



UTILITY E FOTOVOLTAICO: CAMBIANO LE STRATEGIE

CON LA FLESSIONE DEI NUOVI IMPIANTI DI TAGLIA RESIDENZIALE E IL RALLENTAMENTO DELLA CRESCITA IN AMBITO C&I, I PRINCIPALI OPERATORI DI LUCE E GAS CHE NEGLI ULTIMI ANNI HANNO INVESTITO NEL FOTOVOLTAICO E NELLA FORNITURA DI SOLUZIONI PER L'EFFICIENTAMENTO ENERGETICO STANNO PUNTANDO SU NUOVE LEVE PER CONSOLIDARE LA PROPRIA PRESENZA SUL MERCATO. CERTIFICAZIONE DEGLI INSTALLATORI, CAPILLARITÀ DELLA RETE VENDITA, SERVIZI E PROMOZIONI LEGATE ALLE INSTALLAZIONI SONO ALCUNI ESEMPI DI COME LE UTILITY SI STANNO ORGANIZZANDO

DI MICHELE LOPRIORE

Il mercato italiano del fotovoltaico sta attraversando una fase turbolenta che sta interessando in particolare modo il comparto residenziale e, in maniera minore, anche il segmento commerciale e industriale. Le prime hanno subito un brusco rallentamento con la fine del Superbonus e dello sconto in fattura, e rischiano di subire un ulteriore contraccolpo negativo qualora il governo decidesse di cancellare le detrazioni fiscali per le ristrutturazioni edilizie nel corso del 2025. Il comparto commerciale invece ha registrato un rallentamento della crescita delle nuove installazioni a causa della fase di stallo generata tra l'annuncio del Piano Transizione 5.0 e la pubblicazione delle sue regole operative.

Si tratta dei due segmenti di mercato maggiormente presidiati dalle principali utility che negli ultimi anni hanno investito in team dedicati, installatori partner e rete vendita per intercettare la domanda che proprio dalle installazioni fotovoltaiche su tetto e dalle soluzioni per l'efficientamento energetico stava permettendo agli operatori di luce e gas di completare e perfezionare la propria offerta.

Ma ora servirà un ulteriore sforzo. Con gli incentivi legati alla maxi agevolazione e con gli alti costi dell'energia che fino a un paio di anni fa avevano messo in ginocchio diverse aziende in Italia, per le utility raggiungere i clienti finali era molto più semplice, anzi: la criticità maggiore era legata al reperimento di forza lavoro per riuscire a stare al passo con la domanda. Oggi invece la situazione si è capovolta: per queste realtà è diventato fondamentale perfezionare le relazioni con la base di installatori creata in questi anni e fornire loro tutti gli strumenti necessari per andare a intercettare una domanda che è molto più bassa rispetto agli anni del Superbonus.

Così i principali operatori di luce e gas stanno formulando proposte accattivanti senza però rinunciare alla qualità dell'offerta e ai servizi ai propri installatori. Stanno inoltre cercando di guardare oltre il residenziale per scovare nuove opportunità di business.

«Il mercato del fotovoltaico in Italia sta attraversando un periodo turbolento, scaturito dalla fine dello sconto in fattura nell'ambito del Superbonus ed Ecobonus e che sta avendo tutt'oggi un impatto significativo su quelle multiutility come Iren che avevano puntato molto sul residenziale facendo leva proprio sul meccanismo legato alla maxi agevolazione», dichiara Carolina Mariani, responsabile Prodotti innovativi e Assicurazioni di Iren Mercato. «Diventa quindi fondamentale andarsi a prendere il mercato anche se la domanda non è più elevata come qualche anno fa».

NUOVA TEGOLA SUL RESIDENZIALE

Come accennavamo poco fa, l'interruzione delle agevolazioni nell'ambito del Superbonus e la fine dello sconto in fattura hanno determinato un raffreddamento della domanda in ambito residenziale con un impatto significativo sui numeri. I nuovi allacci di taglia compresa tra 3 e 12 kW da gennaio ad agosto hanno segnato un calo del 25% rispetto ai primi otto mesi del 2023. Il calo della taglia compresa tra 12 e 20 kW è invece del 7%. E c'è un'ombra che minaccia tutto il comparto domestico, ed è quella della possibile fine delle detrazioni fiscali. L'aliquota per le spese di installazione di impianti fotovoltaici sostenute nel contesto del Bonus Casa potrebbe scendere, dal 1° gennaio 2025, dal 50% al 36%. Questa percentuale, dal 1° gennaio 2028, potrebbe ulteriormente ridursi fino al 30%. Inoltre la spesa massima del Bonus Casa potrebbe passare, sempre dal 1° gennaio 2025, da 96.000 a 48.000 euro per unità immobiliare.

Secondo alcune stime di Anie Rinnovabili, senza il supporto degli incentivi fiscali, il tasso di adozione di nuovi impianti potrebbe subire una flessione pari a circa il 30%.

Nel mese di ottobre è tuttavia giunta un'importante novità che lascia ben sperare: il Consiglio dei Ministri avrebbe infatti optato per una proroga delle detrazioni fiscali al 50% che potrebbe valere per tutto il 2025,

ma appunto solo per le prime case. Per le seconde case, invece, il governo dovrebbe optare per detrazioni con aliquota al 36% già a partire dal prossimo anno.

Qualora la Legge di Bilancio 2025 dovesse confermare questa novità, il 2025 potrebbe portare a una corsa delle installazioni per aderire al periodo utile per evitare il rischio di non poter più sfruttare la detrazione al 50%. E questo potrebbe dare nuova linfa alle utility che, per sostenere gli investimenti dei cittadini, hanno studiato e lanciato anche nuove formule.

NUOVE PROMO

Tra queste spiccano, ad esempio, nuove promozioni ancora più accattivanti per avvicinare il cliente finale alla scelta d'acquisto e permettere di beneficiare dell'ultimo periodo utile delle detrazioni fiscali.

Ci sono infatti diverse promo sulla fornitura di pacchetti chiavi in mano, tutto incluso, a prezzi decisamente vantaggiosi e con la possibilità di spalmare il prezzo in bolletta. Le promozioni sono, spesso, compatibili con le detrazioni fiscali al 50%.

Gli esempi sono molteplici: Sorgenia ha lanciato una promo per l'installazione di un impianto fotovoltaico di taglia residenziale specificando "Approfitta ora del Bonus Casa al 50%! Salvo modifiche, la detrazione fiscale per il fotovoltaico residenziale passerà dal 50% al 36% dal 1° gennaio 2025".

E.ON, invece, ha lanciato la promozione "Solar Dream" che consente agli utenti privati o con partita iva di avere un impianto fotovoltaico con pagamento dilazionato. Inoltre, acquistando una batteria, è possibile avere uno sconto sul preventivo.

Anche Iren ha lanciato una promo "Fotovoltaico tutto incluso" che propone un impianto fotovoltaico da 3 kW a partire da un prezzo decisamente vantaggioso che comprende progettazione, installazione e pratica Enea. «Attraverso un'offerta di qualità che punti a massimizzare i vantaggi per il cliente è possibile guadagnare quote di mercato», commenta Diego Di Fazio, sales director B2C di E.ON Energia. «In questo senso le energy company, che negli ultimi anni hanno fatto e che stanno continuando a fare forti investimenti in questo business, sono in una posizione privilegiata: oltre ad avere competenze e capabilities hanno la possibilità di integrare la loro proposizione con offerte commodity attraverso le quali ridurre i tempi di ritorno dell'investimento per il cliente. Per intercettare al meglio la domanda di nuovi impianti in Italia bisogna far leva su quei soggetti che hanno la possibilità di raccogliere tutta la filiera in un modello unico e completamente integrato, che segue il cliente dalla sua prima richiesta fino all'allaccio e alla domanda di accesso agli incentivi.

Infine, in un mercato che cambia, la competenza della forza commerciale deve essere posta come priorità, con lo scopo di trasmettere il giusto grado di consapevolezza all'utente finale».

Mario Mauri, CEO di Sorgenia Green Solutions, ha aggiunto: «Anche nel mercato residenziale, nonostante l'incertezza sugli incentivi, vediamo opportunità future con modelli più orientati a valorizzare l'utilizzo dei certificati bianchi tramite i quali l'energia prodotta dall'impianto e autoconsumata dal cliente possa essere valorizzata sia in termini energetici che sociali. Un sistema che valorizzi l'energia prodotta direttamente dagli impianti rappresenterebbe un forte incentivo per il settore residenziale. Questo non solo sosterebbe la transizione energetica, ma creerebbe anche benefici tangibili per i clienti e per il Paese. La chiave è evolvere verso un modello di servizio integrato».

CAMBIA LA PROPOSTA

Negli anni frenetici del Superbonus, le principali utility si sono strutturate con una rete di partner adeguata alla domanda che cresceva in modo significativo. Per gli installatori proporre il fotovoltaico era semplice: bastava far leva sugli incentivi per vendere l'impianto.

Oggi la situazione è nettamente mutata. Bisognerà infatti conquistare, centimetro dopo centimetro, opportunità di business e nuova clientela per mantenersi saldi sul mercato. In questa direzione, il ruolo dell'utility è cruciale. Dopo aver incrementato la rete di partner, l'obiettivo adesso è quello di fidelizzare gli operatori. Per farlo, i principali operatori continuano

a far leva sulla fornitura di pacchetti chiavi in mano, dall'installazione alla gestione degli impianti, ai servizi, tra cui progettazione e analisi economico-finanziaria, esecuzione delle pratiche autorizzative, monitoraggio della produzione e dei risparmi e formazione tecnico-commerciale.

«Siamo da sempre abituati ai cicli di stop and go tipici del fotovoltaico», spiega Tommaso Lascaro, head of sales Power & Gas and Energy Efficiency di AGN Energia. «Il nostro approccio rimane costruttivo: continuiamo a rafforzare la nostra presenza in Italia attraverso una strategia basata su quattro pilastri fondamentali. Il primo pilastro sono i nostri installatori certificati, che consideriamo veri e propri partner accreditati. A questi si affianca una rete vendita capillare e altamente formata, un servizio di back office efficiente e, infine, una proposta commerciale di alta qualità. Stiamo investendo in questi elementi per migliorare la gestione delle relazioni e ottimizzare la conversione dei lead in clienti effettivi».

PIÙ OPPORTUNITÀ

Le opportunità di business però vanno oltre il semplice impianto di taglia residenziale e, proprio per questo, le principali utility iniziano a strizzare l'occhio anche al segmento commerciale e industriale con nuove formule. È il caso, ad esempio, dei PPA o di proposte legate alla costituzione di comunità energetiche industriali.

«La strategia adottata da Iberdrola per rispondere alla crescente domanda di nuovi impianti fotovoltaici di taglia industriale in Italia si fonda su una lunga storia di impegno verso la sostenibilità e l'innovazione nel settore energetico», spiega Lorenzo Costantini, direttore commerciale di Iberdrola Italia. «Tra le soluzioni offerte, i Corporate Power Purchase Agreements rappresentano un'opportunità significativa per le aziende desiderose di adottare fonti energetiche rinnovabili a lungo termine, mitigando allo stesso tempo il rischio di volatilità dei prezzi dell'energia. Attraverso questi contratti, le aziende possono beneficiare di una stabilità dei prezzi dell'energia sul lungo periodo e ridurre

LONGI

Hi-MO 9

L'inizio della prossima generazione

Efficienza fino al 24,43%

Tecnologia HPBC 2.0

Elevate performance del modulo in caso di irraggiamento non uniforme

Degradazione inferiore garantita in 30 anni



la propria dipendenza dai combustibili fossili. I due modelli principali includono il Cppa On-site, in cui Iberdrola sostiene interamente il costo dell'investimento e della manutenzione dell'impianto, che verrà costruito presso i siti di produzione dei propri clienti industriali. Dall'altra parte il Cppa Off-site, si basa sulla fornitura di energia proveniente da impianti fotovoltaici Iberdrola situati sul territorio nazionale».

Iberdrola ha già operativi impianti fotovoltaici a Montalto di Castro (23 MW), Montefiascone (7 MW) e Tarquinia (33 MW). Sono già diverse le conferme ricevute da importanti player sul territorio italiano per questa tipologia di contratti. Da una parte, Prima Sole Components (PSC) che ha recentemente sottoscritto un accordo PPA Off-site legato all'impianto di Montalto di Castro; dall'altra Bticino e Bayer che hanno sottoscritto due ac-

cordi PPAs Off-site che impegnano l'energia verde prodotta dall'impianto di Montefiascone.

Mario Mauri di Sorgenia ha aggiunto: «Continuiamo a puntare sul mercato residenziale, nonostante la contrazione dovuta alla riduzione degli incentivi, confidando in una ripresa grazie a nuovi strumenti legati alla direttiva europea "Case Green". Parallelamente, siamo molto attivi nel settore industriale, con impianti che vanno da piccole installazioni fino a progetti di 10 MW. Siamo anche impegnati nello sviluppo delle comunità energetiche rinnovabili, con impianti a terra fino a 1 MW, finanziati direttamente da noi. Da ultimo, stiamo lavorando anche alla realizzazione di impianti "utility scale" per contribuire alla transizione energetica del Paese. Oggi stiamo vivendo un'accelerazione importante, grazie anche a modelli alternativi al tradizionale "chiavi in mano". Tra questi, i contratti PPA on-site si stanno dimostrando particolarmente efficaci, soprattutto quando integrati con le comunità energetiche, che hanno un ruolo sempre più rilevante. In particolare, gli impianti fotovoltaici collegati alle comunità energetiche, siano esse industriali o civili, stanno diventando un pilastro centrale del settore».

AGN ENERGIA

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

Servizi per gli installatori:

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

"SI CRESCE CON INSTALLATORI CERTIFICATI E RETE VENDITA FORMATA"

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



«AGN Energia opera nel settore del fotovoltaico da oltre dieci anni, ma è in particolare negli ultimi due che abbiamo intensificato significativamente i nostri investimenti. Oggi iniziamo a vedere i primi risultati, nonostante il contesto di mercato turbolento. Questo non ci sorprende, poiché siamo da sempre abituati ai cicli di stop and go tipici del fotovoltaico. Anzi, il nostro approccio rimane costruttivo: continuiamo a rafforzare la nostra presenza in Italia attraverso una strategia basata su quattro pilastri fondamentali.

Il primo pilastro sono i nostri installatori certificati, che consideriamo veri e propri partner accreditati. A questi si affianca una rete vendita capillare e altamente formata, un servizio di back office efficiente e, infine, una proposta commerciale di alta qualità. Stiamo investendo in questi elementi per migliorare la gestione delle relazioni e ottimizzare la conversione dei lead in clienti effettivi. Abbiamo formato la nostra rete vendita attraverso un'Academy dedicata, incentrata sulle soluzioni e i servizi che offriamo, sia per il mercato residenziale che commerciale. Inoltre, per dare un ulteriore impulso alle vendite, stiamo lanciando una promozione esclusiva: un impianto fotovoltaico da 3 kW chiavi in mano, offerto a un prezzo competitivo, anche grazie alla possibilità di combinare le nostre offerte di fornitura luce 100% green e gas».

FORMAZIONE E INFORMAZIONE

In un mercato che cambia i servizi e il sostegno agli installatori diventano un pilastro fondamentale nella strategia delle principali utility. Tra questi, formazione e supporto nella ricerca dei clienti sono ritenuti fondamentali. Le principali utility stanno quindi mettendo a punto momenti formativi per i propri partner cercando inoltre di investire nei principali momenti fieristici per acquisirne di nuovi.

«Oltre alla gestione attenta delle relazioni consolidate con i nostri clienti», aggiunge Lorenzo Costantini di Iberdrola, «la strategia di potenziamento mira a presidiare i principali eventi di settore per entrare in contatto con nuovi potenziali clienti in target. Il debutto al Key - The Energy Transition Expo nel 2024 è un esempio significativo di questa strategia, poiché ha contribuito non solo a aumentare la visibilità del brand, ma anche a generare nuovi contatti commerciali. Inoltre, Iberdrola riconosce il valore delle partnership come fondamentali per la crescita del business, e attribuisce grande importanza alle relazioni con le associazioni del settore produttivo nazionale».

Altro pilastro fondamentale è l'informazione e la sensibilizzazione dei clienti finali. E, da questo punto di vista, oltre alla possibilità di raggiungere più facilmente i clienti con i quali le utility hanno già contratti di luce e gas, hanno anche le risorse per investire sui principali mezzi di comunicazione e raggiungere nuovi potenziali end user: Tv, radio, podcast e l'uso di testimonial autorevoli sono alcuni esempi. Come la nuova campagna radio di Sorgenia partita ad ottobre che vede ancora una volta protagonista la campionessa di schermo Bebe Vio Grandis, che ha rinnovato per altri quattro anni l'accordo che la lega all'azienda.

Insomma, emerge come nonostante le turbolenze del periodo per il mercato del fotovoltaico le utility stiano reagendo grazie a diversi mezzi a disposizione. Mezzi che stanno permettendo a queste realtà di restare saldi sul mercato, continuare a crescere e garantire nuove opportunità e nuove sfide agli installatori.

e.on

Offerta per il fotovoltaico: pacchetti per tutti i segmenti di mercato, in particolare il noleggio operativo per il residenziale
Target: residenziale, commerciale e condomini
Numero installatori partner: 120
Servizi per gli installatori:
- E.ON Academy
- Servizi di training per tutti i tecnici delle aziende partner

"PUNTARE SULLA PROFESSIONALITÀ DELL'AREA COMMERCIALE"

Diego Di Fazio, sales director B2C di E.ON Energia



«Attraverso un'offerta di qualità che punti a massimizzare i vantaggi per il cliente è possibile guadagnare quote di mercato. In questo senso le Energy company, che negli ultimi anni hanno fatto e che stanno continuando a fare forti investimenti in questo business, sono in una posizione privilegiata: oltre ad avere competenze e capabilities hanno la possibilità di integrare la loro proposizione con offerte commodity attraverso le quali ridurre i tempi di ritorno dell'investimento per il cliente. Per intercettare al meglio la domanda di nuovi impianti in Italia bisogna far leva su quei soggetti che hanno la possibilità di raccogliere tutta la filiera in un modello unico e completamente integrato, che segue il cliente dalla sua prima richiesta fino all'allaccio e alla domanda di

accesso agli incentivi. Infine, in un mercato che cambia la competenza della forza commerciale deve essere posta come priorità, con lo scopo di trasmettere il giusto grado di consapevolezza all'utente finale. Inoltre, il cliente che ha tratto soddisfazione dal servizio ricevuto deve poter essere incentivato a diventare promotore dell'offerta stessa. In questo senso E.ON sta preparando delle novità molto interessanti che ci aiuteranno ad efficientare la nostra rete».

iren

Offerta per il fotovoltaico: pacchetto completo chiavi in mano costituito da moduli, inverter e sistemi di storage
Target: residenziale, PMI, comunità energetiche e condomini
Numero installatori partner: 20
Numero agenzie sul territorio: 25
Servizi per gli installatori:

- Sopralluogo tecnico e analisi dei consumi;
- Scelta della soluzione ottimale per il cliente;
- Progettazione e analisi economico-finanziaria;
- Rimozione e smaltimento amianto (se presente) dalla copertura;
- Esecuzione delle pratiche autorizzative;
- Installazione e collaudo dell'impianto;
- Monitoraggio della produzione e dei risparmi;
- Gestione e manutenzione.

"RICONQUISTARE IL MERCATO IN SINERGIA CON GLI INSTALLATORI"

Carolina Mariani, responsabile Prodotti innovativi e Assicurazioni di Iren



«Il mercato del fotovoltaico in Italia sta attraversando un periodo turbolento, scaturito dalla fine dello sconto in fattura nell'ambito del Superbonus ed Ecobonus e che sta avendo tutt'oggi un impatto significativo su quelle multiutility come Iren che avevano puntato molto sul residenziale facendo leva proprio sul meccanismo legato alla maxi agevolazione. In questi anni ci siamo strutturati con un team focalizzato sulla fornitura di soluzioni per l'efficiamento energetico sia per quanto riguarda l'area marketing sia per l'area tecnica. Diventa

quindi fondamentale andarsi a prendere il mercato anche se la domanda non è più elevata come qualche anno fa. Per farlo, bisogna lavorare in sinergia con i propri installatori partner offrendo soluzioni chiavi in mano con prezzi accattivanti. A questo stiamo facendo leva su servizi accessori come polizze assicurative all risk, servizi di manutenzione, finanziamenti agevolati e noleggio operativo. Per valorizzare queste novità abbiamo avviato una campagna digital, che ci permette di intercettare numerosi potenziali clienti, e consolidato le iniziative attraverso i vari sportelli sul territorio. La risposta è positiva. Pensiamo infine che la fine del mercato in tutela darà un'ulteriore boost alle soluzioni per l'efficiamento energetico, sia per le abitazioni sia per le imprese».

**Offerta per il segmento industriale:**

Corporate Power Purchase Agreements e soluzioni "taylor-made" di autoconsumo da impianti a fonti rinnovabili

Target: industriale

Servizi:

- Diagnosi energetica
- Monitoraggio consumi
- Energy Management
- Installazione impianti
- Gestione e manutenzione

"PROPOSTE SU MISURA PER GLI IMPIANTI DI TAGLIA INDUSTRIALE"

Lorenzo Costantini, direttore commerciale di Iberdrola Italia



«La strategia adottata da Iberdrola per rispondere alla crescente domanda di nuovi impianti fotovoltaici di taglia industriale in Italia si fonda su una lunga storia di impegno verso la sostenibilità e l'innovazione nel settore energetico. Questo approccio permetterà all'azienda di raggiungere la soglia di 400 MW di capacità operativa in Italia entro il 2025. La proposta si concentra sull'offerta di soluzioni su misura per la decarbonizzazione, adattate alle esigenze specifiche dei clienti. In particolare, Iberdrola ha posto un forte focus sugli impianti fotovoltaici come elemento centrale della propria strategia in Italia. Tra le soluzioni offerte, i Corporate Power Purchase Agreements (Cpapas) rappresentano un'opportunità significativa per le aziende desiderose di adottare fonti energetiche rinnovabili a lungo termine, mitigando allo stesso tempo il rischio di volatilità dei prezzi dell'energia.

Attraverso i contratti Cpapas, le aziende possono beneficiare di una stabilità dei prezzi dell'energia sul lungo periodo e ridurre la propria dipendenza dai combustibili fossili. I due modelli principali includono il Cppa On-site, in cui Iberdrola sostiene interamente il costo dell'investimento e della manutenzione dell'impianto, che verrà costruito presso i siti di produzione dei propri clienti industriali. Dall'altra parte il Cppa Off-site, si basa sulla fornitura di energia proveniente da impianti fotovoltaici Iberdrola situati sul territorio nazionale. Iberdrola si impegna ad adottare una strategia completa che si concentra sull'offerta di soluzioni di decarbonizzazione flessibili e integrate. Questo approccio consente all'azienda di adattarsi alle mutevoli esigenze delle aziende nel tempo, creando relazioni durature e facilitando l'implementazione di contratti esistenti. Oltre alla gestione attenta delle relazioni consolidate con i nostri clienti, la strategia di potenziamento mira a presidiare i principali eventi di settore per entrare in contatto con nuovi potenziali clienti in target».



Offerta per il fotovoltaico: pacchetto completo chiavi in mano, dall'installazione all'attivazione dell'impianto;

- Formula PPA per le aziende

Target: residenziale, PMI e comunità energetiche

Numero installatori partner: oltre 100

Servizi per gli installatori:

- Formazione su soluzioni tecniche e nuovi prodotti
- Consulenza e assistenza, sia in cantiere sia online
- Affiancamento durante le attività di costruzione e allaccio impianto

"MODELLI ALTERNATIVI PER LA TAGLIA C&I"

Mario Mauri, CEO di Sorgenia Green Solutions



«Non abbiamo rilevato un particolare rallentamento nel segmento commerciale e industriale. Al contrario, stiamo vivendo un'accelerazione importante, grazie anche a modelli alternativi al tradizionale "chiavi in mano". Tra questi, i

contratti PPA on-site si stanno dimostrando particolarmente efficaci, soprattutto quando integrati con le comunità energetiche, che hanno un ruolo sempre più rilevante. In particolare, gli impianti fotovoltaici collegati alle CER, siano esse industriali o civili, stanno diventando un pilastro centrale del settore. Anche nel mercato residenziale, nonostante l'incertezza sugli incentivi, vediamo opportunità future con modelli più orientati a valorizzare l'utilizzo dei certificati bianchi tramite i quali l'energia prodotta dall'impianto e autoconsumata dal cliente possa essere valorizzata sia in termini energetici che sociali. Il nostro focus principale al momento è rappresentato dal settore industriale e commerciale che offre grandi opportunità per installare impianti fotovoltaici, sia sui tetti che a terra, direttamente collegati alla fornitura dell'energia utilizzata dalle aziende. Continuiamo, però, a monitorare anche il settore civile, con particolare attenzione ai piccoli impianti per le abitazioni. Sebbene l'incertezza correlata ai futuri sistemi incentivanti stia frenando questo mercato, confidiamo in un quadro normativo più stabile. Un sistema che valorizzi l'energia prodotta direttamente dagli impianti, attraverso meccanismi come i certificati bianchi, rappresenterebbe un forte incentivo per il settore residenziale. Questo non solo sosterrrebbe la transizione energetica, ma creerebbe anche benefici tangibili per i clienti e per il Paese. La chiave è evolvere verso un modello di servizio integrato. Non ci limitiamo a installare impianti fotovoltaici, ma proponiamo soluzioni di energy management che permettono ai clienti di ottimizzare l'uso di tutte le fonti energetiche a loro disposizione. Questo approccio garantisce maggiore efficienza e vantaggi economici in un mercato sempre più complesso».



“ Sono così efficienti che li ho scelti anche a casa mia. ”

Luigi, installatore fotovoltaico.

I prodotti Chint sono soluzioni professionali, per i professionisti.

Prodotti affidabili, sicuri ed efficienti per la bassa tensione, le energie rinnovabili, l'automazione industriale e non solo. Un valore aggiunto per chi ogni giorno, cantiere dopo cantiere, sceglie il meglio per il proprio lavoro.



chint.it

CHINT Italia Investment Srl
Via Bruno Maderna 7
30174 Venezia - info@chint.it

