 02-895951  
Tipologia moduli prodotti: Cristallino (245 e 250 W) e film sottile tipo Tandem (130 e 135 W)  
Capacità produttiva in MW: 2 GW  
Produzione reale del 2013 in MW: 2 GW  
Produzione destinata al mercato italiano 2013: ogni modello senza limitazioni

## aleo

Indirizzo headquarter: Osterstr. 15, 26122 Oldenburg, Germania | Tel: +49 441 21988  
Sede italiana: Viale Trento e Trieste 12/A, 31100 Treviso | Tel: +39 0422 58.31.81  
Tipologia moduli prodotti: moduli fotovoltaici cristallini ad alta efficienza  
Capacità produttiva in MW: 280  
Produzione reale del 2013 in MW: 113  
Produzione destinata al mercato italiano 2013: Aleo ha come unica filiale attiva all'estero quella in Italia, con un centro di distribuzione autonomo  
Distribuzione: hub logistico a Castel San Giovanni (Piacenza)



Indirizzo headquarter: Avenida De la Foja 14, 46440 Almussafes, Spagna - +34961038430  
Indirizzo sede Legale Italia: via Carlo Porta 3, 21013 Gallarate - tel +39 335 250781  
Tipologia moduli prodotti: Monocristallini 250 - 315W; Policristallini 230 - 320 W  
Capacità Produttiva: 150 MW  
Produzione destinata al mercato italiano 2013: 14 MW



Indirizzo headquarter: Conergy AG i.I. - Sitz der Gesellschaft: Hamburg - Amtsgericht Hamburg, HRB 77717  
Aufsichtsratsvorsitzender  
Indirizzo e tel sede italiana: Conergy Italia, via Zamenhof 200, 36100 Vicenza 0444 380 131  
Tipologia moduli prodotti: monocristallini e policristallini  
Capacità produttiva in mw: 250 MW  
Produzione destinata al mercato italiano 2013: 43 MW



Indirizzo headquarter: ILB Helios Spain S.A. - Uff.: Alvarez de Baena 4, 28006 Madrid (ES) - Fabbr.: Camino del Corral 1, 28816 Camarma de Esteruelas, Madrid (ES)  
Indirizzo sede italiana: ILB Helios Italia Srl  
Tipologia moduli prodotti: Mono e policristallini, da 160 a 310 Wp  
Capacità produttiva in MW: 40 MW in Spagna e 150 MW nella JV in Cina. Nel corso del 2014 è prevista l'entrata in funzione di un nuovo stabilimento da 120 MW a East London (EC - Sud Africa)  
Produzione reale del 2013 in mw: 50 MW  
Produzione destinata al mercato italiano 2013: 20 MW  
Distribuzione in Italia: effettuata da ILB Helios Italia, appoggiandosi anche al proprio magazzino di Delebio (SO)



**Riposo**  
ALTERNATIVE ENERGIE

**Nome azienda:** Solar Energy Group - divisione Riposo  
**Indirizzo:** headquarter: via Mons. Romero, 59, San Daniele del Friuli (UD)  
**Anno di fondazione:** 1982  
**Produzione totale MW nel 2012:** 600 kW  
**Produzione totale MW nel 2013:** 600 kW  
**MW prodotti destinati al mercato italiano nel 2013:** 600 kW  
**Fatturato 2012:** 600.000 euro  
**Fatturato 2013:** 1.500.000 euro  
**Previsione fatturato 2014:** 2.000.000 euro  
**Numero dipendenti:** 3



**Indirizzo:** Bisol s.r.l. (sede italiana) - via Bonazzi 5, Castel Maggiore (BO)  
**Tipologia moduli prodotti:** multi cristallini da 245 a 265 Wp, monocristallini da 250 a 270 Wp, multicristallini BIPV da 245 a 265 Wp, monocristallini BIPV da 250 a 270 Wp, colorati da 225 a 235 Wp  
**Capacità produttiva in MW:** 150 MW  
**Produzione reale del 2013 in MW:** 95 MW



**Indirizzo:** Sanyo Component Europe GmbH, Stahlgruberring 4 Monaco di Baviera  
**Tipologia moduli prodotti:** moduli Panasonic HIT in silicio monocristallino  
**Capacità produttiva:** 900 MW  
**Produzione reale del 2013 in MW:** 900 MW



**Indirizzo:** 65, Boulevard Grande Duchesse Charlotte, Luxembourg  
**Sede Italiana:** via Panama 102, Roma  
**Tipologia moduli e prodotti:** policristallini fino a 250 W, policristallini fino a 300 W, monocristallini fino a 260 W, Silver, Full Black  
**Capacità produttiva in MW:** 570 MW su scala mondiale  
**Produzione reale in MW nel 2013:** 120 MW in Europa  
**Produzione destinata al mercato italiano per il 2013:** 15 MW



**Indirizzo:** Munzinger Strasse 10, Freiburg, Germania  
**Tipologia moduli prodotti:** moduli per montaggio su tetto - Premium L mono, Premium L mono black, Premium L poly, XM mono black, Premium XM mono, Premium XM poly  
moduli per integrazione su tetto - Premium incell L mono, Premium incell L mono black, Premium incell L poly, Premium incell XM mono black  
**Capacità produttiva:** 210 MW



**Indirizzo:** via Santa Maria Valle 3, Milano  
**Tipologia moduli e prodotti:** Trinasmart è una soluzione integrata che ottimizza la potenza in uscita dei sistemi fotovoltaici, aumenta la sicurezza degli impianti, offre una messa in opera particolarmente rapida e richiede una quantità minore di componenti complementari. Con Trinasmart è possibile aumentare del 30% la quantità di moduli per stringhe, grazie alla tecnologia brevettata Smart Curve.  
Modulo PDG5: con due strati di vetro da 2,5 mm protegge le celle e riduce le microfratture  
**Capacità produttiva in MW:** 2,4 GW nel terzo trimestre 2013 - 3,8 GW attesi a fine 2014  
**Produzione reale del 2013 in MW:** 2,58 GW



**Indirizzo:** Schillerstr. 42-44, Frankfurt a.M., Germany  
**Tipologia moduli prodotti:** mono e policristallini (che includono i moduli senza cornice e i moduli neri)  
**Capacità produttiva:** 1.200 MW  
**Produzione reale del 2013:** 600 MW



**Indirizzo:** Solar Frontier K.K. Daiba Frontier Building 2-3-2 Daiba, Minato-ku, Tokyo  
**Solar Frontier Europe GmbH,** sede secondaria per l'Italia, via Domenico Cotugno 49/A scala B Bari  
**Tipologia moduli e prodotti:** moduli CIS  
**Capacità produttiva in MW:** 900 MW  
**Produzione reale in MW nel 2013:** 900 MW



**Indirizzo:** 12 Xinhua Road, New District, Wuxi, P.R.China  
**Tipologia moduli e prodotti:** moduli in silicio mono e policristallino  
**Capacità produttiva in MW:** 2.500 MW  
**Produzione reale in MW nel 2013:** 2.400 MW



**Indirizzo:** 3399 North Chaoyang Avenue Baoding, Cina  
**Indirizzo sede italiana:** Yingli Green Energy Italia, via Luca Gaurico 9/11, Roma  
**Tipologia moduli prodotti:** serie Panda 48 e 60 celle, moduli policristallini serie YGE 48 celle (da 190 a 210 W), serie YGE 60 celle (da 240 a 260 W), serie YGE 72 celle (da 290 a 310)  
**Capacità produttiva in MW:** 2.450 MW all'anno  
**Produzione reale del 2013 in MW:** 2.450 MW



**Indirizzo:** Headquarters - Zona Industrial, Apartado 17, Oliveira de Frades, Portogallo  
Italia, viale Montenero 32, Milano  
**Tipologia moduli e prodotti:** M Series 3R Plus da 230 a 260 Wp  
**Capacità produttiva in MW:** 50 MW/anno



**Indirizzo:** Global HQ - REC Solar ASA, Karenslyst allé 51 Skøyen, Oslo  
**EMEA HQ- REC Solar Germany GmbH,** Leopoldstr. 175, Monaco di Baviera  
**Tipologia moduli e prodotti:** moduli policristallini  
**Capacità produttiva in MW:** 940 MW (target 2014)  
**Produzione reale in MW nel 2013:** 806 MW



**Indirizzo:** via Vittime Civili di Guerra, Faenza  
**Tipologia moduli prodotti:** moduli fotovoltaici monocristallini con celle SunPower Maxeon con contatti sul retro  
Serie E20  
Serie X21  
**Produzione reale del 2013 in MW:** 1.200 MW (a livello di cella)



Sistemi per  
il **monitoraggio**  
**remoto** Selco Energy

Il vostro impianto **accessibile**  
sempre e dovunque



#### EnergyWebMonitor

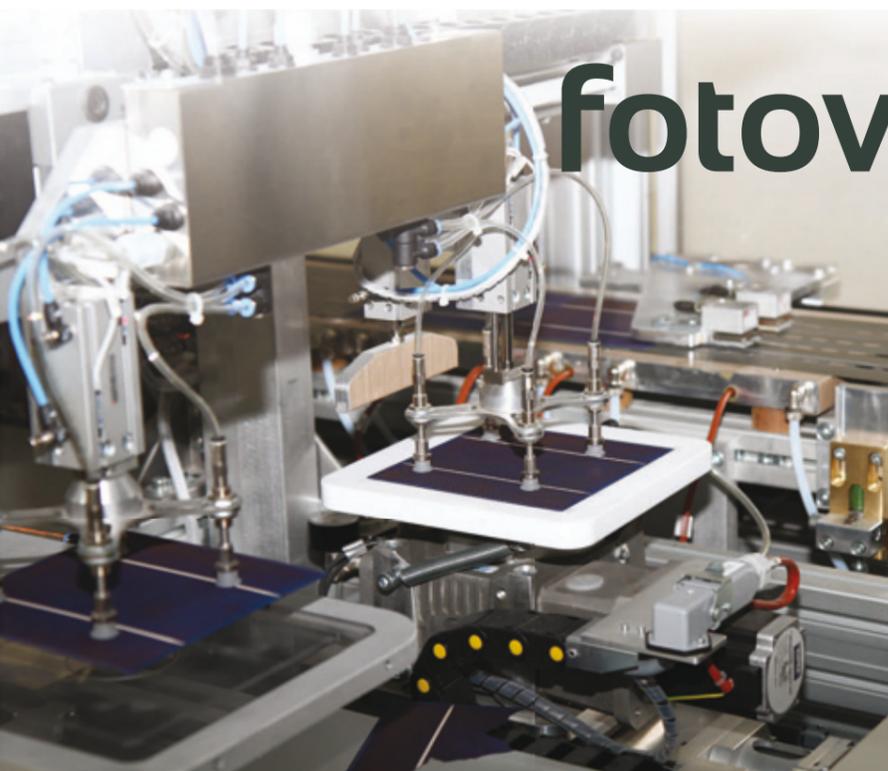
- Potenza **istantanea e di picco**
- Grafici** potenza prodotta
- Energia** totale prodotta
- Grafici energia** giornaliera / mensile / annuale
- Personalizzazione** del profilo



#### EnergyWebGuard

- Segnalazione anomalie** tramite e-mail o SMS
- Autodiagnostica** ogni 5 minuti
- Assistenza tecnica** remota
- Pianificazione interventi** manutentivi
- Geolocalizzazione**





# Super Solar, fotovoltaico a km zero

**INTEGRAZIONE FRA TECNOLOGIE E IMPORTANZA NELLA COMUNICAZIONE AL CLIENTE FINALE. SONO QUESTI I TRATTI CHE FANNO DELL'AZIENDA SUPERSOLAR, ATTIVA NELLA PRODUZIONE E NELL'INSTALLAZIONE DI MODULI FOTOVOLTAICI E COLLETTORI TERMICI, UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER IL RESIDENZIALE ITALIANO**

di Michele Lopriore

**U**na marcata attenzione alle esigenze del segmento residenziale e alla qualità dei prodotti, in un'ottica di integrazione e risparmio energetico. È questo il tratto distintivo di Solar Energy Group, azienda che con il marchio Super Solar opera nella produzione ed installazione di sistemi solari fotovoltaici e termici chiavi in mano.

Un cammino avviato nel 1982 e che, ad oggi, ha visto la vendita di oltre 55.000 impianti solari sul territorio italiano.

Solar Energy Group è inoltre una delle poche aziende sul mercato a gestire direttamente tutte le fasi di produzione dei moduli fotovoltaici senza ricorrere all'acquisto di prodotti semilavorati e con un controllo a 360 gradi sui processi produttivi, tutti altamente automatizzati. La società favorisce la cosiddetta "filiera corta", impiegando risorse e manodopera locale e servendo il mercato italiano con maggiore prossimità geografica all'azienda e alle sue filiali, garantendo al cliente l'acquisto di un prodotto a km zero.

L'impegno dell'azienda tocca anche l'aspetto consulenziale. Nel 2012 è stato inaugurato infatti il primo info point di Solar Energy Group, dedicato al supporto burocratico, alla consulenza pre-acquisto e all'assistenza dei propri clienti.

## PIÙ EFFICIENZA NEL RESIDENZIALE

Solar Energy Group si rivolge prevalentemente ad un target di utenze residenziali, grazie ad un'offerta integrata che consente di risparmiare sulla bolletta di gas e luce. «Cerchiamo di educare le famiglie a riorganizzare i consumi», spiega il direttore commerciale Gianni Commessatti, «per toccare quote di autoconsumo che si aggirano intorno al 70-80%». La soluzione offerta dall'azienda integra solare termico e fotovoltaico. Un esempio è il prodotto di punta SuperSolar Top7, grazie al quale l'azienda offre alle famiglie l'opportunità di ottimizzare il risparmio energetico all'interno delle abitazioni.

L'azienda commercializza inoltre le pompe di calore aria-acqua, realizzate con il marchio SuperSolar, e le pompe di calore tradizionali aria-acqua prodotte da Immergas, per integrazione al riscaldamento. Per rafforzare il concetto di risparmio energetico, l'azienda fornisce anche un servizio di consulenza al cliente finale, affrontando insieme agli utenti il check up energetico a partire dalle condizioni dell'abitazione, dai dispositivi utilizzati e dalle abitudini del nucleo familiare.

Inoltre è sempre in atto un'attenta comunicazione sul territorio dei benefici apportati dalle tecnologie che sfruttano le fonti rinnovabili attraverso diversi canali di promozione, che includono sagre, feste di



## L'AZIENDA

**Nome azienda:** Solar Energy Group Spa

**Marchio proprietario:** Super Solar

**Sede:** San Daniele del Friuli (UD)

**Anno di fondazione:** 1982

**Settori di attività:** solare termico e fotovoltaico

**Impianti realizzati:** oltre 60 mila, dei quali più di 10 mila fotovoltaici

**Dipendenti:** 70, più la rete di vendita, per un totale di circa 200 persone

**Fatturato 2013:** 15 milioni di euro

**www.supersolar.it**

paese e centri commerciali, eventi ed occasioni attraverso i quali si cerca di raggiungere il maggior numero di persone. Vengono organizzate inoltre conferenze in collaborazione con gli enti locali, durante le quali vengono approfondite le opportunità offerte dalla tecnologia solare.

## OBIETTIVI FUTURI

Per rafforzarsi nel segmento residenziale, Super Solar mira, entro il 2018, all'apertura di nuove filia-

li, all'ampliamento della rete vendita, all'estensione del portafoglio prodotti e a facilitare l'accesso ai finanziamenti per i clienti finali. Infine sono attualmente in corso studi di fattibilità, piani progettuali e avvio di accordi commerciali con i maggiori centri commerciali sul territorio per trasferire progressivamente tutte le sedi di filiale Solar Energy Group all'interno di spazi commerciali che possano garantire la massima visibilità e un consistente flusso di clientela.

## SOLUZIONE INTEGRATA SUPER SOLAR TOP7

**SUPER SOLAR TOP7 È IL PRODOTTO DI PUNTA DELL'AZIENDA CHE COMBINA UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO DA 3 KW, DEDICATO A SODDISFARE IL FABBISOGNO ELETTRICO, E UN PANNELLO TERMICO DA QUATTRO METRI QUADRI, PER LA PRODUZIONE DI ACQUA CALDA SANITARIA**



Studiato ad hoc per offrire, in un'unica formula, l'impianto termico e quello fotovoltaico già correttamente dimensionati e quindi soddisfare le esigenze di una famiglia media composta da 4-5 persone, questo sistema garantisce vantaggi in termini di risparmio sulla bolletta, possibilità di usufruire di agevolazioni fiscali e di incentivi, valorizzazione dell'immobile, minori emissioni di CO2 e la comodità di potersi confrontare con un interlocutore unico.

# Rafforzare le partnership

IL 19 E IL 20 MARZO SI SONO TENUTI IN PROVINCIA DI AREZZO, I POWER-ONE DAY, EVENTO ORGANIZZATO DALL'OMONIMA AZIENDA, IN COLLABORAZIONE CON TECNOSPOT, VOLTO AD OTTIMIZZARE LA PARTNERSHIP CON DISTRIBUTORI E INSTALLATORI. NOVITÀ TECNOLOGICHE, NORMATIVE E OBIETTIVI FUTURI SONO I TEMI TRATTATI IN OCCASIONE DELLA DUE GIORNI TOSCANA

**P**ower-One ha tenuto per il terzo anno consecutivo i Power-One Day, evento nato con l'obiettivo di mostrare alla rete di partner nuove tecnologie, scenari e opportunità future offerte dal mercato. Lo scorso 20 marzo, l'appuntamento annuale, tenuto in collaborazione con Tecnospot, ha visto una sessantina tra distributori e installatori partner che hanno partecipato all'evento presso il resort "Antica Tabaccaia" di Terranuova Bracciolini, in provincia di Arezzo. Ampio spazio è stato dedicato ai temi relativi all'integrazione fra tecnologie per il risparmio e l'efficientamento energetico, soprattutto in ambito residenziale, a seguito della fine degli incentivi dei vari Conto Energia e delle possibilità offerte dalla detrazione fiscale e dall'autoconsumo. Non solo; l'evento è stato anche l'occasione per illustrare i termini del passaggio di Power-One in ABB. La transizione del marchio avverrà il 1° maggio 2014, per garantire totale visibilità in occasione delle fiere Solarexpo e Intersolar. Le gamme Power-One e ABB saranno integrate in un'unica linea di prodotto, unificata con marchio ABB.

«L'unione dei due marchi», spiega Silvia Pieri, marketing communications manager area EMEA di Power-One, «è un fattore essenziale per il riconoscimento del brand aziendale, oltre che uno strumento imprescindibile per la creazione di un marchio forte e di successo».

E per l'azienda è importante investire nella comunicazione coi propri distributori proprio per presentare tutti i vantaggi delle soluzioni Power-One.

«Da sempre abbiamo puntato e investito sulla distribuzione considerandola uno strumento strategico di fondamentale importanza», spiega Riccardo Filosa, sales director di Power-One. «I rapporti di collaborazione e partnership che abbiamo stretto con molte aziende che operano nella nostra rete commerciale hanno dato, negli anni, ottimi frutti, e ci hanno permesso di dar vita ad una rete di distribuzione che ha una profonda conoscenza del mercato, un'elevata capacità di penetrazione e una presenza capillare sul territorio. Questo per noi è un patrimonio preziosissimo costruito con anni di lavoro e il cui valore è destinato a crescere in futuro. Siamo convinti che la scelta di aver puntato sulla distribuzione sia quella giusta ed in questa direzione continueremo ad investire per affrontare nel modo migliore le sfide che il mercato ci metterà di fronte».

## CAMBIAMENTO DI MENTALITÀ

Riccardo Frisinghelli, responsabile commerciale di Tecnospot, ha aperto la giornata del 20 marzo con la presentazione "Con noi il fotovoltaico farà ancora tanta strada". Frisinghelli ha spiegato al pubblico i benefici apportati dalle novità inserite nel portafoglio dei prodotti distribuiti, ideati per garantire un maggior efficientamento energetico, tra i quali sistemi di stoccaggio dell'energia e soluzioni per il monitoraggio dei carichi elettrici. «Siamo sicuri di aver esaudito le richieste di molti clienti che ci chiedevano di allargare il catalogo anche a prodotti per lo storage e per la supervisione dell'impianto», spiega Riccardo Frisinghelli, responsabile commerciale di Tecnospot. «Il nostro mercato si muove sempre di più verso l'integrazione fra tecnologie mirate ad utilizzare l'energia in modo efficiente. È necessario infatti un cambio di mentalità: dobbiamo condividere con i nostri partner il fatto che non è più sufficiente proporre il solo impianto fotovoltaico, ma l'ampia gamma di soluzioni per l'autoconsumo, come sistemi di storage e pompe di calore. L'obiettivo è proprio quello di divulgare al cliente



finale i benefici apportati dall'integrazione di queste tecnologie». A sostenere questo cambio di mentalità anche l'intervento "Le strade per il fotovoltaico nel 2014: efficienza-storage-Seu" di Errica Bianconi, responsabile corsi per energie rinnovabili ed efficienza energetica di Rener, che ha illustrato al pubblico le ultime novità relative a sistemi di accumulo, sistemi efficienti d'utenza e soluzioni per l'efficientamento energetico che, a partire dal 2015, potranno fare da traino all'intero mercato solare.

## AUTONOMIA ENERGETICA

Nella terza parte dell'incontro Power-One ha focalizzato l'attenzione sui nuovi prodotti che i distributori e gli installatori potranno proporre al cliente finale.

Tra questi, ampio spazio è stato dedicato al nuovo sistema React e ai sistemi di monitoraggio.

Il primo è un sistema di accumulo per il residenziale, disponibile sul mercato da fine 2013.

Si tratta di un inverter monofase da 4,6 kW grid connected e di una batteria agli ioni di litio da 2 kWh. «Rendere disponibile l'energia fotovoltaica quando richiesto è un grande passo verso la totale autonomia nel consumo energetico», ha dichiarato Paolo Casini, vice presidente marketing di Power-One. «Allo stesso tempo, i sistemi di accumulo per il residenziale richiedono che distributori e installatori collaborino più da vicino con i proprietari per calcolare i loro modelli di utilizzo di energia. In questo modo si può garantire che essi traggano pienamente vantaggio dai loro sistemi fotovoltaici e di accumulo energetico.

Ecco perché lavoreremo insieme ai nostri partner per stabilire strategie di vendita e strumenti per le nostre nuove soluzioni fotovoltaiche».

L'azienda ha infine presentato sistemi di monitoraggio Aurora Vision, ideati per offrire servizi di controllo tra cui gestione dei guasti al sistema, diagnostica, tracciabilità delle risorse, indice delle prestazioni e servizi di avviso, che consentono ai fornitori di servizi di gestione e manutenzione (O&M) di ottimizzare la potenza in uscita del sistema riducendo il più possibile i costi.



Guido Fiesoli, product manager director di Power-One spiega le opportunità future dai sistemi di storage



Riccardo Frisinghelli, responsabile commerciale di Tecnospot, azienda partner dell'evento

# seitron

## ELIOS: La gamma di regolatori per impianti solari termici



### Adattiamo il sole alle tue esigenze:

Seitron propone ai suoi clienti una gamma di regolatori solari sempre più ampia.

Fra le novità spiccano:

- **Elios Basic:** Regolatore solare a basso costo
- **Elios 25 Super Web** controllabile tramite internet
- **Elios Mini:** Regolatore ad incasso a 12V corrente continua che può essere alimentato direttamente da un pannello fotovoltaico

# 2015, anno del rilancio per il settore elettrico

UN'INDAGINE DI ANIE ENERGIA HA ANALIZZATO LE POSSIBILI EVOLUZIONI DEL MERCATO INTERNO DI INVERTER, SISTEMI DI ACCUMULO E COLONNINE DI RICARICA. SONO PREVISTI INCREMENTI DI FATTURATO FINO AL 20%

a cura di Gifi



Il 2015 sarà l'anno del rilancio del settore elettrico, con i sistemi di accumulo a fare da traino. Anie Energia prevede infatti per il prossimo anno incrementi di fatturato interno fino al 20% rispetto al 2013, dopo un 2014 ancora a due marce: una prima metà faticosa e una seconda metà nella quale si intravedono segnali di ripresa.

Questi i risultati dell'indagine svolta da Anie Energia per il biennio 2014-2015 su un campione rappresentativo di imprese del settore, con la quale vengono analizzati gli andamenti e le prospettive del mercato italiano di sistemi di accumulo (stazionari e automotive), inverter fotovoltaici (connessi alla rete e integrati con sistemi di accumulo) e colonnine di ricarica.

## LA SPINTA DI INVERTER E STORAGE

Secondo le imprese intervistate, il 2014 sarà ancora un anno difficile, ma i segnali di ripresa appaiono incoraggianti.

L'ottimismo è dovuto alle attese regolamentazioni del mercato elettrico in riferimento ai sistemi di accumulo e ai SEU (Sistemi Efficienti di Utenza). L'Aeeg e il GSE sono già al lavoro sulle nuove normative di riferimento, che dovrebbero essere pubblicate proprio

entro la prima metà dell'anno in corso. Più nel dettaglio, fanno ben sperare le prospettive di sviluppo dell'integrazione di inverter fotovoltaici con sistemi di accumulo stazionari, in una logica di ottimizzazione dell'autoconsumo per utenze residenziali e commerciali. Prospettive che sono principalmente collegate all'emanazione di:

- regolamenti attuativi del GSE sugli utilizzi degli accumuli in connessione alla rete;
- circolari sul regime fiscale dell'energia autoprodotta ed autoconsumata in ambito SEU.

Le previsioni di Anie Energia sono supportate anche dall'outlook positivo dei mercati finanziari, che spesso si rivelano precursori dei cambiamenti di direzione dei mercati produttivi.

Sistemi di accumulo stazionari e inverter fotovoltaici integrati con sistemi di storage sono i comparti del settore elettrico nei quali le imprese nutrono più fiducia. Il podio lo conquistano i primi, con un incremento di fatturato nel 2015 stimato fino al 20% dal 40% delle aziende e atteso dal 32% come addirittura superiore a questa quota. Per gli inverter integrati con sistemi di accumulo più di un terzo delle aziende prevede invece una crescita superiore al 10%.

## IL CAMPIONE

Il campione dell'indagine ha incluso una maggioranza di grandi imprese (61,4% del totale), ma è rilevante anche la presenza di piccole (13,6%) e medie imprese (25%). Oltre il 90% delle aziende intervistate risultano essere attive nel segmento della produzione componenti e sistemi, seguito da un 25% che rappresenta l'installazione di sistemi e impianti (considerando che un'unità imprenditoriale può essere operativa in più segmenti).

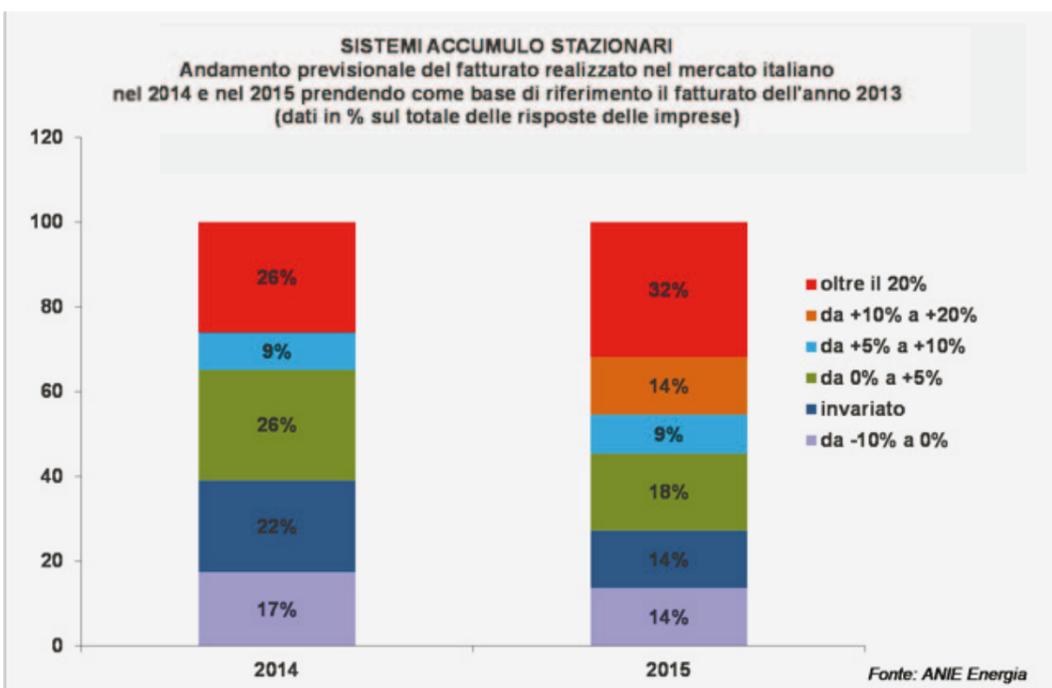
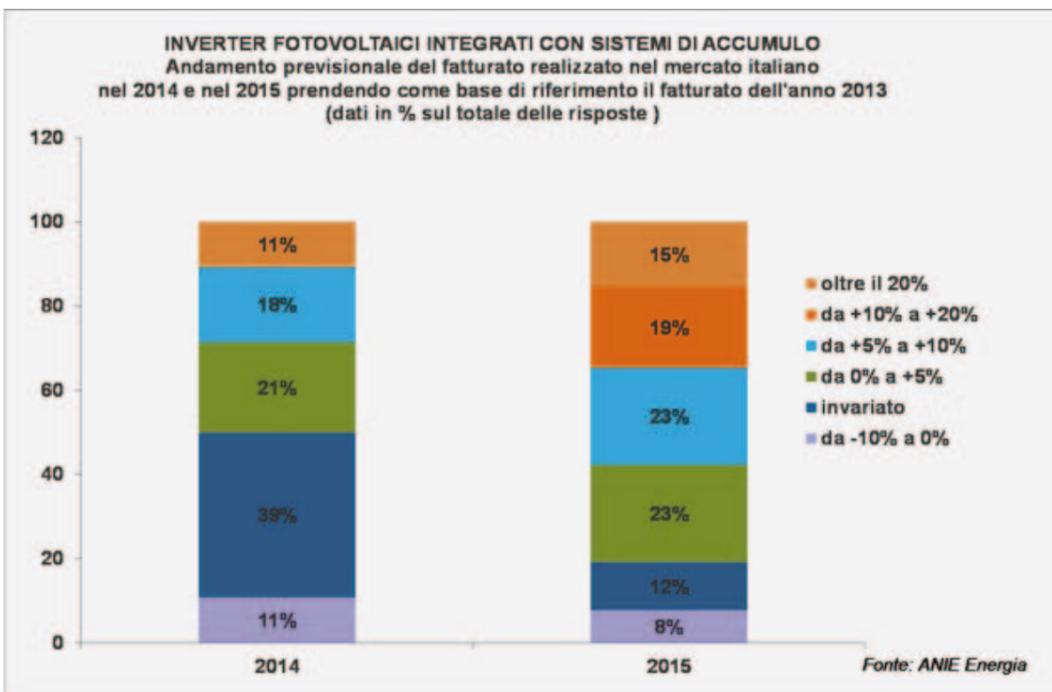
## I DATI DELL'INDAGINE

Guardando in specifico all'andamento degli inverter fotovoltaici connessi alla rete, un settore particolarmente penalizzato negli ultimi anni, le previsioni restano senza dubbio caute, ma incoraggianti. Per il 2015 più di un terzo delle aziende intervistate prevede, nel confronto con il 2013, un incremento del fatturato nel mercato interno fino al 10%. Il mercato degli inverter fotovoltaici conferma il ruolo determinante dei sistemi di accumulo: analizzando, infatti, l'andamento degli inverter integrati con questi sistemi, si nota come già per l'anno in corso le previsioni siano positive. La metà delle aziende prevede per il 2014 un aumento del fatturato interno fino al 20%, incremento che diventa ben più consistente (80% delle aziende) nel 2015. Il 23% delle imprese ipotizza infatti un incremento fino al 5%, un'analoga quota indica una crescita a un tasso compreso fra il 5% e il 10%, mentre circa il 35% delle imprese si spinge a prevedere una crescita superiore al 10% del fatturato. Specifica menzione va ai sistemi di accumulo stazionari che si guadagnano il ruolo di traino della ripresa prevista dalle aziende intervistate da Anie Energia. Nonostante la congiuntura critica emergono infatti alcune indicazioni di segno positivo già dal 2014: a testimonianza della dinamicità di questo segmento innovativo e ad alto contenuto tecnologico, il 26% delle imprese intervistate stima nell'anno in corso una crescita del fatturato interno superiore al 20%, che si somma ad un altro 35% per il quale l'incremento del fatturato raggiungerà il 20%. Ancora più positivo il sentiment del 2015 per il segmento dei sistemi di accumulo stazionari, secondo il quale il 32% delle imprese prevede una crescita di fatturato superiore al 20%.

## FIDUCIA ALLA MOBILITÀ

Più complicato l'orizzonte per i sistemi di accumulo dell'automotive. Su questo risultato si riflettono le criticità mostrate nel periodo più recente dal settore nel suo complesso, che penalizzano la domanda anche delle tecnologie più innovative. La contrazione del mercato influenza anche le previsioni per il 2015, per il quale tuttavia il 28% delle imprese arriva a prevedere una crescita del fatturato nazionale ad un tasso superiore al 10%.

Ma è il mercato della mobilità elettrica che vive le maggiori criticità, poiché risente della debolezza degli investimenti avviati dagli enti locali a causa degli stringenti vincoli di bilancio: sistemi di accumulo per veicoli elettrici, ma anche colonnine di ricarica presentano il 2014 come un anno di transizione, mentre nel 2015 si dovrebbe assistere a una decisa ripresa della sperimentazione e degli investimenti sia pubblici che privati. Guardando alla tecnologia delle colonnine di ricarica, secondo i dati forniti da Anie CSI - Componenti e Sistemi per Impianti, dopo un 2014 caratterizzato da un andamento di segno negativo o invariato, si intravedono per il prossimo anno spiragli di fiducia che portano il 37% delle aziende a credere in una crescita del fatturato interno, rispetto al 2013, tra il 5 e il 20%, fino ad arrivare ai più ottimisti (il 5% delle imprese intervistate) che stimano un incremento addirittura superiore.



# Più energia per l'allevamento friulano

**IN PROVINCIA DI PORDENONE, ESPE HA REALIZZATO UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO IN GRID PARITY PER L'ALLEVAMENTO ZARATTINI STEFANO SRL. SI STIMA CHE L'INSTALLAZIONE, COSTITUITA DA 520 MODULI FUTURA COLLEGATI AD UN INVERTER SOCOMEK, POSSA PRODURRE 137 MWH DI ENERGIA PULITA ALL'ANNO**

**L**e imprese agricole devono fronteggiare spesso gli elevati consumi energetici destinati ad alimentare i numerosi macchinari per lo svolgimento delle loro attività. È il caso dell'allevamento friulano Zarattini Stefano, che lo scorso ottobre aveva commissionato a Espe la realizzazione di un impianto fotovoltaico da 137 kWp sulle coperture del nuovo fabbricato di San Vito al Tagliamento, in provincia di Pordenone.

L'installazione, costituita da 520 moduli Futura collegati a un inverter trifase Socomec, è entrata in esercizio lo scorso 20 marzo 2014 e permetterà al committente di coprire il 45% del fabbisogno energetico. Si stima infatti che l'impianto potrà produrre 137 MWh circa di energia pulita. Di questi, l'80% verrà autoconsumata mentre il restante 20% sarà in regime di scambio sul posto.

Espe Impianti, che ha operato in qualità di EPC Contractor, ha fornito 520 moduli prodotti dall'azienda Futura di Cittadella, in provincia di Padova. I moduli policristallini occupano una superficie di 847 metri quadrati e sono stati scelti per resistenza ai carichi e per elevata efficienza. Grazie ad una attenta selezione dei materiali, questi prodotti mirano infatti a produrre una maggiore quantità di energia anche in

condizioni di basso irraggiamento.

I moduli sono stati installati grazie alle strutture di montaggio Espe Sunlope C. Questi supporti, realizzati in alluminio e ferro zincato a caldo, presentano robustezza e alla resistenza alla corrosione garantendo lunga vita d'esercizio riducendo in questo modo le operazioni di manutenzione risultano ridotte. Le soluzioni Espe Sunlope C sono inoltre progettate e

sviluppate per far sì che i tempi di montaggio siano rapidi e semplici. I 520 moduli Futura sono collegati a un inverter trifase Socomec P100TR, soluzione ideale per impianti collegati in bassa tensione con potenza di 100 kW. Oltre a presentare un rendimento del 97%, il prodotto è compatibile con tutte le tecnologie di moduli fotovoltaici e con una vasta gamma di configurazioni di stringa.

*L'impianto fotovoltaico da 137 kWp consentirà alla Zarattini Stefano di coprire il 45% del fabbisogno energetico dell'allevamento*

## LA SCHEDA

**Località d'installazione:** San Vito al Tagliamento (PN)

**Committente:** Zarattini Stefano S.r.l.

**Installatore:** Espe Impianti

**Tipologia di impianto:** su copertura

**Potenza dell'impianto:** 137 kWp

**Produttività impianto:** 137 MWh/annui circa

**Numero e tipo di moduli:** 520 moduli policristallini Futura da 250 W

**Numero e tipo di inverter:** 1 inverter Socomec

Sunsys P100TR

**Superficie ricoperta:** 847 mq



  
**Con noi**  
**IL FOTOVOLTAICO**  
**FARÀ ANCORA**  
**tanta strada**

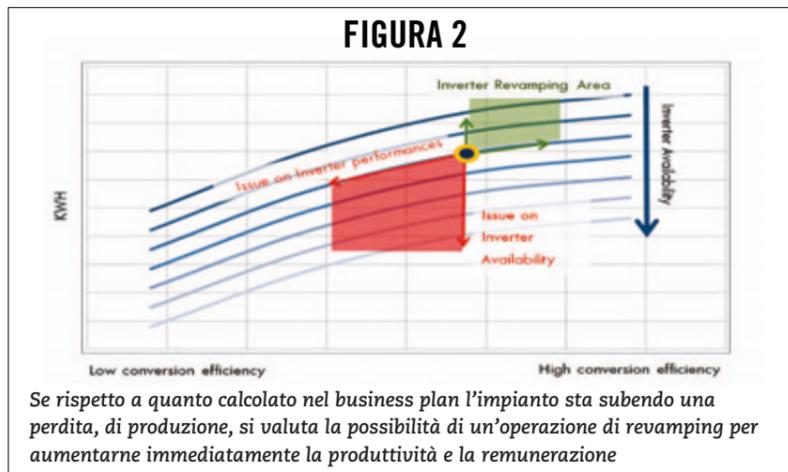
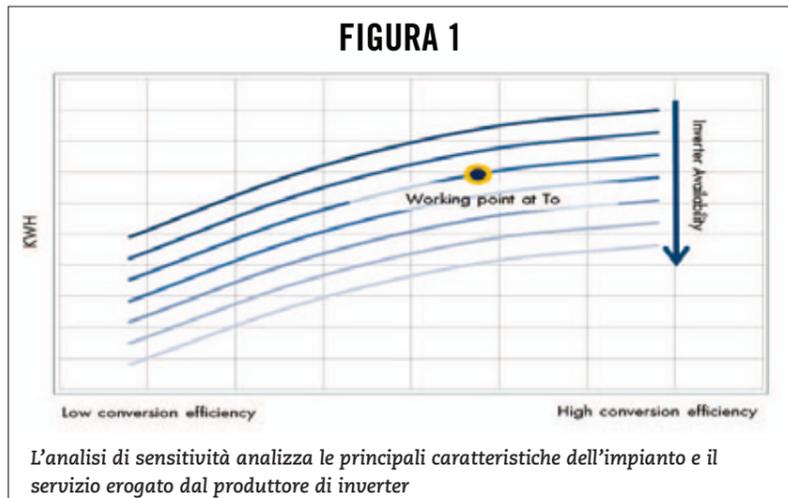


Quest'anno **Tecno Spot** ha dato il via a una **convention itinerante che coprirà tutta l'Italia e arriverà a pochi passi da te.** L'obiettivo è creare un legame sempre più stretto con le realtà che operano sul territorio e instaurare con loro un rapporto sempre più proficuo. Le condizioni sono cambiate, ma, per chi sa come sfruttarle, le potenzialità del mercato fotovoltaico sono ancora tante e tutte molto interessanti.

**Per conoscere le tappe del nostro viaggio, contatta il tuo agente di zona o chiamaci al numero 0474/375050**

# Revamping, un nuovo mercato per il fotovoltaico italiano

LA SOSTITUZIONE DI UN INVERTER NON PIÙ PERFORMANTE PUÒ AUMENTARE LA PRODUTTIVITÀ DELL'INTERO IMPIANTO FINO AL 15% IN PIÙ. ECCO L'ESEMPIO DI SMA



Il mercato fotovoltaico italiano è ancora un mercato attivo. Con 18 GWp di potenza, il Paese occupa la seconda posizione a livello globale, dopo la Germania, come potenza installata sul territorio. Tuttavia, nonostante stiano diminuendo le nuove installazioni fotovoltaiche di svariati MW, c'è un altro segmento di business che sta prendendo piede: il revamping, ovvero la "ristrutturazione" di impianti fotovoltaici già esistenti. Si tratta di un processo di rigenerazione dell'impianto che ne permette la revisione e la ristrutturazione con l'obiettivo di estenderne la vita utile e aumentarne la produttività. Effettuare il revamping di un impianto significa superare i limiti progettuali e tecnologici che lo hanno caratterizzato nel passato,

integrando il progetto originale con soluzioni attuali e all'avanguardia. L'ammodernamento degli impianti fotovoltaici esistenti è sicuramente meno costoso di un'installazione ex novo e permette un migliore risultato complessivo, poiché si conoscono già alcune peculiarità dell'impianto specifico. Pioniera in questo tipo di operazioni è SMA Italia. Grazie a una struttura integrata e a un servizio di assistenza tecnica professionale che opera su tutto il territorio italiano, l'azienda è intervenuta su una vera e propria ristrutturazione e su un miglioramento dell'efficienza di diversi impianti. «Siamo in contatto con un numero crescente di investitori che ha nel portfolio impianti con tecnologia non performante, in molti casi acquistata nel momento di picco del fotovoltaico in Italia», afferma Attilio Bragheri, responsabile della divisione Power Plant Solutions che si occupa di grandi impianti fotovoltaici. «Un recente studio effettuato su una base installata di diverse decine di MW ha evidenziato come i malfunzionamenti dell'inverter siano responsabili di oltre il 69% dei guasti per mancata produzione dell'intero impianto fotovoltaico. Ciò vuol dire che se le performance di un inverter non sono adeguate, l'intero business plan dell'investimento ne risente». In questo contesto, si inserisce e si rende necessaria l'operazione di revamping: sostituendo l'inverter, si ha un impatto diretto e rapido sull'IRR dell'impianto e si aumenta immediatamente il valore sul mercato secondario del fotovoltaico.

## COME SI EFFETTUA UN'OPERAZIONE DI REVAMPING

L'analisi effettuata da SMA Italia prima di ogni operazione di revamping prende in esame due principali caratteristiche dell'impianto: la qualità degli inverter e il servizio erogato dal produttore di inverter, direttamente correlato alla producibilità e alla remunerazione dell'impianto (figura 1). Se rispetto a quanto calcolato nel business plan iniziale si nota che l'impianto sta subendo una perdita di produzione, vuol dire che le performance dell'inverter non sono in linea con quelle attese. Ciò può dipendere sia da una perdita nell'efficienza di conversione del prodotto sia da una diminuzione della disponibilità operativa dell'inverter, legata ai servizi di assistenza tecnica del produttore di inverter. In questo caso, la produzione dell'impianto si attesta a un valore molto minore rispetto a quanto preventivato nel business plan: questo significa che si

hanno dei mancati guadagni a causa del malfunzionamento di un componente chiave. Per sopperire alla perdita di produzione e quindi di guadagno, andando ad impattare direttamente e rapidamente sull'IRR dell'impianto, SMA valuta, in collaborazione con il cliente, la possibilità di effettuare un'operazione di revamping, ovvero la sostituzione dell'inverter: così facendo, si aumenta immediatamente la produzione dell'impianto, e quindi la remunerazione, e il valore sul mercato secondario del fotovoltaico (figura 2).

## UN CASO CONCRETO

Tra le operazioni di revamping già effettuate da SMA Italia, una di grande successo è stata quella della sostituzione dell'inverter in un impianto da 1 MW a terra, situato nel Nord Italia. Gli inverter precedentemente installati erano ancora funzionanti, ma le prestazioni erano piuttosto basse. Inoltre, a causa del fallimento del produttore degli inverter, il gestore non poteva contare su un servizio di assistenza tecnica, ma doveva provvedere lui stesso alla manutenzione dell'impianto. A due anni e mezzo dall'installazione, quindi, lo scenario che si aveva di fronte era quello di un impianto che, sebbene ancora funzionante, produceva circa il 6% in meno rispetto a quanto calcolato nel business plan e quindi subiva una perdita economica non di poco conto. A lungo termine, il discostamento della produzione effettiva rispetto al business plan, e quindi il conseguente mancato guadagno, era destinato ad aumentare. L'operazione di revamping, seguita interamente da SMA Italia, ha invertito questo trend negativo. L'intervento di sostituzione dell'inverter è stato eseguito durante la notte, ovvero in un momento in cui l'impianto non era produttivo e non si rischiava di causare ulteriori fermi di produttività. Il commissioning, ovvero l'allaccio dell'impianto, è stato invece effettuato durante le prime ore del mattino, garantendo così la messa in parallelo dell'impianto già dalle 9. Seguendo quella che era la struttura e il dimensionamento originario dell'impianto, sono stati installati due inverter SMA Sunny Central CP, ciascuno con potenza da 500 kW. L'inverter centralizzato, che raggiunge un'efficienza pari al 98.6%, garantisce rendimenti elevati: in particolare, l'eliminazione del trasformatore integrato (bassa-bassa) permette di aumentare la resa dell'impianto, risparmiando un'ulteriore conversione; ne consegue una riduzione dei costi specifici del prodotto. ☀

Sistema di montaggio per Pareti Fotovoltaiche | Green Building | Riquilificazione energetica degli edifici

**Solar Retrofit** 

Il principale vantaggio di **Solar Retrofit** è l'efficienza

- > Inclinazione ottimale
- > Riflettore di luce
- > Ventilazione posteriore



Modello lungo



Modello corto



# Sul 4° C.E., TAR contro GSE

**IL TAR LAZIO HA ACCOLTO ALCUNI RICORSI DA PARTE DI PROPRIETARI DI IMPIANTI FOTOVOLTAICI CONTRO I PROVVEDIMENTI DEL GSE DI DECADENZA DALLE TARIFFE INCENTIVANTI DEL QUARTO CONTO ENERGIA, SPIEGANDO CHE, PER ACCEDERE ALLE RELATIVE TARIFFE, ERA NECESSARIO CHE ALLA DATA DEL 26 AGOSTO 2012, L'IMPIANTO FOSSE COLLEGATO IN PARALLELO CON IL SISTEMA ELETTRICO, MA NON CHE LO STESSO AVESSSE INIZIATO A PRODURRE ENERGIA**

**M**olto spesso nel nostro Paese si assiste a casi di giustizia negata e purtroppo questo fenomeno riguarda tutti i settori del diritto, senza eccezioni.

Tuttavia, per quanto riguarda il contenzioso amministrativo relativo alla realizzazione di impianti fotovoltaici, si può affermare che, nel loro complesso, le decisioni assunte dai Tribunali Amministrativi Regionali e dal Consiglio di Stato stanno avendo l'effetto di tutelare adeguatamente i diritti e gli interessi legittimi degli operatori.

Già in altre occasioni sono state affrontate su questa rivista tematiche in relazioni alle quali il Giudice Amministrativo non ha avuto remore nello sconfessare l'interpretazione fornita dal GSE e da altre autorità amministrative chiamate ad esprimersi sulle istanze presentate da soggetti interessati alla realizzazione di impianti fotovoltaici ed all'accesso agli incentivi ad essi connessi.

E' quanto è successo anche di recente con una serie di sentenze con cui il TAR Lazio ha accolto i ricorsi proposti avverso i provvedimenti con i quali il GSE aveva annullato alcune proprie precedenti decisioni di ammettere alle tariffe incentivanti previste dal D.M. 5 maggio 2011 (c.d. "Quarto Conto Energia") i soggetti richiedenti.

Si trattava di una serie di situazioni del tutto analoghe, i cui elementi essenziali possono essere sintetizzati nei termini seguenti.

## LE PREVISIONI DEL "QUARTO CONTO ENERGIA"

A norma dell'articolo 3 del "Quarto Conto Energia", la data di entrata in esercizio dell'impianto fotovoltaico coincide con la data a decorrere dalla quale si è verificata una serie di condizioni, tra le quali l'intervenuto collegamento in parallelo con il sistema elettrico dell'impianto stesso.

Ai fini dell'accesso agli incentivi del "Quarto Conto Energia" la data di entrata in esercizio avrebbe dovuto essere antecedente al 26 agosto 2012.

In alcuni casi in cui gli interessati avevano dichiarato che l'impianto era entrato in esercizio prima di questa data (e conseguentemente erano stati ammessi agli incentivi del "Quarto Conto Energia") il GSE aveva disposto una verifica dalla quale era emerso che a quella data gli impianti in questione non producevano energia e dunque, secondo l'interpretazione del GSE, non potevano considerarsi in esercizio.

Ragion per cui, con riferimento agli impianti oggetto di tale verifica, il GSE aveva dichiarato la decadenza dall'accesso alle tariffe incentivanti di cui al D.M. 5 maggio 2011 ed aveva provveduto all'annullamento in autotutela del provvedimento di ammissione alle tariffe stesse.

Il Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio ha però disatteso tale interpretazione dell'art. 3 comma 1 lett. c) del D.M. 5 maggio 2011 e ha accolto i ricorsi presentati dai soggetti che erano stati privati dell'accesso alle tariffe incentivanti mediante i provvedimenti di cui sopra.

Nei provvedimenti di decadenza dall'ammissione alle tariffe incentivanti previste per il "Quarto Conto Energia" il GSE aveva sostenuto che, sulla base di quanto previsto dai precedenti conti energia (articolo 2 comma 1 lett. h) del D.M. 11 novembre 1999; articolo 2 comma 1 lett. l del D.M. 24 ottobre 2005, articolo 2 comma 1 lett. m del D.M. 18 dicembre 2008) e dalle norme tecniche Unipede (Unione Internazionale dei Produttori e Distributori di energia elettrica) nel documento "Terminologia impiegata nelle statistiche dell'energia elettrica", si evincerebbe chiaramente che la data di entrata in esercizio di un impianto è quella in cui si ve-

rifica il primo funzionamento dell'impianto in parallelo con il sistema elettrico.

Il TAR Lazio non ha ritenuto tuttavia condivisibili i rilievi mossi dal GSE nei provvedimenti in questione.

In proposito il TAR ha anzitutto osservato che l'accesso alle tariffe incentivanti del "Quarto Conto Energia" è disciplinato in maniera esaustiva dal D.M. 5 maggio 2011, il quale contiene anche la definizione di data di entrata in esercizio dell'impianto.

In tale definizione il requisito previsto del collegamento in parallelo con la rete elettrica non contempla l'ulteriore condizione della produzione di energia a quel momento ai fini dell'accesso alle tariffe incentivanti previste dal "Quarto Conto Energia".

## COSA E' CAMBIATO CON IL "QUINTO CONTO ENERGIA"

Lo stesso TAR Lazio ha rilevato che secondo le previsioni del D.M. 5 luglio 2012, relativo al "Quinto Conto Energia", l'entrata in esercizio dell'impianto presuppone anche che l'impianto abbia iniziato a produrre energia.

La disciplina del "Quinto Conto Energia" tuttavia è completamente diversa da quella prevista per il "Quarto Conto Energia" dal sopra citato articolo 3 del D.M. 5 maggio 2011, in quanto la prima è del seguente letterale tenore: "data di entrata in esercizio di un impianto fotovoltaico: è la data in cui si effettua il primo funzionamento dell'impianto in parallelo con il sistema elettrico, comunicata dal gestore di rete e dallo stesso registrata in GAUDI" (sistema di Gestione delle Anagrafiche Uniche degli Impianti, che consente agli operatori di comunicare per via telematica tutti i dati anagrafici e tecnici degli impianti e delle unità produttive).

Con la conseguenza che tale definizione, secondo quanto precisato dal TAR Lazio, riguarda evidentemente soltanto gli impianti entrati in esercizio successivamente al 26 agosto 2012, per i quali sono previste le tariffe incentivanti del "Quinto Conto Energia".

## I PRINCIPI SANCITI DAL TAR LAZIO

In sostanza, secondo quanto statuito dal TAR, ai fini dell'ammissione agli incentivi previsti per ciascun conto energia occorre far riferimento unicamente alla normativa prevista dal relativo decreto e non a quella prevista per i conti energia precedenti o successivi.

Poco importa dunque che tanto i conti energia precedenti quanto quello successivo al quarto contenessero una definizione di entrata in esercizio che contemplava quale condizione necessaria anche la contestuale produzione di energia elettrica.

A detta del TAR, ciò che conta ai fini dell'ammissione alle tariffe incentivanti previste dal "Quarto Conto Energia" sono unicamente le previsioni contenute nel relativo decreto che, come precisato, non richiedeva, ai fini della sussistenza dei requisiti necessari per considerare realizzata l'entrata in esercizio dell'impianto, l'ulteriore presupposto relativo all'effettiva produzione di energia elettrica



**Riccardo Marletta,**  
avvocato in Milano

a tale data.

Quanto alla terminologia Unipede, il TAR Lazio ha altresì rilevato che il documento tecnico in questione non riguarda gli impianti fotovoltaici e che pertanto, anche sotto questo profilo, risulta infondata la pretesa di applicare le relative previsioni a fattispecie riguardanti l'ammissione alle tariffe incentivanti del "Quarto Conto Energia".

Peraltro, secondo quanto precisato dallo stesso TAR Lazio, il documento tecnico Unipede si riferisce al "primo parallelo con la rete", inteso quale "funzionamento" in parallelo, ma non afferma in alcun modo che "il primo collegamento in parallelo deve necessariamente coincidere con il primo funzionamento in parallelo, essendo all'evidenza due concetti chiaramente distinti". A ciò si aggiunga che, nei casi in esame, gli interessati avevano dimostrato, attraverso il deposito della dichiarazione di conferma di allacciamento sottoscritta anche da tecnico incaricato di Enel Distribuzione e la schermata del portale Gaudi, che antecedentemente al 26 agosto 2012, l'impianto doveva considerarsi a tutti gli effetti in tensione ed era in esercizio. Nell'ambito dei giudizi in questione, il GSE ha sostenuto che la dichiarazione di conferma di allacciamento dimostrerebbe soltanto la corrispondenza fra i dati comunicati dal richiedente nel portale GAUDI e lo stato dei luoghi, ma che non avrebbe alcuna rilevanza in ordine alla dimostrazione della circostanza che a quella data l'impianto fosse collegato alla rete.

In proposito il TAR ha rilevato che dalla documentazione sottoscritta da Enel Distribuzione in realtà risulta chiaramente che alla data del 26 agosto 2012 l'impianto era collegato alla rete.

Tale circostanza, a detta dei Giudici amministrativi, configura "senz'altro un ragionevole affidamento del richiedente in ordine alla regolarità, sotto tale profilo, della sua domanda ed alla legittima aspettativa a percepire le tariffe incentivanti del Quarto Conto". La conclusione vale a maggior ragione, secondo quanto chiarito dallo stesso TAR Lazio, per gli impianti che, alla data del 26 agosto 2012 avevano prodotto un quantitativo, seppur minimo, di energia.

Si tratta ora di vedere se il GSE accetterà le decisioni del TAR Lazio o se riterrà di ricorrere in appello davanti al Consiglio di Stato per ottenere la riforma delle sentenze in commento.

**Riccardo Marletta, avvocato in Milano**  
riccardo.marletta@studiolegalebelvedere.com  
www.studiolegalebelvedere.com

# Fotovoltaico: opportunità di investimento nel residenziale

**NEL BIENNIO 2012-2014, LA GRADUALE RIDUZIONE DELLE TARIFFE INCENTIVANTI E LA POSSIBILITÀ DI ACCEDERE ALLA DETRAZIONE FISCALE HA FAVORITO LO SVILUPPO DEI PICCOLI IMPIANTI, SOPRATTUTTO IN AMBITO RESIDENZIALE. A QUESTO SI AGGIUNGE LA VOLONTÀ DI TAGLIARE I COSTI IN BOLLETTA E L'AZIONE DI TUTELA AMBIENTALE**

di Federica Cucchiella e Idiano D'Adamo

La generazione di elettricità, calore e biocarburanti da fonti rinnovabili ha acquisito un ruolo strategico nelle politiche energetiche di molte Nazioni. In particolare il settore fotovoltaico, rappresentando un'importante opportunità d'investimento, ha attirato e continua ad attirare l'attenzione del mondo accademico, manageriale e del decisore pubblico chiamato ad effettuare un contemperamento tra sviluppo economico e protezione ambientale.

Un'analisi del settore fotovoltaico, basata su indicatori energetici, ambientali, economici e sociali, ha evidenziato come tale settore possa rappresentare una scelta sostenibile. La Commissione Europea attua politiche finalizzate al conseguimento di un duplice obiettivo: da un lato responsabilizzare i consumatori, dall'altro favorire strategie tese ad incrementare i livelli di autoconsumo dell'energia fotovoltaica generata.

## DATI STATISTICI

L'osservazione dei dati relativi al mercato mondiale evidenzia una costante crescita del settore con una potenza cumulata installata a fine 2013 di 138 GW, in particolare è da rilevare che:

- una quota pari all'83% di tale potenza è stata installata nell'ultimo quadriennio;
- una quota pari al 72% è localizzata in cinque Paesi, rispettivamente Germania (25,8%), Cina (14,2%), Italia (12,9%), Giappone (10,0%) e Usa (8,7%);
- focalizzando l'attenzione al 2013, il 62% della potenza è stata installata in Cina, Giappone e Usa;
- sul territorio nazionale, la produzione elettrica derivante da tale fonte è pari all'8% se riferita alla potenza nazionale e al 7% se riferita al consumo nazionale (nel 2010 entrambe i valori si attestavano ad un livello inferiore all'1%);
- la Puglia è la Regione con il maggiore tasso di potenza installata (14%) e, nonostante il Sud presenti i valori di insolazione più elevati del territorio nazionale, è seguita da Regioni settentrionali quali la Lombardia (11%), l'Emilia Romagna (10%), il Veneto (9%) e il Piemonte (8%) – Figura 1;
- nel 2013 il 33% della potenza installata si è concentrata in Emilia Romagna, Veneto e Lombardia;
- le Marche, la Puglia e la Basilicata hanno i maggiori valori di potenza installata per unità di abitante.

## METODOLOGIA

Nel presente articolo si vuole analizzare la profittevolezza d'investimenti da fonte fotovoltaica riferiti al settore residenziale nel periodo 2012 – 2014, la metodologia usata è quella del Discounted Cash Flow. Studi di letteratura scientifica individuano nel Net Present Value (NPV) l'indicatore finanziario più utilizzato in tali analisi. Lo sviluppo economico è un obiettivo principale che dovrebbe essere conseguito nel rispetto dei principi di protezione ambientale, tuttavia potrebbe esservi un'apparente dicotomia tra le due finalità. In termini di investimento nel settore fotovoltaico la massimizzazione economica induce a dimensionare un impianto con la finalità di massimizzare il NPV dell'investimento. In un'ottica esclusivamente ambientale il dimensionamento deve essere tale da realizzare impianti autosufficienti nel corso dell'intera vita utile. La modellizzazione seguente (formule da (1) a (6)) descrive il modello individuato per definire il dimensionamento ottimale di un impianto fotovoltaico sotto le due

ipotesi – economica ed ambientale. Dalla successiva analisi dei risultati stimati si è verificato se, e sotto quali condizioni, vi è coincidenza in termini di redditività tra i due principi di massimizzazione. Infine, poiché in un mercato privo d'incentivi la redditività è fortemente legata alla quota di autoconsumo, su tale variabile è stata condotta un'analisi di sensibilità per gli impianti installati nel 2014.

$$\max \sum_{i=1}^T \sum_{j=1}^{H_i} K_i (p_{ij}^S x_{ij}^S + p_{ij}^C x_{ij}^C - p_{ij}^P x_{ij}^P) - C_z \quad (1)$$

in cui si procede alla definizione delle variabili  $x^S$ ,  $x^C$ ,  $x^P$ ,  $Z$  nel rispetto dei seguenti vincoli:

$$x_{ij}^C + x_{ij}^P \geq D_{ij} \quad (i = 1, \dots, T; j = 1, \dots, H_i) \quad (2)$$

$$x_{ij}^C + x_{ij}^S < E_{ijz} \quad (i = 1, \dots, T; j = 1, \dots, H_i) \quad (3)$$

$$x_{ij}^C, x_{ij}^P, x_{ij}^S \geq 0 \quad (i = 1, \dots, T; j = 1, \dots, H_i) \quad (4)$$

$$0 \leq z \leq \bar{z} \quad (5)$$

$$\sum_{i=1}^{20} E_{ij} \geq \sum_{i=1}^{20} D_{ij} \quad (6)$$

## INPUT

L'individuazione dell'impianto ottimale (tanto sotto il profilo economico che ambientale) richiede la definizione di alcune variabili di input, tra queste i livelli di domanda e di offerta di energia dipendono da una serie di variabili che a loro volta possono assumere più di un valore. Affinché sia ammissibile procedere ad una generalizzazione dei risultati ottenuti, sono state considerate tutte le possibili combinazioni dei dati di input giungendo a definire, ed analizzare, 256 scenari. In riferimento all'arco temporale, i periodi di riferimento analizzati

sono cinque: i due semestri del 2012 in cui si poteva accedere al IV Conto Energia (CE), i due semestri del 2013 in cui si poteva accedere al V CE e il periodo del 2013 in cui era possibile accedere alla detrazione fiscale del 50%. I parametri economici sono strettamente correlati al periodo di analisi, in particolare variano i costi di investimento, il prezzo di vendita dell'energia elettrica ed il prezzo di acquisto dell'elettricità.

## RISULTATI

Il NPV, tanto nel caso in cui il dimensionamento dell'impianto è stimato sotto il principio di massimizzazione economica quanto in quella ambientale, è positivo per tutti gli scenari, pertanto la profittevolezza di un investimento in energia fotovoltaica è sempre verificata. Tuttavia, quando le politiche pubbliche a supporto di tale fonte rinnovabile, trovano manifestazione in un sistema incentivante, il dimensionamento ottimale (ed il relativo NPV dell'investimento) si differenzia in base al principio di massimizzazione adottato. L'adozione di politiche basate, invece, sul sistema di detrazione fiscale, fanno registrare dei NPV tendenzialmente analoghi sia sotto l'ipotesi di massimizzazione economica che sotto quella di massimizzazione ambientale. In particolare, i 256 scenari sono stati analizzati sotto i due principi di massimizzazione e sotto 3 diverse ipotesi di politiche di supporto. Ne è emerso uno scostamento tra il livello di profittevolezza degli investimenti in:

- 229 casi (89%) con il IV CE;
- 223 casi (87%) con il V CE;
- 67 casi (26%) con la detrazione fiscale.

Poiché l'analisi è riferita ad investimenti nel settore residenziale, il range dimensionale degli impianti è compreso nell'intervallo 1-31 kW, al riguardo deve essere evidenziata una distorsione nei risultati in condotta dal fatto che la struttura incentivante tende a favorire alcuni dimensionamenti poiché, in corri-

## GLOSSARIO

$p_{ij}^P$	Prezzo di acquisto dell'elettricità al tempo j nel periodo i (€/kWh)	$i=1, \dots, T; j=1, \dots, H_i$
$p_{ij}^S$	Prezzo di vendita dell'elettricità (€/kWh)	$i=1, \dots, T; j=1, \dots, H_i$
$x_{ij}^P$	Quantità di elettricità acquistata dalla rete (kWh)	$i=1, \dots, T; j=1, \dots, H_i$
$x_{ij}^S$	Quantità di elettricità venduta alla rete (kWh)	$i=1, \dots, T; j=1, \dots, H_i$
$x_{ij}^C$	Quantità di elettricità auto-consumata (kWh)	$i=1, \dots, T; j=1, \dots, H_i$
$D_{ij}$	Elettricità richiesta dagli utenti (kWh)	$i=1, \dots, T; j=1, \dots, H_i$
$C$	Costi di investimento e costi operativi del sistema PV (€/year)	
$E_{ij}$	Elettricità generata dal sistema PV	$i=1, \dots, T; j=1, \dots, H_i$
$z$	Capacità del sistema PV (kW)	
$\bar{z}$	Limite superiore della capacità del sistema PV (kW)	
$T$	Numero di periodi	
$H_i$	Numero di ore	
$K_i$	Numero di giorni	

spondenza di alcune taglie soglia, viene corrisposto un valore incentivante unitario maggiore. Pertanto, anche se in taluni casi il fabbisogno energetico richiederebbe un dimensionamento superiore, si opta per la soluzione che consente di conseguire la massimizzazione del rendimento economico, a discapito della massimizzazione ambientale che invece imporrebbe un dimensionamento dell'impianto tale che lo stesso sia in grado di fronteggiare la domanda di energia per tutta la durata dell'investimento. Il quadro che emerge sul territorio nazionale, descrive un settore residenziale caratterizzato da installazioni d'impianti insufficienti a garantire l'autosufficienza energetica e la conseguente minimizzazione del ricorso all'impiego di fonti fossili. Un'analisi di sensibilità consente di quantificare il grado di dipendenza dei risultati stimati dalle ipotesi di scenario. Per quanto attiene agli investimenti in fonti fotovoltaiche, l'analisi è stata effettuata in base ai parametri inerenti la politica pubblica a supporto dell'investimento ed il numero di utenti che compongono il nucleo familiare - Figura 2. Nel 2014 sono previsti vari scenari in funzione della detrazione fiscale pari al 36% (Df\_36%) o 50% (Df\_50%) e del costo di investimento unitario pari a 2.000 €/kW (Inv\_2.0) o 1.800 €/kW (Inv\_1.8).

Gli investimenti realizzati con supporti pubblici basati su politiche incentivanti sono caratterizzati da una maggiore redditività, sia se confrontati con l'attuale quadro di riferimento sia se riferiti alle future opportunità di investimento. Il divario è particolarmente pronunciato se operato con il IV CE, dove il contributo era elargito in funzione dell'energia prodotta dall'impianto.

Altro dato rilevante, che attira l'attenzione di tutti gli operatori di settore, è rappresentato dalla relazione tra la profittabilità dell'investimento e la quota di energia destinata ad autoconsumo, pertanto di seguito si illustrano i risultati dell'analisi di sensibilità basata su tale variabile. Le condizioni operative definite alla base dei risultati precedenti delineano una tendenza, da parte dei consumatori, ad avanzare una domanda energetica che si attesta sui livelli di offerta facendo registrare percentuali di autoconsumo sempre molto elevate. Una serie di motivazioni, che non vanno ricercate esclusivamente nell'assenza di responsabilità verso la preservazione dell'ambiente, fanno emergere un quadro che si discosta da tale scenario. I risultati in Tabella 1 sono relativi ad un investimento che vede la realizzazione nel 2014 in un regime di detrazione fiscale fissato al 50%, il costo di investimento unitario è esaminato nelle due ipotesi 2.000 €/kW (Inv\_2.0) o 1.800 €/kW (Inv\_1.8), il consumo per singolo utente è fissato pari a 1.150 kW ed è considerato costante lungo l'intero arco della vita utile e la percentuale di autoconsumo è valutata pari al 30%. In base a tali ipotesi, in funzione del numero di utenti (2, 4, 8 e 16) la potenza dell'impianto è rispettivamente pari a 1,9 kW, 3,7 kW, 7,3 kW e 14,6 kW.

Le stime evidenziano la convenienza collegata a tale investimento ed, inoltre, la stretta relazione tra il risultato finanziario e la quota di energia destinata ad autoconsumo. Rispetto alle stime precedenti, i NPV presentano dei valori inferiori, il risultato è connesso al dimensionamento degli impianti che si attesta su livelli particolarmente più ridotti: tendenzialmente le capacità produttive dell'impianto sono dimezzate ed il dato è connesso all'ipotesi di una domanda energetica crescente, ma costante. Un ruolo normativo importante è svolto non solo dalla maggiore detrazione fiscale, ma anche dai Sistemi Efficienti di Utente (SEU). In tal direzione un ulteriore passaggio, in cui il mondo imprenditoriale e quello scientifico devono operare congiuntamente, è quello dei sistemi di stoccaggio: rendere economicamente convenienti tali sistemi consentirà di superare il principale limite della generazione di energia da fonte fotovoltaica rappresentata dalla sua intermittenza.

Il business plan di un investimento nel fotovoltaico può essere analizzato ricorrendo ad una molteplicità di indicatori economici e finanziari, ma, in generale, si evidenzia l'attuale capacità di tali investi-

menti non solo di annullare il costo della bolletta dell'energia elettrica, ma anche la connessa opportunità di generare utili. A ciò si aggiunge l'azione di tutela dell'ambiente, che comporta benefici per le generazioni future. Il settore residenziale è di fronte a questa nuova sfida e migliorando le abitudini di consumo sarà possibile apportare un contributo nel percorso virtuoso finalizzato alla definizione di un Paese più sostenibile.



### GLI AUTORI

Federica Cucchiella, professore aggregato in ingegneria gestionale, e Idiano D'Adamo, ingegnere gestionale, sono autori di numerose pubblicazioni scientifiche e le loro principali aree di ricerca sono il renewable energy management e il waste management.

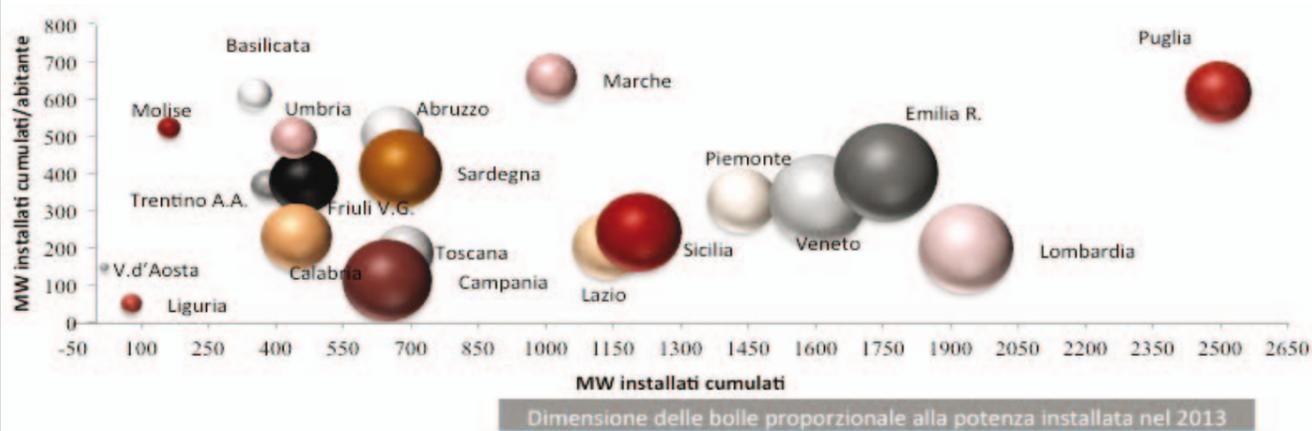
**TABELLA 1: NPV (K€) NEL 2014 IN FUNZIONE DEL LIVELLO DI AUTOCONSUMO**

Numero di consumatori	2	4	8	16
Costo di investimento unitario - 2.000 €/kW				
Autoconsumo 0%	0,4	0,9	2	4,2
Autoconsumo 25%	1	2,1	4,4	8,9
Autoconsumo 50%	1,6	3,3	6,7	13,6
Autoconsumo 75%	2,2	4,5	9,1	18,4
Autoconsumo 100%	2,8	5,7	11,4	23,1
Costo di investimento unitario - 1.800 €/kW				
Autoconsumo 0%	0,5	1,3	2,7	5,6
Autoconsumo 25%	1,2	2,5	5,1	10,4
Autoconsumo 50%	1,8	3,7	7,4	15,1
Autoconsumo 75%	2,4	4,8	9,8	19,8
Autoconsumo 100%	3	6	12,1	22,5

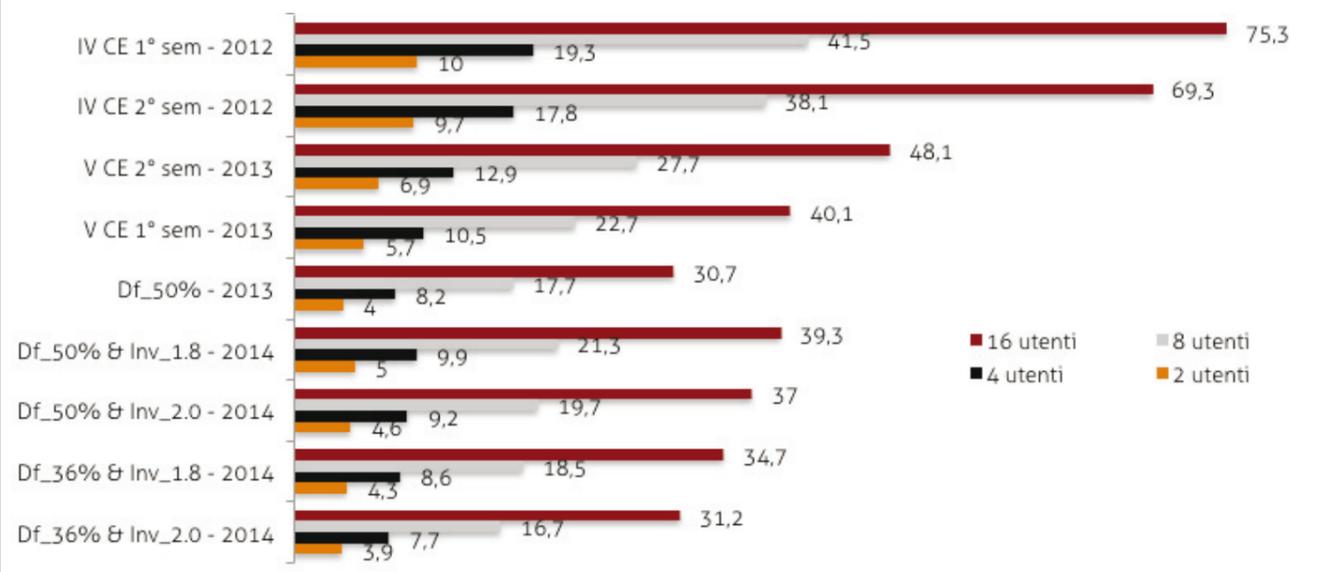
### RIPARTIZIONE IMPIANTI PER TAGLIA

Anno	≤ 20 kW	20-200 kW	200 - 1.000 kW	≥ 1.000 kW
2011	10%	19%	45%	26%
2012	23%	28%	41%	9%
2013	35%	26%	26%	13%

**FIGURA 1: DISTRIBUZIONE DELLA POTENZA INSTALLATA A LIVELLO REGIONALE**



**FIGURA 2: ANALISI DI SENSIBILITÀ - VALORE MEDIO DEL NPV (K€) NEL 2012, 2013 E 2014**



# C'è ancora tanto interesse sul fotovoltaico

**NONOSTANTE I CONTINUI ATTACCHI CONTRO LE RINNOVABILI, L'INTERESSE NEI CONFRONTI DEL FOTOVOLTAICO E DELL'EFFICIENZA ENERGETICA È ANCORA ELEVATO, COME DIMOSTRA IL CASO DELLE SERATE FORMATIVE "HAPPY ENERGY", CHE IN PROVINCIA DI COMO HANNO REGISTRATO UN NOTEVOLE SUCCESSO DI PUBBLICO**



## CONTATTI

I Comuni interessati all'iniziativa e le eventuali aziende che intendono sponsorizzarla possono scrivere all'indirizzo [ingfradt@gmail.com](mailto:ingfradt@gmail.com).

L'fotovoltaico è ancora in grado di suscitare interesse presso il grande pubblico? O forse la fine degli incentivi ha decretato un crollo dell'appeal dell'energia solare? A giudicare dallo spazio dedicato da giornali e trasmissioni televisive rispetto a qualche anno fa, verrebbe da pensare che ci sia stato un grande raffreddamento. Ma, forse, ad essersi raffreddato è stato l'interesse da parte dei grandi investitori, mentre il pubblico è ancora curioso di capire se queste nuove tecnologie possono generare dei benefici reali per sé e, in generale, per l'ambiente. Un esempio di come sia sufficiente toccare queste tematiche per raccogliere un interesse vero da parte del grande pubblico arriva da iniziative di presentazione delle tecnologie green che magari non raggiungono la visibilità sui grandi giornali, ma sono capaci di creare un interesse reale. È il caso dell'iniziativa "Happy Energy", un ciclo di incontri rivolti ai cittadini ed ideati per diffondere la cultura del risparmio e dell'efficientamento energetico. Le serate seguono la scia del successo avuto dalla precedente analoga iniziativa, il "Mese del risparmio energetico", un insieme di cinque serate tenute a Cucciago per sensibilizzare i partecipanti ai temi green.

## OPPORTUNITÀ FUTURE

Happy Energy è anche, per i Comuni, l'occasione per divulgare le opportunità e gli scenari futuri

delle fonti rinnovabili. Non si parla più di incentivi, ma viene data importanza alle tematiche relative ad autoconsumo, efficienza energetica, integrazione del fotovoltaico con le tecnologie che sfruttano le altre fonti rinnovabili, risparmio in bolletta. E queste tematiche hanno catturato l'attenzione dei partecipanti al ciclo di incontri "Happy Energy".

Le serate, che hanno avuto inizio con l'appuntamento del 20 marzo a Rovello Porro per poi proseguire con tre incontri ad Albese con Cassano, due località in provincia di Como, sono state rivolte in particolare a chi non ha alcuna conoscenza tecnica negli ambiti trattati. E nei prossimi mesi sono previsti interventi in altri Comuni, a partire da Cantù, dove verranno anche proposte delle serate dedicate agli imprenditori delle PMI, durante le quali si parlerà di audit energetici, efficienza energetica industriale e dei vantaggi dell'utilizzo delle fonti rinnovabili, prima fra tutte il fotovoltaico. Con tutto ciò che la "Nuova Sabatini" comporta e porterà per gli imprenditori. «Comunicare i temi del fotovoltaico e del risparmio energetico è fondamentale», spiega Della Torre. «La comunicazione, in questo contesto rinnovato ed in continua evoluzione, gioca un ruolo prioritario: ora non basta più dire alle persone quanto ricaveranno a fronte di un certo investimento ed in quanti anni; bisogna invece che si crei una giusta coscienza energetica, ambientale ed ecologista».

## CAMBIA LA COMUNICAZIONE

Una delle serate di "Happy Energy" è interamente dedicata al fotovoltaico. Ai partecipanti vengono illustrati i corposi cambiamenti che hanno interessato questo mercato, dal Conto Energia all'autoconsumo ed allo Scambio sul posto, oltre a dare informazioni i merito ai continui attacchi ai quali sono sottoposte le rinnovabili.

«Non è più possibile fingere di non accorgersi che i mass media passino informazioni che, la maggior parte delle volte, risultano come minimo distorte, quando non addirittura tecnicamente inesatte», aggiunge Della Torre.

«Per non parlare dei continui attacchi, tendenziosi e pericolosi, rivolti in particolare a fotovoltaico ed eolico».

Basti ricordare al riguardo la questione della componente A3 della bolletta elettrica: durante le serate ne parliamo per non più di cinque minuti e vediamo le facce delle persone che subiscono un cambiamento incredibile: dall'arrabbiatura iniziale dovuta alle notizie inesatte che normalmente vengono loro fornite, ad un successivo stupore quando riusciamo a far capire come stanno veramente le cose, ad una finale tranquillità d'animo: il pubblico comprende sempre molto bene che nessuno sta cercando di derubare le persone, nonostante quello che hanno sentito fino alla sera prima in TV».

# Parola d'ordine: fidelizzare

**IL 13 MAGGIO FRONIUS TERRÀ IL CONVEGNO "FOTOVOLTAICO IN EVOLUZIONE. INSIEME SI PUÒ", RIVOLTO AI SALES PARTNER, AGLI INSTALLATORI E AGLI OPERATORI DEL SETTORE. NOVITÀ DI PRODOTTO E STRATEGIE PER FACILITARE LA PROPOSTA DI VENDITA DI IMPIANTI SOLARI SARANNO I PRINCIPALI CONTENUTI DELLA GIORNATA**

L'fotovoltaico conviene ancora, anzi forse più di prima anche se cambiano le motivazioni di acquisto e di vendita e il modo in cui l'impianto solare deve essere inteso e proposto.

È questo il motivo che ha spinto Fronius a organizzare il prossimo 13 maggio a Pescantina, in provincia di Verona, l'evento "Fotovoltaico in evoluzione. Insieme si può" dedicato ai propri sales partner, agli installatori di fiducia, nonché a tutti gli operatori del settore fotovoltaico. In occasione della giornata,

l'azienda presenterà il portafoglio prodotti, spiegando al contempo cosa sta accadendo all'interno del mercato del fotovoltaico. Si tratta del secondo appuntamento di rilievo per l'azienda nel 2014 dopo il successo riscontrato in occasione di MCE. L'evento sarà l'occasione per consolidare i rapporti con tutti gli attori impegnati nella distribuzione e

installazione dei prodotti Fronius. «Crediamo ancora tantissimo in questo mercato e vogliamo dare sia nuove opportunità di business agli installatori sia rafforzare i legami con i nostri sales partner, distributori di materiale elettrico e materiale fotovoltaico», spiega Alberto Pinori, direttore generale di Fronius Italia.

«Sarà un'occasione importante per il lancio di nuovi prodotti da parte di Fronius e si stringeranno grandi cooperazioni con alcuni importanti player del mercato nonché gruppi finanziari».

## INTEGRAZIONE ED EFFICIENZA

Il principale obiettivo di Fronius è quello di condividere con i propri partner come sia cambiato il modo in cui l'impianto fotovoltaico deve essere inteso e proposto, considerando però che la convenienza apportata dall'installazione di un impianto solare continua ad esserci.

Tra i tanti temi spazio ad autoconsumo, storage, integrazione fra tecnologie e risparmio in bolletta, grazie anche agli interventi di Vittorio Chiesa, direttore dell'Energy & Strategy Group del Politecnico di Milano, e di Errica Bianconi, responsabile corsi per energie rinnovabili ed efficienza energetica di Rener. Verranno presentate inoltre tutte le soluzioni Fronius per favorire l'efficienza energetica e il risparmio in bolletta, come ad esempio i kit composti dai moduli a film sottile Sharp con inverter Fronius e il nuovo sistema di storage che Fronius, grazie ad un accordo recentemente siglato con Neovoltaic, potrà proporre al mercato italia-

no. Non mancherà inoltre la presentazione della gamma di prodotti con particolare attenzione agli ultimi arrivati in casa Fronius, ossia l'inverter monofase Galvo con trasformatore ad alta frequenza disponibile in classi di potenza da 1,5 a 3,1 kW e l'inverter trifase Symo, disponibile sul mercato a partire da marzo 2014 nelle classi di potenza da 3,0 kW a 8,2 kW.

Entrambi i prodotti sono rivolti al segmento residenziale e sono stati ideati per favorire l'integrazione con altre tecnologie, come le pompe di calore, per aumentare l'efficientamento all'interno dell'edificio.

## A SOSTEGNO DEI CLIENTI

Sono diversi gli strumenti che Fronius metterà a disposizione dei propri partner per sviluppare la vendita e l'installazione degli impianti fotovoltaici. L'intento dell'azienda è quello di offrire ai propri Fronius Service Partner Plus, ossia gli installatori migliori scelti dopo un'attenta selezione, tutti gli strumenti necessari alla vendita di un impianto fotovoltaico. In occasione dell'incontro, l'azienda mostrerà al pubblico le nuove opportunità di finanziamento per progetti fotovoltaici, ottenibili grazie a una serie di accordi siglati con le principali banche italiane, scelte dall'azienda con il criterio di trovare istituti disponibili a ridurre drasticamente le lungaggini burocratiche. Sono già state avviate collaborazioni con istituti tra cui Banca Popolare di Milano per le imprese, Profamily per le famiglie e Albaleasing.

# Pubblicità sui Social Media. Tentar non nuoce

**CRESCERE L'INTERESSE PER I MEZZI DI COMUNICAZIONE TRA CUI FACEBOOK, TWITTER E LINKEDIN, GRAZIE ALLA POSSIBILITÀ E ALLA SEMPLICITÀ DI "TARGETIZZARE" IL CLIENTE POTENZIALE PER AREA GEOGRAFICA, INTERESSE E PROFESSIONE**

**L** Alla fine del 2011 erano 845 milioni di MAUs (Monthly Active Users - Utenti Attivi Mensili), diventati 1.228 milioni a fine 2013 (o un miliardo duecentoventottomilioni, poco più di un sesto del totale della popolazione mondiale), di cui 282 milioni nella sola Europa. In Italia sono 24 milioni gli utenti attivi mensili, di cui 17 milioni sono utenti attivi quotidiani. Avete indovinato? Sì, sono i dati impressionanti della galassia Facebook per molti ancora un fenomeno passeggero o da teenager, per altri un fenomeno da studiare per capire chi davvero lo usa. Comunque sia, non ci sono posti reali o virtuali dove vanno così tanti italiani in un giorno; è proprio per questo che i social media sono molto interessanti per chi si occupa del marketing e, per inciso, lo dovrebbero essere anche per le aziende. Se si aggiunge la semplicità di targetizzare il cliente potenziale per aree geografiche, interessi, professione e dati demografici (e molto altro) si può capire come questi possano diventare degli strumenti che fanno la differenza in termini di visibilità targetizzata.

## CUSTOMIZZAZIONE

Nel concreto Facebook, LinkedIn, Twitter e la maggior parte dei social network danno la possibilità di

far vedere il proprio annuncio solo alle persone che rispondano a determinati requisiti, come per esempio l'abitare in una determinata città, avere una certa età o grado di istruzione. Se pensate che questo non vi interessi, pensate al vostro cliente tipo che sicuramente negli anni avete incontrato più volte e sul cui tetto della sua casa avete installato un impianto fotovoltaico: bene, con i social potete targetizzare i vostri messaggi proprio su quel cliente tipo. Rispetto ad altre forme di pubblicità, avete la possibilità di sapere in tempo reale quante persone hanno visto il vostro annuncio, quanti hanno cliccato per ottenere maggiori informazioni e quanti vi hanno contattato per ottenere un preventivo. In più il social è interattivo perché dà la possibilità all'utente di commentare, di lasciare un feedback: non sottovalutate questa opportunità perché un commento positivo da uno sconosciuto crea affidabilità nella comunità di utenti che vi seguono.

## CREARE INTERESSE

Non commettete però l'errore di usare questi nuovi media come se fossero dei siti di giornali in cui acquistate uno spazio per mostrare il vostro annuncio. Questi mezzi sono particolarmente utili per narrare la vostra storia, per raccontare chi siete e cosa fate,

per creare interesse sulle vostre attività e ottenere dei feedback su quello che proponete. È il mix tra una storia interessante e l'effettivo vantaggio (economico, ma non solo) di una proposta commerciale che darà inizio al processo decisionale di acquisto, tipicamente diviso in cinque fasi: la percezione dell'esistenza di un bisogno, la ricerca del valore, la valutazione delle alternative presenti nel mercato, la decisione di acquistare, l'utilizzo del valore dato dal bene o dal servizio acquistato (conosciuta come fase post-vendita). I social, se utilizzati in base alle loro specificità, sono strumenti potentissimi per aiutarvi in ciascuna di queste fasi: Youtube è nato per postare video, Facebook foto, Twitter commenti di massimo 160 caratteri, Slideshare presentazioni, Google+ per creare cerchie di persone interessate alla vostra attività (oltre a migliorare il SEO, l'ottimizzazione del motore di ricerca Google, ovviamente), LinkedIn per tenere aggiornata la vostra rete professionale di clienti, fornitori e collaboratori. Fate un piano editoriale dei contenuti che pensate vi possano differenziare dai vostri concorrenti e cominciate a raccontarli attraverso video, foto, commenti e presentazioni; non potrete che aumentare la vostra visibilità e un po' vi servirà a riorganizzare le idee e darvi delle priorità. Buon lavoro! ☀



Andrea Cortese  
a.cort@icloud.com

## Minimo spazio, massimo rendimento: ecco i nuovi inverter solari Ingeteam

Ingeteam applica il concetto **i+i**, ad ogni progetto intrapreso: Innovazione per trovare sempre la soluzione ottimale + Impegno per fornire il miglior servizio.

Gli inverter Ingeteam della serie INGECON SUN Play, con tecnologia Plug&Play, sono stati progettati per ottenere massime prestazioni nel minimo spazio.

Gli inverter fotovoltaici monofase, INGECON SUN 1Play, disponibili in versione TL senza trasformatore e HF con trasformatore ad alta frequenza, sono disponibili in versione doppio MPPT per garantire la ricerca del massimo punto di potenza. Gli inverter fotovoltaici trifase, INGECON SUN 3Play, dotati di sistema ad inseguimento con doppio MPPT raggiungono un livello di massima efficienza pari al 98,5%.

**i+i** La formula della nuova energia



[www.ingeteam.it](http://www.ingeteam.it)

italia.energy@ingeteam.com

Visitaci a:  
Milano SOLAREXPO  
Istanbul SOLAREX

07-09 Maggio  
10-12 Aprile

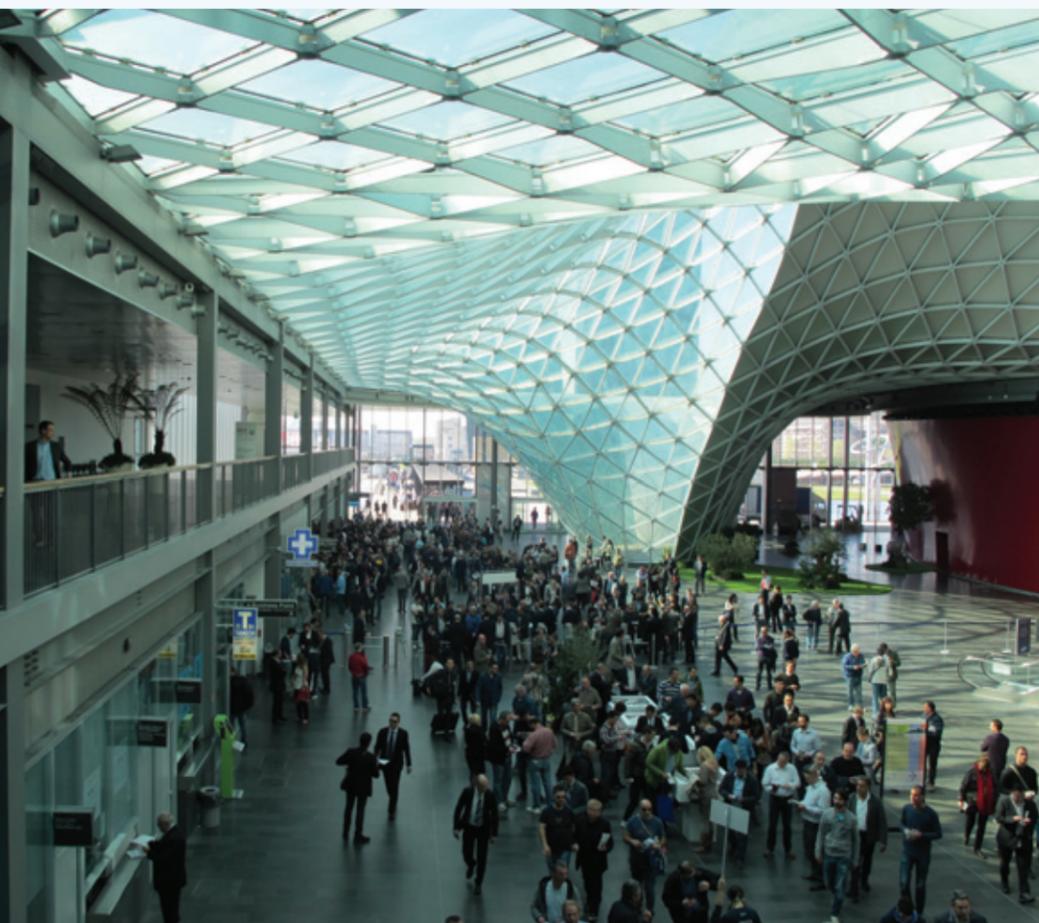
**Ingeteam**

READY FOR YOUR CHALLENGES

# EFFICIENZA E RISPARMIO ENERGETICO B2B

L'INSERTO PER I PROFESSIONISTI DELL'ENERGY MANAGEMENT

## MCE: ecco cosa è successo



**DAL 18 AL 21 MARZO 2014 SI È TENUTA A MILANO MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT, PUNTO D'INCONTRO PER GLI OPERATORI NEI SETTORI DELL'IMPIANTISTICA CIVILE E INDUSTRIALE. AMPIO SPAZIO AI PRODOTTI CHE SFRUTTANO LE ENERGIE RINNOVABILI, CON FOCUS SU INTEGRAZIONE E INNOVAZIONE**

di Michele Lopriore

pali appuntamenti fieristici europei. Lo confermano i numeri dell'edizione. Hanno partecipato alla fiera circa 2.000 aziende espositrici, delle quali il 42% provenienti dall'estero, confermando anche per quest'anno l'ampio respiro internazionale. A 156.000 il numero dei visitatori nei quattro giorni. Di questi, una cifra significativa ha riguardato la partecipazione di installatori e progettisti, considerando anche i programmi di fidelizzazione messi a disposizione dalle aziende. Perché secondo quanto emerso nella quattro giorni milanesi, le possibilità offerte dall'integrazione fra le tecnologie che sfruttano le rinnovabili sono molte, ed è quindi necessario che in fase di vendita e di installazione gli operatori sappiano fornire tutte le informazioni necessarie al cliente finale.

### EDIZIONI A CONFRONTO

#### Edizione 2012:

**Aziende espositrici:** 2.100

**Numero partecipanti:** 155.000

**Espositori esteri:** 900

#### Edizione 2014

**Aziende espositrici:** 2.000

**Numero partecipanti:** 156.000

**Espositori esteri:** 860

elettrica intelligente, l'area espositiva è stata accolta con favore e potrebbe ricoprire, negli anni a venire, un ruolo importante, in particolare per il fotovoltaico. Secondo alcuni operatori presenti a MCE, non è più possibile pensare al fotovoltaico senza il coinvolgimento di altre tecnologie. Per questo motivo, nei prossimi anni l'area That's Smart potrebbe diventare il punto di riferimento per le aziende che operano nel fotovoltaico, in un'ottica, ovviamente, di integrazione.

### UN RICCO CALENDARIO

MCE 2014 si è presentata con un calendario ricco di iniziative e convegni, che hanno focalizzato l'attenzione sui temi dell'innovazione e dell'integrazione dei prodotti volti all'ottimizzazione del comfort e dell'efficienza energetica all'interno degli edifici. Anche quest'anno, "Percorso Efficienza & Innovazione" e "Oltre la classe A" hanno ricoperto una posizione di rilievo. Giunto alla terza edizione, "Percorso Efficienza & Innovazione" ha illustrato le eccellenze tecnologiche scelte tra le aziende espositrici. 87 prodotti delle quattro macro aree di MCE (Caldo, Freddo, Acqua ed Energia) sono stati selezionati dal Politecnico di Milano - Dipartimento ABC. Una rosa di 31 prodotti di "Percorso Efficienza & Innovazione" è stata successivamente scelta per "Oltre la classe A", l'area evento all'interno del padiglione 22 dove sono state esposte le migliori tecnologie per edifici a impatto zero. È stata un'occasione di aggiornamento per progettisti, installatori, architetti e tutte le figure professionali interessate ad edifici a basso impatto ambientale.

**L**a 39esima edizione di Mostra Convegna Excomfort, che si è svolta dal 18 al 21 marzo 2014 presso Fiera Milano, ha lanciato due messaggi importanti alla filiera dell'impiantistica civile e industriale: l'integrazione fra tecnologie è la via più significativa per l'efficientamento energetico e il comfort ed è importante comunicare ai clienti finali i benefici che possono derivare dall'investimento in queste soluzioni. Eppure si nota ancora molta resistenza all'interno del mercato, soprattutto dagli installatori del mondo del termico che ancora non si sono aperti alle possibilità offerte dall'integrazione tra tecnologie. Le aziende stanno però ponendo rimedio a questa chiusura, con offerte formative volte a spiegare quali sono le opportunità e i benefici da divulgare al cliente finale. Molti operatori presenti a MCE hanno infatti spiegato l'importanza degli investimenti attuati in workshop e tour itineranti sul territorio italiano, in programma per il 2014.

### NUMERI IN CRESCITA

Gli stand offrivano alla vista non un unico prodotto, ma un insieme di tecnologie che combinavano pompe di calore, caldaie, pannelli fotovoltaici, collettori termici e sistemi di accumulo, a dimostrazione che per migliorare il comfort abitativo non basta più considerare una sola tecnologia. E queste tematiche fanno di MCE uno dei princi-

### THAT'S SMART, BUONA LA PRIMA

Ha riscontrato un ottimo successo la prima edizione di That's Smart, l'area espositiva allestita all'interno del padiglione 4 ideata con l'obiettivo di focalizzare l'attenzione su prodotti e sistemi che si riferiscono alla domotica, all'home & building automation e alla gestione e monitoraggio dell'energia da fonti rinnovabili. Dall'illuminazione alla climatizzazione, dal monitoraggio dell'energia tradizionale e rinnovabile alla componentistica



## CARTOLINE DA MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT

### VALENIA GESTIONE ENERGETICA INTELLIGENTE

In occasione della prima edizione di That's Smart, evento che ha dato spazio a prodotti e sistemi che si riferiscono alla domotica, all'home & building automation e alla gestione e monitoraggio dell'energia da fonti rinnovabili, Valenia ha presentato gli inverter fotovoltaici Aurus, ideati in un'ottica di autoconsumo e risparmio energetico.

«Le soluzioni possono ottimizzare l'autoconsumo dell'energia prodotta dall'impianto fotovoltaico grazie alla funzione di Energy Maximizer», spiega Silvia Spillere, marketing manager di Valenia.

«Grazie al protocollo di comunicazione integrato, gli inverter Aurus si interfacciano con i principali sistemi di domotica ed energy management per la gestione intelligente dell'energia prodotta dall'impianto durante il corso della giornata».



Silvia Spillere, marketing manager di Valenia, presenta l'inverter Aurus

### COSMOGAS L'IMPORTANZA DELL'IBRIDO

Cosmogas continua il suo impegno nella realizzazione di macchine ibride e presenta al pubblico il sistema HPdens, che sfrutta il calore presente nell'aria per la produzione di acqua calda sanitaria. HPdens è costituito da una pompa di calore da 2,6 kW, una caldaia a condensazione, un serbatoio da 150 litri di acqua tecnica e da due centraline elettroniche che gestiscono il funzionamento.

«HPdens è la soluzione ideale per rispondere al decreto legislativo n°28, in particolare quando non ci sono le condizioni per installare pannelli termici a causa di vincoli architettonici o urbanistici oppure a causa di difficoltà dovute ad un'esposizione insufficiente del tetto», spiega Sabrina Nasolini, responsabile ufficio marketing di Cosmogas. «MCE ha dato la possibilità di far conoscere questo nuovo prodotto interamente Made in Italy che siamo sicuri possa essere di grande interesse in quanto tutto il suo funzionamento è stato studiato per evitare gli sprechi e ottenere la massima efficienza».



Sabrina Nasolini, responsabile ufficio marketing e Giuseppe Lo Prete, responsabile tecnico area sud Cosmogas



Un momento di formazione "in loco" presso lo stand Viessmann

### VISSMANN FORMAZIONE IN LOCO

Per mostrare e spiegare i vantaggi dei numerosi prodotti esposti, Viessmann ha tenuto, in occasione di MCE, una serie di training presso il proprio stand. In molti hanno assistito alla spiegazione dettagliata dei prodotti, che includono caldaie a condensazione a gasolio e a gas, pannelli solari, moduli fotovoltaici, caldaie a biomassa e cogeneratori. L'azienda ha voluto replicare anche in occasione della quattro giorni milane-

se l'impegno nella formazione tecnica rivolta a installatori, progettisti, architetti e costruttori edili, soprattutto per quanto riguarda i prodotti che sfruttano le energie rinnovabili.

### HERZ POMPE DI CALORE AD ALTA EFFICIENZA

Si chiama Commotherm LW-A la nuova pompa di calore aria acqua presentata in anteprima da Herz in occasione di MCE. Ideata per garantire il massimo comfort nel riscaldamento ambientale, minimo consumo energetico e costi di gestione ridotti, il sistema garantisce prestazioni elevate (+10% rispetto alla gamma precedente). Per diffondere i benefici di questa soluzione, l'azienda ha organizzato un ricco calendario di corsi di formazione rivolti a installatori e progettisti.

La pompa di calore Commotherm di Herz è stata ammessa all'edizione "Percorso Efficienza & innovazione", un riconoscimento già ricevuto nel 2012 con il prodotto EnergieZentral - Commotherm Plus SW.



Da sinistra a destra, Aldo Tornatore, Nadia Sella e Cristiano Carletti, rappresentanti esclusivi per l'Italia

### YGNIS DUE IN UNO

Hynea Hybrid Duo è il sistema presentato da Ygnis che combina caldaia a condensazione e pompa di calore per la produzione di acqua calda sanitaria. La soluzione è disponibile nelle classi da 1 a 24 kW, per adattarsi alle diverse esigenze, e presenta un format compatto per semplificare l'installazione. Il sistema ibrido è dotato dell'Atlantic Navistem 200S per l'ottimizzazione dell'energia, la programmazione del riscaldamento e la conseguente massimizzazione del risparmio energetico.

«Sono stati organizzati corsi rivolti a progettisti e installatori per spiegare come l'integrazione fra tecnologie possa apportare benefici al comfort abitativo», ha spiegato Guido Piantanida, responsabile tecnico di Ygnis, «trasmettendo al contempo al cliente finale i vantaggi di questo prodotto».



Guido Piantanida, responsabile tecnico di Ygnis mostra il sistema Hynea Hybrid Duo

### SUNERG SOLE + PELLETT

Sunerg torna a parlare di solare termico, e lo fa presentando una soluzione "all in one". In occasione di MCE, l'azienda ha focalizzato l'attenzione sul Qubo Pellet, sistema prodotto e brevettato da Sunerg che unisce i vantaggi dell'energia solare e del pellet per riscaldare un serbatoio di acqua tecnica ed un boiler di acqua calda sanitaria. «Si tratta di una soluzione ideale sia per edifici di nuova costruzione sia per quelli già esistenti», spiega Daniele Lauri, sales manager e vice presidente di Sunerg. «Il solare termico è tornato a ricoprire una fetta importante del nostro business in quanto puntiamo a soddisfare le diverse esigenze del cliente con l'obiettivo di incrementare l'efficienza energetica negli edifici».

Presenti all'interno dello stand anche prodotti per l'integrazione architettonica, come moduli fotovoltaici colorati e il Quasar, brevetto Sunerg che riproduce in modo personalizzato l'ambiente circostante ai pannelli solari: tegole, coppi e ringhiere. Questa applicazione apre prospettive nuove per la diffusione dell'energia solare termica in tutte quelle aree dove la normativa urbanistica e le esigenze estetiche d'impatto visivo non ne consentono l'installazione.



Daniele Lauri, sales manager di Sunerg presenta la soluzione "all in one" Qubo Pellet

## CARTOLINE DA MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT

I.V.A.R.  
RIDURRE  
GLI SPAZI

Prodotto di punta presentato da I.v.a.r. è stato la Equicompact, modulo d'utenza ideato per impianti di riscaldamento e condizionamento, completo di linee di distribuzione ACS e AFS e unità di contabilizzazione del calore. La cura impiegata nella fase di sviluppo del sistema ha permesso di realizzare un dispositivo dalle dimensioni ridotte, ma completo di tutti gli accessori necessari ad un ottimale funzionamento e ad una facile installazione e manutenzione.



Stefano Bertolotti,  
amministratore delegato di I.V.A.R.

RESOL  
OTTIMIZZARE  
I CONTROLLI

I continui investimenti in ricerca e sviluppo hanno portato un nuovo prodotto in casa Resol, ossia il modulo di comunicazione KM1, che funge da canale tra impianto solare e il web. Il prodotto ha riscosso successo nelle operazioni di manutenzione e di controllo. Attraverso il dispositivo KM1 è infatti possibile controllare il proprio impianto termico in qualsiasi momento, diagnosticando eventuali anomalie.



Julia Pfeil, marketing Resol,  
e il nuovo modulo di comunicazione KM1

SEITRON  
SEMPLICITÀ DI GESTIONE

Lo stand Seitron ha presentato al pubblico l'intera gamma di regolatori per impianti solari. Tra questi l'Elios Basic TST01M, in grado di gestire sia la pompa di circolazione dell'impianto solare sia l'intervento di una sorgente integrativa in caso di apporto solare insufficiente. Elios Basic è dotato di tutte le funzioni per una corretta gestione dell'impianto solare termico. Lo strumento si presenta infine semplice ed intuitivo per l'utilizzatore.

OVENTROP  
ACCUMULO  
AD ALTA  
EFFICIENZA

Oventrop ha presentato il sistema d'accumulo Oventrop Regucor WHS, prodotto che soddisfa le esigenze del riscaldamento con quelle della preparazione dell'acqua sanitaria e del solare grazie a componenti integrati fra di loro, come il serbatoio d'accumulo, il gruppo di regolazione solare termico, la produzione di acqua calda sanitaria, il collegamento al circuito di riscaldamento e il collegamento al generatore di calore. Il prodotto presenta inoltre una modifica che riguarda l'aumento dello spessore dell'isolamento per una minore dispersione termica e, di conseguenza, a vantaggio di una migliore efficienza energetica.

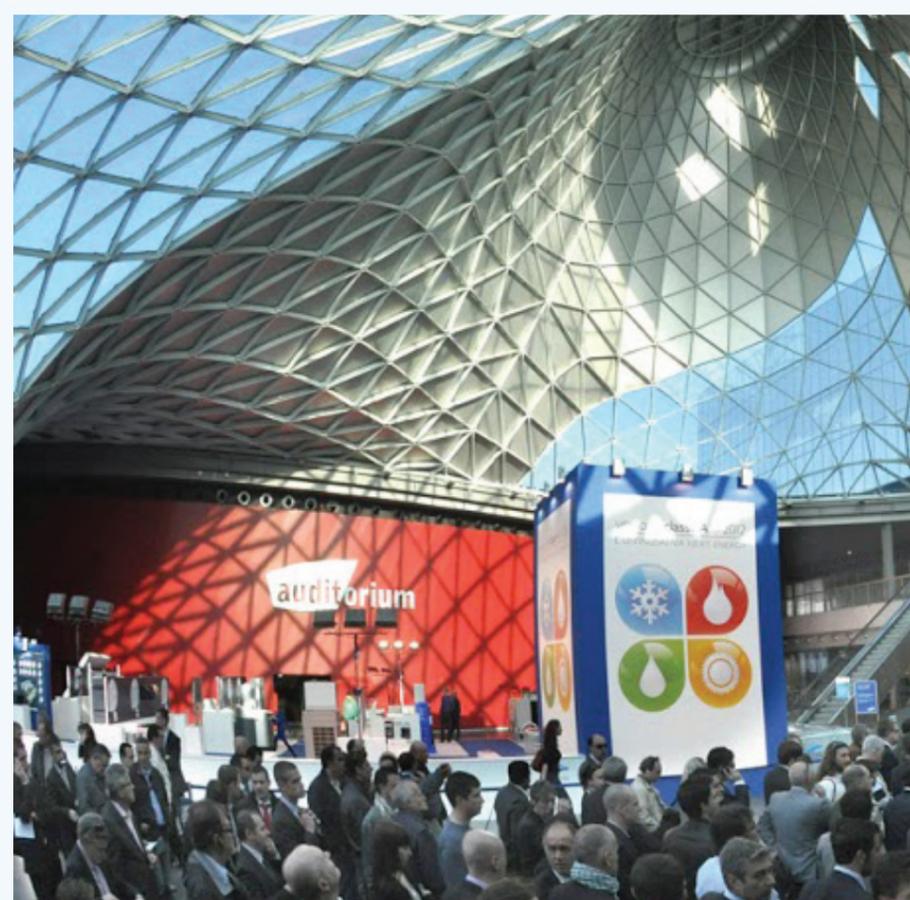


Monica Bettini,  
ufficio marketing Oventrop

HOVAL  
UNA NUOVA SEDE "LABORATORIO"

Oltre all'ampia gamma di prodotti, tra cui il collettore solare Ultrasol, scelto come prodotto d'eccellenza all'evento "Oltre la classe A", Hoval ha annunciato che entro la fine dell'anno si trasferirà dalla sede principale di Grassobbio a Zanica, entrambe località in provincia di Bergamo. La particolarità del nuovo edificio rispecchia la mission aziendale: la nuova sede sarà in classe A, e sarà caratterizzata da un'elevata efficienza energetica tale da poter generare un surplus di energia e, quindi, distribuirlo per alimentare una rete di teleriscaldamento nelle aree circostanti. Inoltre la nuova sede diventerà una sorta di laboratorio-pilota per le industrie che decidano di sostenere interventi volti all'efficienza energetica.

Da sinistra a destra,  
Davide Herzog,  
amministratore  
delegato, Karin  
Nicoli ed Elena  
Scordamaglia,  
responsabili  
comunicazione e  
marketing



## DAIKIN RISCALDAMENTO IN TOUR

In occasione di MCE, Rotex, il marchio della divisione riscaldamento di Daikin, ha esposto nell'area esterna ai padiglioni il Rotex Truck, dove è stato possibile vedere in funzione la nuova Hybrid Rotex, pompa di calore e caldaia a condensazione combinate per il massimo risparmio energetico.

A partire dal mese di aprile, Rotex Truck sarà protagonista del "calore intelligente in tour", un'iniziativa itinerante che illustrerà alla clientela professionale di tutta Italia la qualità e l'innovazione dei prodotti per il riscaldamento a marchio Rotex. Calore intelligente è anche il nome del sito che Daikin ha messo a disposizione dell'utente finale per approfondire quali sono le soluzioni intelligenti per il riscaldamento domestico e

scegliere in maniera consapevole tecnologie ad alta efficienza energetica e rispettose dell'ambiente.

*Il Rotex Truck, che a partire da aprile sarà protagonista del tour itinerante Rotex*



## IMMERGAS COMFORT DA 50 ANNI

L'edizione 2014 di Mostra Convegno Expocomfort ha avuto un significato importante per Immergas, poiché si è svolto nell'anno del 50° anniversario dell'azienda.

Per celebrare questa ricorrenza, l'azienda ha allestito uno stand di 3.800 metri quadrati, dove sono stati presentati prodotti e iniziative. Spazio ai nuovi sistemi ibridi Magis, progettati per facilitare la realizzazione di impianti di riscaldamento e raffrescamento in nuove abitazioni residenziali. Predisposti per l'abbinamento alle pompe di calore Audax e all'uso del solare termico, questi prodotti consentono di ridurre gli spazi installativi ad uso impiantistico fornendo soluzioni sia per appartamenti di piccola metratura sia per abitazioni con superficie maggiore.

*Ettore Bergamaschi, direttore marketing operativo e comunicazione di Immergas, di fianco ai sistemi ibridi Magis*



## SINAPSI CONTABILIZZAZIONE SMART

Scelto tra i prodotti di "Percorso Efficienza & Innovazione", Sinapsi ha presentato Equobox, sistema che permette la contabilizzazione dell'energia e delle risorse di un edificio.

Il prodotto è concepito per accogliere una vasta gamma di dispositivi in grado di comunicare con i più diffusi protocolli standard quali M-BUS, KNX, ZigBee, RS485 e ingressi impulsivi. Grazie al dispositivo, l'utente è in grado di ottenere informazioni di consumo per fasce orarie con i corrispettivi controvalori economici, report di ripartizione dei consumi di calore, informazioni sui dati storici di consumo, impostazione di soglie di consumo con generazione automatica di segnalazioni ed allarmi, ed infine accesso ad un archivio personale dei documenti di consumo come bollette, comunicazioni, documenti contrattuali, messaggistica, promozioni ed offerte, il tutto attraverso web e applicazioni per smartphone.



## FRONIUS A PROVA DI AUTOCONSUMO

Nell'area That's Smart, Fronius ha presentato il nuovo inverter trifase Symo, disponibile sul mercato da marzo 2014 nelle classi di potenza da 3 a 8,2 kW. Fronius Symo è stato ideato per ambienti domestici privati, piccoli impianti fotovoltaici e per l'autoconsumo.

L'Energy Management Relais integrato consente infatti di aumentare la produzione di energia e di consumare una quota maggiore di energia autoprodotta. Il datalogger integrato, l'USB e le interfacce LAN e WLAN in dotazione mirano inoltre a rendere estremamente semplice il monitoraggio del sistema. Nella primavera del 2014, la gamma di inverter Fronius Symo sarà ampliata con l'aggiunta di classi di potenza più elevate (5,0-8,2 kW). Da quel momento in poi, tutti gli inverter della serie saranno dotati di due tracker MPP di serie.

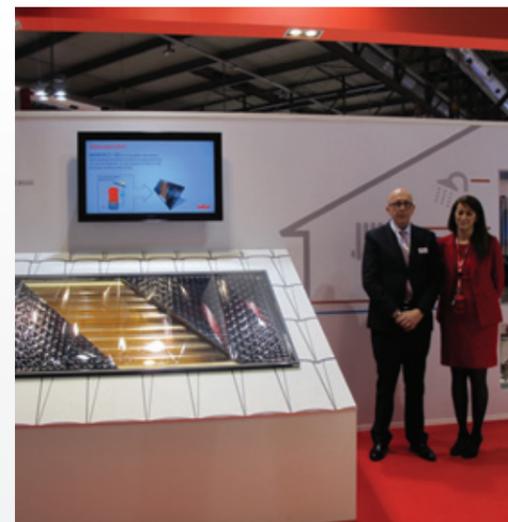


*Alberto Pinori, direttore generale di Fronius, presenta l'inverter Fronius Symo*

## BALTUR TOTALE AUTONOMIA

Baltur ha presentato Solar Bienergy 150, sistema solare con accumulo integrato che utilizza la tecnologia solare termica per la produzione di acqua calda sanitaria.

In un solo elemento sono integrati il captatore solare, il sistema di circolazione forzato e il bollitore di acqua sanitaria da 150 litri. La cellula fotovoltaica integrata rende questo prodotto totalmente autonomo e indipendente da qualsiasi fonte di energia esterna, aumentando così il risparmio energetico. Quando la radiazione solare arriva al collettore, il calore ricevuto viene trasferito al fluido termovettore contenuto all'interno del sistema. Se la radiazione incide con sufficiente potenza si attiva anche il pannello fotovoltaico, che genera elettricità, producendo il movimento della pompa di calore. Quest'ultima trasferisce il fluido caldo all'interno dello scambiatore portando il calore del collettore all'accumulo integrato, fino al limite di temperatura di 95°C.



*Luca Trentini, product manager, e Silvia Cantori, ufficio marketing, di fianco al Solar Bienergy 150*



# SOLON SOLiberty.



*La soluzione per l'accumulo energetico in autonomia dalla rete elettrica.*

*Più indipendenza nei consumi domestici.*



SOLON  
Innovation

- › Copertura del fabbisogno energetico fino al 90%
- › Abbattimento dei costi in bolletta
- › Accesso alla detrazione fiscale
- › Sistema completamente "Made in Italy"
- › Versioni disponibili: DC per nuovi impianti, AC per impianti già esistenti
- › Sistema di stoccaggio energetico con batterie al piombo/gel
- › 4 tipologie di capacità totale: 3,3 kWh, 6,7 kWh, 8,5 kWh, 10 kWh
- › Fino a 6 anni di garanzia sull'efficienza dello storage

## CORSI DI FORMAZIONE FV

### SMA

#### SMA

Milano, 15 aprile 2014

#### Impianti fotovoltaici commerciali e industriali – livello II

L'obiettivo del corso è quello di analizzare dal punto di vista tecnico i principali step per la progettazione, il corretto dimensionamento e la predisposizione di sistemi di monitoraggio finalizzati ad ottimizzare il rendimento dell'impianto fotovoltaico, sia con inverter modulari sia con inverter centralizzati. Il corso prevede anche l'analisi della legislazione fotovoltaica vigente e alcune simulazioni finanziarie di impianti realizzati in regime di SEU e casi pratici di revamping. Inoltre, vengono esaminate le caratteristiche costruttive, elettriche e di installazione dell'impianto tramite i software di progettazione Sunny Design e PV System.

Milano, 16 aprile 2014

#### Impianti fotovoltaici Off-grid e accumulo - livello I

L'obiettivo del corso è quello di presentare le principali caratteristiche tecniche degli inverter SMA non connessi alla rete. Il corso introduce anche la normativa in vigore, soprattutto in relazione alla compatibilità con i sistemi di accumulo SMA. Inoltre durante il corso è previsto anche un approfondimento sui sistemi di monitoraggio finalizzati ad ottimizzare il rendimento dell'impianto fotovoltaico.

Milano, 14 maggio 2014

#### Impianti fotovoltaici Off-grid e accumulo – livello II

L'obiettivo del corso è quello di analizzare nel dettaglio le caratteristiche tecniche degli inverter SMA non connessi alla rete. Dopo avere esaminato i parametri specifici per la configurazione di un impianto fotovoltaico non connesso alla rete elettrica, il corso prevede la presentazione di alcuni casi pratici, progettati e dimensionati anche con il Multiclustor Box.

Il corso continua con la presentazione e l'analisi dei sistemi di accumulo SMA: vengono esaminati, in particolare, gli aspetti tecnici della normativa in vigore sia sui sistemi d'accumulo che sull'autoconsumo energetico e i prodotti SMA ideali per questo tipo di applicazioni fotovoltaiche.

Infine, il corso prevede anche un approfondimento sui sistemi di monitoraggio per la gestione dell'accumulo energetico e dell'autoconsumo.

### MESOS

Roma, 16 maggio 2014

#### Corso avanzato per la gestione, ottimizzazione e revamping degli impianti fotovoltaici installati

#### Valutazione delle performance, manutenzione e riparazione degli impianti fotovoltaici installati

L'attività di formazione avanzata, rivolta agli operatori nei servizi di O&M, sarà incentrata sulla gestione e manutenzione degli impianti mediante esercitazioni su un'installazione collegata alla rete. Saranno approfondite le casistiche di guasto più ricorrenti e le modalità di risoluzione.

L'esercitazione sull'impianto verterà inoltre sull'attuazione di tipiche procedure di ricerca guasti. Verranno illustrate in aula e successivamente svolte su campo, in condizioni reali, le prove, verifiche e misure previste nel collaudo in potenza e in energia mediante strumentazione avanzata. Sulla base dell'esito del collaudo, saranno analizzati i casi in cui è possibile individuare interventi di ottimizzazione della performance energetica.

Infine, saranno illustrati alcuni esempi reali di sistemi di monitoraggio (impianto di grande taglia e sistemi utilizzando microinverter).

Per maggiori informazioni: Tel: 06-30483253; corsi@portalemesos.it

### RENER

Tutti i mesi previa prenotazione anticipata a Sansepolcro (AR)

#### Corso di installazione e progettazione impianti fotovoltaici

Il corso ha come obiettivo quello di aiutare i tecnici a comprendere come avvicinare nuovi clienti e aziende, dimensionare il preventivo in base alle esigenze del cliente, completare l'installazione in base alle caratteristiche del sito, predisporre la documentazione necessaria per ottimizzare la resa dell'impianto, impostare una corretta politica strategica per la manutenzione dell'impianto, facilitare l'accesso al credito e ai finanziamenti per minimizzare i costi dell'impianto.

#### Manutenzione e sicurezza degli impianti fotovoltaici

Il corso, della durata di tre giorni, è rivolto agli installatori che mirano a garantire ai propri clienti il perfetto funzionamento

del loro impianto. Ai partecipanti, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione congiunto IMQ Formazione - Rener.

#### Integrazione del fotovoltaico in architettura e nel contesto urbano

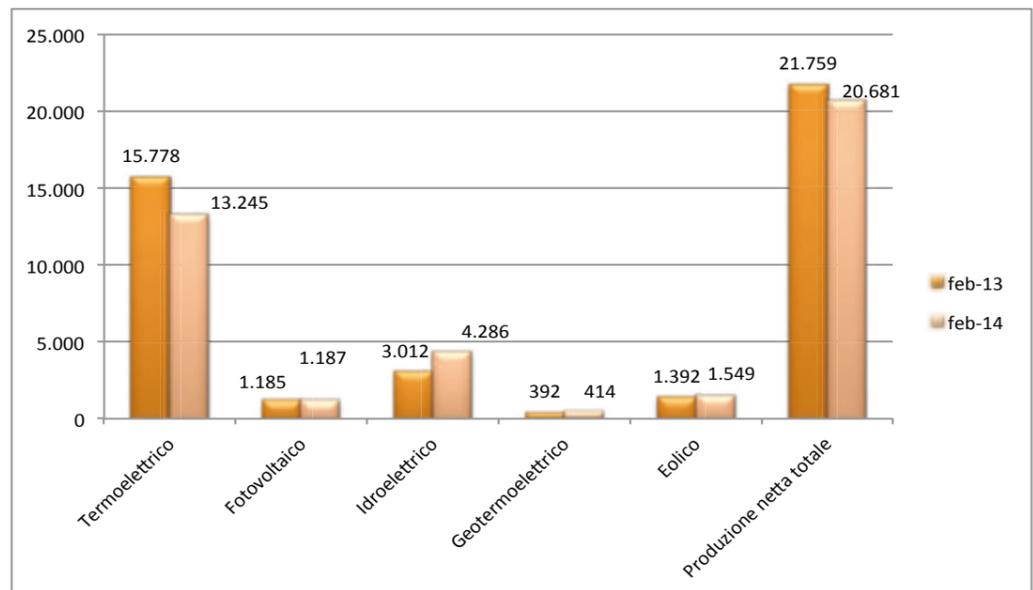
Il corso si propone di fornire le conoscenze dei sistemi fotovoltaici più innovativi e la possibilità di integrarli nell'edificio e nel contesto urbano. La tre giorni in aula vuole offrire una conoscenza specifica

ed esaustiva riguardo strumenti e metodi per la progettazione e la realizzazione di sistemi fotovoltaici integrati nell'involucro dell'edificio, affrontando anche le questioni normative, autorizzative e di fattibilità ed opportunità economica.

Per maggiori informazioni: [www.rener.it](http://www.rener.it) – [info@rener.it](mailto:info@rener.it) -  
Tel. 0575.720101

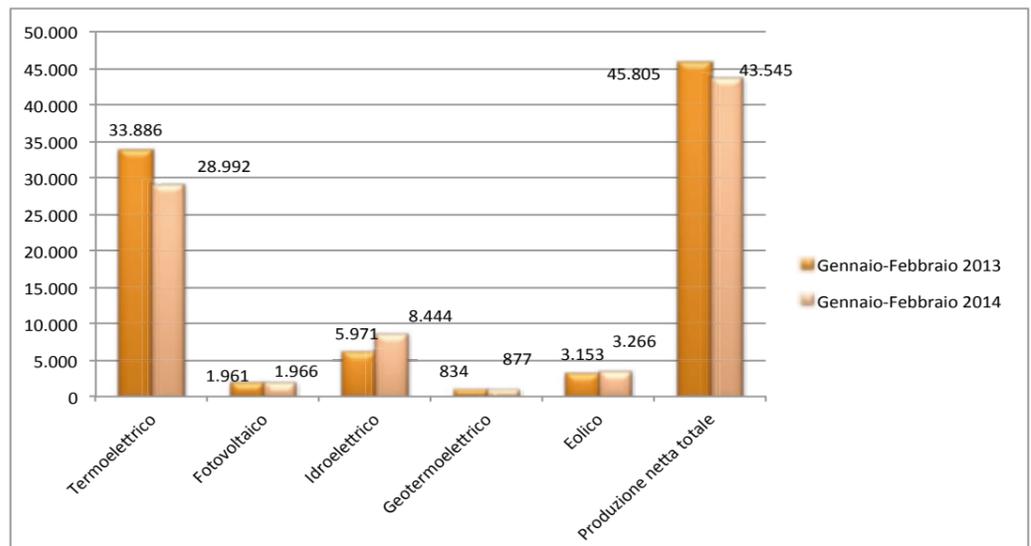
## Numeri e trend aggiornamento al 31 febbraio 2014

### PRODUZIONE NETTA DI ENERGIA ELETTRICA IN ITALIA IN GWH (RAPPORTO MENSILE)



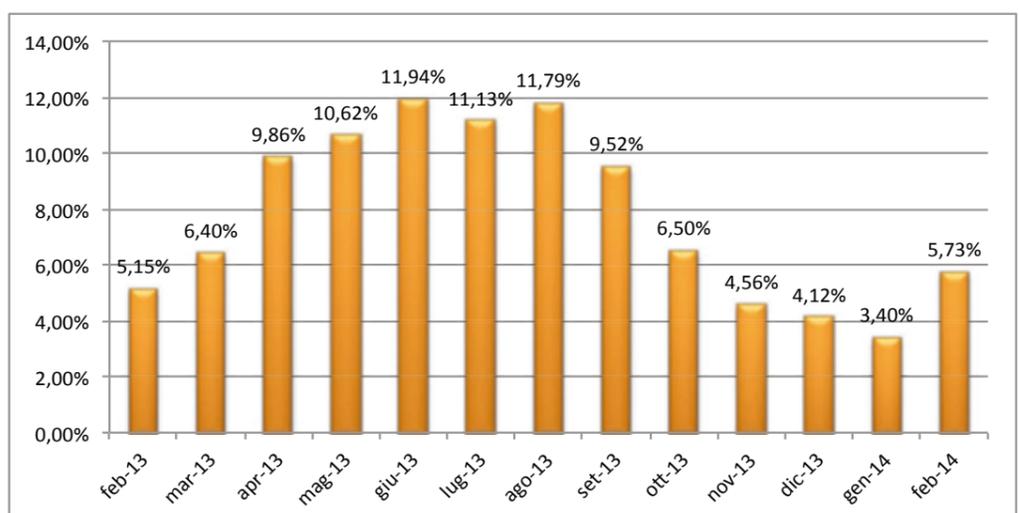
FONTE: TERNA

### PRODUZIONE NETTA DI ENERGIA ELETTRICA IN ITALIA IN GWH (2013-2014)



FONTE: TERNA

### PESO DEL FOTOVOLTAICO SULLA PRODUZIONE NETTA NAZIONALE



FONTE: TERNA

# **POWER-ONE DIVENTA POWER OF TWO**

Dal 1° Maggio, Power-One diventerà ABB e questo è molto più di un cambio di brand. Uno dei più innovativi produttori di inverter nel mondo beneficerà dell'engineering, della struttura globale e della solidità finanziaria di una grande compagnia presente nella classifica Fortune 500. I benefici per i nostri clienti e per l'intera industria solare saranno avvertiti dal primo giorno e per gli anni a venire.

Per maggiori informazioni sulla transizione di Power-One in ABB, visita il sito: <http://it.power-one.com/abb>

**1° MAGGIO: POWER-ONE DIVENTA ABB**

**SOLAREXPO<sup>®</sup>**  
MILANO • 7-9 MAGGIO 2014

**PADIGLIONE 6 - STAND K02**