



# FOTOVOLTAICO ITALIANO: IL RUOLO DELLA DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA PER LA RIPARTENZA DEL MERCATO

L'ECCESSO DI OFFERTA DI PRODOTTI UNITO AL FORTE RALLENTAMENTO DELLA DOMANDA DI NUOVI IMPIANTI IN AMBITO RESIDENZIALE IN ITALIA HANNO GENERATO UN CONTRACCOLPO SIGNIFICATIVO SUI PRINCIPALI DISTRIBUTORI, CHE SI TROVANO OGGI A FARE I CONTI CON MAGAZZINI SATURI E PRESSIONI SU MARGINI E REDDITIVITÀ. COME USCIRE DA QUESTO MOMENTO DI DIFFICOLTÀ? E, SOPRATTUTTO, COME RAFFORZARE ANCORA DI PIÙ LE PARTNERSHIP CON PRODUTTORI E INSTALLATORI? NE ABBIAMO PARLATO IN UNA TAVOLA ROTONDA CON PAOLO PANIGHI DI ELFOR, GIUSEPPE MALTESE DI ENERGIA ITALIA, RICCARDO PRIOLO DI ENERKLIMA, LUCA DEMATTÈ DI ESAVING, MASSIMILIANO COCCONI DI GREENSUN, ANDREA PARRINI DI P.M. SERVICE E PAOLO ZAVATTA DI VP SOLAR

Il fotovoltaico italiano sta attraversando un momento di difficoltà a causa del sovrapporsi di problematiche nazionali e critiche a livello globale. Con la fine di sconto in fattura e cessione del credito, lo sviluppo del segmento residenziale ha subito una brusca frenata, mentre i grandi impianti continuano ad essere ostacolati da normative e procedure burocratiche avverse e da un atteggiamento poco favorevole dell'attuale governo.

La domanda debole a livello nazionale si è scontrata con una situazione internazionale caratterizzata da un eccesso di offerta di prodotto a livelli mai visti in passato, soprattutto per quanto riguarda i moduli.

L'effetto combinato di queste due congiunture ha generato un crollo verticale dei prezzi dei pannelli fotovoltaici, proprio mentre nei magazzini di produttori, importatori e distributori si segnala un grave sovraccarico di merce. Così, nonostante

il mercato globale del fotovoltaico continui a crescere a ritmi positivi, i player del settore rischiano di vedere compromessi margini e redditività, in alcuni casi con prospettive preoccupanti per la solidità economica nel prossimo futuro.

Quando e come potrà allentarsi questa situazione di eccesso di offerta in particolare verso il mercato europeo? Quale potrà essere il ruolo della distribuzione specializzata in una ripartenza del mercato?

La complessità del momento richiede partnership più solide e motivate: che cosa chiede la distribuzione specializzata ai propri fornitori per costituire un fronte solido contro le criticità?

Stanno già emergendo dei segnali di ripresa dal fotovoltaico italiano? E se sì, che peso hanno e come si manifestano? Quali sono le contromisure che si possono prendere in questa fase per sostenere la diffusione di impianti di taglia residenziale? Come gli installatori stanno vivendo questa

situazione e quali sono le prospettive del mercato italiano nel 2024?

Per affrontare tutti questi aspetti, SolareB2B ha organizzato una tavola rotonda a porte chiuse che si è tenuta lo scorso venerdì 15 dicembre a Sesto San Giovanni, a pochi chilometri da Milano. Alla tavola rotonda hanno partecipato sette figure di primo piano della distribuzione specializzata: Paolo Panighi, Ceo di Elfor; Giuseppe Maltese, vicepresidente e direttore commerciale di Energia Italia; Riccardo Priolo, business development di Enerklima; Luca Demattè, Ceo di Esaving; Massimiliano Cocconi, business development manager di Greensun; Andrea Parrini, amministratore delegato di P.M. Service; Paolo Zavatta, chief business developer officer di VP Solar. Nelle pagine seguenti, una sintesi di quanto emerso dal dibattito.

**Davide Bartesaghi (SolareB2B):** «L'obiettivo di questa tavola rotonda è favorire un momento di confronto dove possano emergere dei contenuti utili per il lavoro di ciascuno di noi e per i nostri lettori. Abbiamo scelto di coinvolgere alcuni distributori specializzati perché riteniamo che in un momento complicato per il mercato come quello attuale il vostro ruolo sia fondamentale. E questo è un momento delicato: la fine del Superbonus, della cessione del credito e dello sconto in fattura hanno generato un rallentamento della domanda. La congiuntura internazionale caratterizzata da un eccesso dell'offerta ha poi generato giacenze in magazzino e un crollo verticale dei prezzi, in particolare dei moduli. Ci tocca fare i conti ancora una volta con le instabilità di questo mercato, con difficoltà che ricadono anche su di voi, soprattutto nella pianificazione della merce. In un momento così complesso, i distributori specializzati hanno un ruolo fondamentale per la crescita del mercato, e soprattutto per una crescita sana del mercato.

A partire da queste preoccupazioni e dal ruolo della distribuzione, vorremmo toccare alcuni



argomenti, chiedendovi innanzitutto quando secondo voi si allenterà il problema di eccesso di offerta».

**Paolo Panighi (Elfor):** «Parto con una considerazione: il mondo della distribuzione generalista è molto più strutturato e ha dati sul venduto più precisi rispetto al canale della distribuzione specializzata. Noi ad esempio conosciamo i dati sul fotovoltaico allacciato, dati aleatori e vecchi, ma non i volumi venduti. Dobbiamo conoscere quanto vale il nostro mercato, scambiandoci dati, numeri, parlandoci di più e capire insieme come gestire i rapporti con i vari produttori. Tutti questi aspetti servono per poter dare una risposta reale su quanto vale il mercato e su dove vogliamo andare. Per quanto riguarda la problematica legata all'overstock, non è possibile sapere per certo e

**Paolo Panighi, Elfor:** *«Il mondo della distribuzione generalista è molto più strutturato e ha dati sul venduto più precisi rispetto al canale della distribuzione specializzata. Noi conosciamo i dati sul fotovoltaico allacciato, ma non i volumi venduti. Dobbiamo sapere quanto vale il nostro mercato, scambiandoci informazioni, numeri, parlandoci di più e capendo come gestire i rapporti con i vari produttori. Tutti questi aspetti servono per poter dare una risposta reale su quanto vale il mercato e su dove vogliamo andare»*

dare una risposta rispetto a quando si allenterà il fenomeno. Non penso si possa risolvere entro il primo quadrimestre del nuovo anno, ma probabilmente dal secondo semestre del 2024».

**Andrea Parrini (P.M. Service):** «Questo è un momento delicato e difficile da interpretare. Da un lato arrivano segnali di un eccesso di produzione e di offerta, dall'altro pensiamo che i dati relativi alla merce in giacenza nei magazzini siano troppo alti. Il problema più grave è l'instabilità del nostro mercato, che genera difficoltà anche nelle pianificazioni. Per primo imputo una parte di questa instabilità alle istituzioni. Basti pensare all'introduzione, con il DL Energia, della nuova tassa sugli impianti di potenza superiore ai 20 kW. Perché bisogna tassare e penalizzare sempre il fotovoltaico e le energie rinnovabili? È strano. Dietro questa operazione c'è chi frena e crea instabilità. Interpretare le dinamiche di questo mercato è molto difficile, ci sono troppe variazioni. È difficile anche per i produttori, che non riescono a fornire dati precisi su produzione e vendite. Non so quando si allenterà la morsa dell'overcapacity, ma il problema più serio è proprio legato a questa continua instabilità. Se non inneschiamo un fenomeno di dialogo e confronto non riusciremo a trovare delle soluzioni».

**Massimiliano Cocconi (Greensun):** «Credo poco ai 100 GW in giacenza nei magazzini in Europa e non possiamo sapere quando terminerà il fenomeno di overstock. Credo che la partita si giochi soprattutto sull'overcapacity di polisilicio in Cina, che sta determinando il crollo dei prezzi dei moduli. Lo stock è una seconda parte del problema, legato principalmente al clima di instabilità che sta impattando su tutta la catena del valore. Quando mancano dati oggettivi sul mercato ci si

## I protagonisti del dibattito

**PAOLO PANIGHI**  
CEO DI **ELFOR**



**GIUSEPPE MALTESE**  
VICEPRESIDENTE  
E DIRETTORE  
COMMERCIALE DI  
**ENERGIA ITALIA**



**RICCARDO PRIOLO**  
BUSINESS  
DEVELOPMENT  
DI **ENERKLIMA**



**LUCA DEMATTÈ**  
CEO DI **ESAVING**



**MASSIMILIANO COCCONI** BUSINESS  
DEVELOPMENT  
MANAGER  
DI **GREENSUN**



**ANDREA PARRINI**  
AMMINISTRATORE  
DELEGATO  
DI **P.M. SERVICE**



**PAOLO ZAVATTA**  
CHIEF BUSINESS  
DEVELOPER OFFICER  
DI **VP SOLAR**



**DAVIDE BARTESAGHI**  
DIRETTORE DI  
**SOLAREB2B**



**MICHELE LOPRIORE**  
EDITORE DI  
**SOLAREB2B**



**MARCO AROSIO**  
RESPONSABILE  
COMMERCIALE  
DI **SOLAREB2B**





muove con la sfera di cristallo. Quando si hanno invece dati certi, si possono fare previsioni più realistiche. Tra i grossisti di materiale elettrico si ha conoscenza di quanto il mercato, anno su anno, valga davvero».

**Giuseppe Maltese (Energia Italia):** «Essere qui tutti insieme è un evento storico: ci siamo sempre guardati da lontano, con rispetto, ma oggi iniziamo a condividere impressioni, informazioni e strategie. Penso sia questo il modo giusto per lavorare verso la creazione di un mercato più stabile. Per quanto riguarda l'overstock credo che possa durare per tutto il primo semestre del 2024. È necessario intervenire cercando di stabilire delle regole con i produttori. Dobbiamo iniziare a confrontarci tra di noi e stabilire insieme una voce unica verso i produttori, stabilendo le regole di approvvigionamento.

Chiediamo inoltre di fornire tutti insieme i dati reali sul venduto in Italia e non sugli allacci. Se consideriamo il 2023, potremmo chiudere con un allacciato vicino ai 5 GW ma credo che il valore sull'installato da gennaio a maggio faccia riferimento alla coda lunga del 2022. Quindi nel 2023 non andremo oltre i 2 GW di nuova potenza installata. Dare informazioni chiare sul venduto

alcune taglie di impianto, i produttori si affidano esclusivamente alla distribuzione specializzata. Rispetto alla problematica dell'overstock, tanto dipenderà dalla domanda di nuovi impianti prevista il prossimo anno in Europa e in Italia».

**Paolo Zavatta (VP Solar):** «VP Solar ha obiettivi internazionali oltre a quelli domestici che ci permettono di avere uno sguardo a 360° sulle dinamiche globali. Pensiamo quindi che il primo semestre del 2024 sarà ancora incerto rispetto alle problematiche di overstock. Tanto dipenderà anche da cosa succederà dopo il capodanno cinese. Penso che i distributori specializzati rappresentino la boutique di settore, un ristorante stellato, ma noi siamo i camerieri di sala, non gli chef. Con questa metafora voglio dire che nonostante il nostro ruolo cruciale e i nostri plus, noi dipendiamo fortemente dai produttori, e dalle logiche della Cina. Scusate il pessimismo, ma dobbiamo prendere atto di questo ed essere consapevoli».

**Luca Demattè (Esaving):** «Sarebbe interessante conoscere i volumi che sviluppiamo perché ci farebbe capire ancora di più le potenzialità del mercato. Nel primo semestre del 2024 si risolverà il problema dell'overstock. Rispetto ai prezzi, invece, il mercato dipende molto dai costi di pro-



**Giuseppe Maltese, Energia Italia:**  
*«Fino ad oggi noi distributori ci siamo sempre guardati da lontano, con rispetto, mentre oggi iniziamo a condividere impressioni, informazioni e strategie. Penso sia questo il modo giusto per lavorare verso la creazione di un mercato più stabile»*

crea quindi un vantaggio: oggi l'abbassamento dei prezzi dei moduli è legato anche ad atteggiamenti di nervosismo da parte di alcuni piccoli produttori che, in difficoltà per i rallentamenti della domanda, soprattutto in ambito residenziale, hanno aggredito la filiera puntando spesso alla vendita diretta e abbassando i prezzi. Questo fenomeno ha costretto anche i player Tier 1 ad adeguarsi, provocando un crollo verticale dei prezzi».

**Riccardo Priolo (Enerklima):** «La grande differenza tra noi e i distributori generalisti sta nel fatto che queste dinamiche non impattano sul loro lavoro quanto accade per il nostro. L'overstock ci sta penalizzando direttamente. Ci sono nuovi attori che si stanno affacciando sul mercato della distribuzione spinti dai produttori cinesi che cercano canali per entrare in Italia, creando confusione. E ci sono produttori che entrano nel mercato italiano vendendo direttamente i propri prodotti agli installatori lavorando con logiche commerciali aggressive. Dobbiamo creare nuove sinergie tra distributori e produttori affinché, per

duzione in Cina, dove i produttori verticalmente integrati di polisilicio sono solo due. In Cina oggi c'è una guerra importantissima sul polisilicio, la cui richiesta è elevata perché deve soddisfare anche la domanda di componenti elettronici per la mobilità elettrica. Il 90% del mercato del polisilicio a livello globale è nelle mani della Cina. Entro due anni, è previsto il raddoppio della capacità produttiva, da 2 miliardi di tonnellate a 4 miliardi di tonnellate di polisilicio. Un produttore non investirebbe in questo modo se ci fossero problemi di overstock. Oggi ci sono opportunità sui grandi impianti, e a queste opportunità stanno accedendo anche i piccoli installatori, molti dei quali hanno richieste per impianti anche da 500 kW e 1 MW. Fino a qualche anno fa questo fenomeno non si verificava. Tanti nuovi produttori stanno quindi cogliendo questa occasione per vendere direttamente interi container di moduli agli installatori, senza passare dalla distribuzione. Quello che possiamo fare, quindi, è dialogare con i produttori per salvaguardare la nostra attività».

**Davide Bartesaghi (SolareB2B):** «In un momento complesso come quello attuale, non si vince da soli, si vince insieme: produttori, distributori e installatori. Metterei ora a fuoco il tema della partnership. Quali sono gli elementi che caratterizzano di più il ruolo e la funzione del distributore specializzato sul mercato?»

**Panighi (Elfor):** «L'unica arma del distributore generalista sono le condizioni commerciali aggressive. Non dimentichiamoci però che il distributore specializzato è ricercato anche dal generalista per la rivendita dei prodotti, in quanto noi ci

## Partnership distributori-produttori: plus e richieste

### COSA OFFRE LA DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA AI PRODUTTORI

- Assistenza
- Servizi post vendita
- Logistica e magazzino
- Gestione e fornitura di prodotti e soluzioni anche in kit preassemblati
- Attività di formazione e informazione in aula e sul territorio
- Competenze e know how per valorizzare e trasferire il valore dei prodotti ai clienti installatori.

### COSA CHIEDE LA DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA AI PRODUTTORI

- Identificare i canali di vendita ufficiali dei produttori
- Trasparenza e condivisione sulla strategia
- Lavorare con regole chiare per non creare confusione sul mercato



differenziamo in termini di servizio, assistenza, vendita. Non potremmo esistere se vendessimo solo ed esclusivamente prodotti. Noi diamo un servizio che il generalista non è in grado di offrire. Abbiamo, ad esempio, il tempo e le risorse per promuovere e valorizzare l'offerta sul territorio. E questo è il valore aggiunto che fa la differenza. In ogni caso, sono diversi gli aspetti per la ripartenza. Dobbiamo fare gruppo: così come esiste una federazione dei grossisti di materiale elettrico che dialoga con le istituzioni e si siede al tavolo con i produttori, anche noi dobbiamo metterci insieme e iniziare ad avere un peso politico. Dobbiamo essere noi a dettare dei compromessi per lavorare sul mercato italiano. Altrimenti non abbiamo nessuna arma e dobbiamo semplicemente sottostare alle dinamiche che arrivano dalla Cina».

**Parrini (PM. Service):** «Io in 25 anni ancora non ho capito cosa lega un distributore specializzato al produttore. In questo momento il distributore specialista sta diventando una sorta di concessionario. Il nostro lavoro sta cambiando, perché cambia la concezione dei produttori sul prodotto stesso, cambia la tecnologia. In Cina, la concorrenza viene spazzata via con l'innovazione tecnologica. Oggi la tecnologia sui moduli ha tempi cortissimi, di massimo tre anni. Dobbiamo quindi attrezzarci per capire dove il produttore sta andando, per poter arrivare prima. Le nostre strutture sono dotate di tecnici che danno assistenza ai produttori prima ancora di darla all'installatore. Io vedo nella distribuzione specialista tanto più spazio perché ci siamo strutturati nel

**Andrea Parrini, P.M. Service:**

*«Il problema più grave è l'instabilità del nostro mercato, che genera difficoltà anche nelle pianificazioni. Interpretare le dinamiche è molto difficile, ci sono troppe variazioni. Se non inneschiamo un fenomeno di dialogo e confronto sarà difficile trovare delle soluzioni»*

tempo, imparando, superando i momenti difficili. Se siamo qui significa che abbiamo le spalle e la capacità per esserci. Dal convegno di Italia Solare è stato diffuso un dato sui tanti gigawatt in autorizzazione e con una taglia media di 40 MW. Lo spazio che resta fuori dai grandi impianti è tutto nostro.

**Massimiliano Cocconi, Greensun:**

*«Il distributore specializzato deve fornire argomenti agli installatori per crescere, deve creare una community. Lo specialista non può essere solo un box mover. Soprattutto è importante la trasparenza delle regole commerciali. Dobbiamo accettare il fatto che ci sono mercati verticali che il produttore aggredisce senza coinvolgere la distribuzione, e stabilire quali sono i mercati che ci devono vedere protagonisti»*

Gli spazi fuori dalle "sfere" crescono, e quegli spazi non sono nelle mani del produttore. Il produttore ha bisogno di noi per cogliere quelle opportunità, non può eludere la nostra figura: ha bisogno di specializzazione. Dobbiamo attrezzarci per vendere di più, aiutando l'installatore ad essere più bravo a proporre l'impianto. Dobbiamo fare vedere al produttore che siamo proprietari della conoscenza del prodotto e del mercato.

**Cocconi (Greensun):** «Il distributore specializzato deve fornire argomenti agli installatori per crescere, deve creare una community. Lo specialista non può essere solo un box mover. Quando crei un microclima, costituito da produttore specializzato, distributore specializzato e installatore specializzato, diventa stimolante lavorare, perché fai parte di una community. Soprattutto è importante la trasparenza delle regole commerciali. Dobbiamo accetta-

re che ci siano mercati verticali che il produttore aggredisce senza coinvolgere la distribuzione, e stabilire quali sono i mercati che ci devono vedere protagonisti.

Quando lavori con regole chiare, in maniera ordinata, salvaguardi tutto quello che ruota attorno alla vendita, e quindi margini e volumi. Quando ti trovi a vendere il 50% dei moduli in più fatturando il 60% in meno è sintomo che stai lavorando in un clima molto più caotico».

**Maltese (Energia Italia):** «Il pensiero e le opinioni espresse finora dai colleghi sono più che condivisibili. Il plus della distribuzione è la capacità, a partire dalle informazioni che arrivano dal mondo della produzione e delle istituzioni, di filtrare, semplificando ed elaborando le informazioni per poi



**Riccardo Priolo, Enerklima:** «Dobbiamo creare nuove sinergie tra distributori e produttori affinché, per alcune taglie di impianto, questi ultimi si affidino esclusivamente alla distribuzione specializzata. In vent'anni abbiamo fidelizzato i nostri installatori con gamme, formazione e informazione, e questi sono i veri plus che dobbiamo trasmettere ai produttori»

metterle a disposizione del mercato. Ognuno di noi ha una storia lunga, anche ventennale. Abbiamo creato noi questo mercato e dobbiamo tutelarlo. Ad esempio, abbiamo sempre proposto ai nostri produttori di identificare i canali ufficiali di vendita. Il produttore deve dirmi quali sono i canali privilegiati, con quanti e quali distributori lavora. Non può decidere di lavorare con un nuovo distributore poco strutturato e non specializzato senza prima confrontarsi con le figure con le quali ha accordi di lunga data. Con questo non voglio dire che il produttore è un nemico, anzi: è un partner da gestire con delle regole chiare».

**Priolo (Enerklima):** «Il produttore non può fare a meno di noi in quanto abbiamo la forza di formare e informare sui prodotti, avendo la possibilità di investire tempo e denaro. Il tesoro di questo mercato è il rapporto con i clienti, e loro sono stati fidelizzati per 20 anni. Questo tesoro e questo plus devono essere fatti notare ai produttori, che non possono lavorare senza regole. Non possono vendere a nuove realtà che si improvvisano sul mercato, altrimenti valgono solo logiche di prezzo».

**Zavatta (VP Solar):** «Non possiamo mettere in un angolo la distribuzione generalista perché ha una massa critica. Non possiamo fermare questa onda, anzi, dobbiamo collaborare con loro fornendo i nostri servizi. Il secondo tema è legato ai produttori. Tutti i manager delle società cinesi che ho visto negli ultimi due mesi non riescono a darci indicazioni precise sulle strategie della loro azienda. Questo mi preoccupa molto. E ancora, fino a sei mesi fa al centro c'era il fornitore che aveva disponibilità di prodotto, oggi è il cliente che è tornato al centro. I distributori generalisti hanno gli stessi prodotti che abbiamo noi, a condizioni di prezzo vantaggiose. Dobbiamo mettere al centro i nostri installatori. In che modo? Trasferendo loro le indicazioni che arrivano dai produttori ed evitando di generare confusione sul mercato. Dobbiamo trasferire i valori dei nostri prodotti, vendere sistemi e salvaguardare i margini».

**Cocconi (Greensun):** «Bisogna accettare il fatto che oggi ci sono produttori che vendono direttamente agli EPC. Ma gli EPC con una market share in Italia dell'80% sono circa venti e lavorano con sette o otto produttori. Non sono così tanti i player che lavorano su impianti multimegawatt».

**Panighi (Elfor):** «Il mercato sta cambiando: fino a qualche anno fa l'elettricista demandava a terzi anche un semplice impianto da 10 kW. Oggi lavora anche all'installazione di impianti fino a 1 MW. Accettiamo la vendita diretta nei casi di installazioni più grandi, ma è necessario lavorare con regole chiare».

**Demattè (Esaving):** «In questi anni siamo riusciti a strutturarci e a crescere perché affidarsi a un distributore specializzato significa dare ancora più valore ai prodotti in distribuzione. Con il nostro know how maturato nel tempo riusciamo a veicolare sul mercato le migliori soluzioni. Diamo un attestato di qualità. Siamo attrattivi proprio per questo».

**Panighi (Elfor):** «Senza dimenticare l'assistenza. Noi da quest'anno abbiamo deciso di internalizzare l'assistenza tecnica dei prodotti, lavorando sia in casa sia in campo. Questo è un valore aggiunto soprattutto rispetto ad alcune problematiche che abbiamo registrato nell'allaccio delle batterie. Più riusciamo a dare valore aggiunto, più il produttore si affida a noi, tagliando alcuni costi».

**Demattè (Esaving):** «Infatti, secondo me, gli unici aspetti che danno forza al distributore verso gli installatori sono proprio il supporto e il riconoscimento della qualità dei prodotti. L'installatore che si affida alla distribuzione specializzata si aspetta prodotti di qualità. Dobbiamo trovare gli elementi per essere attrattivi verso gli installatori».

**Maltese (Energia Italia):** «Un altro aspetto è legato agli anni di garanzia. Affidandosi a distributori specializzati il plus è legato non solo alla garanzia standard, ma anche all'estensione. Rispetto a quanto diceva Paolo Panighi, io condivido l'assistenza tecnica in loco. È corretto farsi carico di attività alleggerendo i produttori. Ma i produttori devono affidare questo compito solo ai partner distributori storici, non a chi si improvvisa sul mercato. Ecco



**Paolo Zavatta, VP Solar:** «I distributori generalisti hanno gli stessi prodotti che abbiamo noi, a condizioni di prezzo vantaggiose. Per differenziarci, quindi, dobbiamo continuare a mettere al centro i nostri installatori, trasferendo loro le indicazioni che arrivano dai produttori ed evitando di generare confusione sul mercato. Dobbiamo trasferire i valori dei nostri prodotti, vendere sistemi e salvaguardare i margini»



**Luca Demattè, Esaving:** «In questi anni siamo riusciti a crescere e a strutturarci perché affidarsi a un distributore specializzato significa dare ancora più valore ai prodotti. Diamo un attestato di qualità. Siamo attrattivi proprio per questo»

perché servono regole e serve un organo rappresentativo della distribuzione: se il produttore viola le regole stabilite, non può pensare di affidarsi a un altro distributore specializzato. Dobbiamo tutelarci».

**Michele Lopriore (SolareB2B):** «Prendo la parola per ringraziarvi degli spunti. Prima di entrare nel merito delle opportunità per il mercato italiano, volevo ancora chiedervi, dopo aver visto i plus che la distribuzione può offrire ai produttori, cosa deve chiedere il canale della distribuzione ai produttori per creare un fronte comune e affrontare le criticità del mercato del fotovoltaico che da tempo ci ha abituati a forti dinamismi?».

**Paolo Panighi (Elfor):** «Deve esserci rispetto della filiera. Sotto una certa potenza, il produttore deve lavorare esclusivamente con la distribuzione. Per impianti fino a 5 MW, devi lavorare con la distribuzione. Dobbiamo avere il coraggio, tutti insieme, di mettere all'angolo dalla distribuzione specializzata

chi non rispetta queste semplici regole. Non significa andare contro la produzione, ma creare le condizioni per lavorare in un mercato maturo».

**Parrini (PM Service):** «Per i produttori che hanno una visione dall'estero del mercato italiano si aprono delle prospettive interessanti di forniture dirette, anche nel residenziale. Questo segmento sarà molto di più nelle mani delle utility, forti di offerte che includono il fotovoltaico in bolletta. Ci sono quindi produttori che si avvicinano alle utility e propongono il proprio pannello. Ma poi si scontrano con un problema: logistica e gestione del kit dedicato all'installatore. Chi lo fa? Chi prepara il kit? C'è poi un problema sulle batterie. I fornitori di



moduli e inverter hanno visto fiorire questo mercato perché non c'erano normative di sicurezza che impedivano la vendita, ma sulle batterie la situazione sta cambiando. Se vuoi stoccare a magazzino le batterie, o devi trasportarle, devi rispettare delle regole di sicurezza. Questi elementi devono aprire gli occhi ai produttori. Con chi si interfacciano in caso di problemi? Lo specialista potrà quindi porsi anche alle utility per dire "io posso aiutarvi a realizzare il kit". Per avere i nostri magazzini abbiamo investito risorse perché i prodotti devono essere gestiti in un certo modo. Per i produttori sarà quindi difficile non coinvolgerci sulle taglie più basse».

**Cocconi (Greensun):** «Dobbiamo chiederci come normare il rapporto con i produttori. In molte occasioni siamo noi a non saper dire di no. Cerchiamo di chiedere maggiore trasparenza ai produttori».

**Lopriore (SolareB2B):** «Capire la traiettoria e la strategia dei produttori potrebbe indirizzarvi anche meglio sulla pianificazione».

**Maltese (Energia Italia):** «Serve un dialogo costante attraverso un organo di rappresentazione».

**Lopriore (SolareB2B):** «In Italia nei primi dieci mesi sono stati allacciati oltre 4 GW di nuovi impianti fotovoltaici. Il dato segna una crescita del 112% rispetto all'anno scorso, ma tanti di questi impianti rappresentano una coda lunga del 2022 perché tutti noi conosciamo le problematiche relative ai tempi di allaccio. Considerando mese su mese, a ottobre il residenziale ha registrato una forte battuta di arre-

sto ma cresce la taglia C&I. In un periodo delicato per il mercato, con la fine del Superbonus, e verso la nuova era delle comunità energetiche, quali sono le prospettive per il 2024? Ci sono segnali di ripresa?»

**Demattè (Esaving):** «Il mercato si crea con due variabili: il prezzo dell'energia e gli incentivi. Oggi ci sono bandi e tariffe incentivanti che possono creare una domanda importante. Mi aspetto un aumento dei volumi. Dobbiamo dare agli installatori gli strumenti per generare un aumento della domanda».

**Zavatta (VP Solar):** «Il residenziale ha trovato una certa stabilità e andrà avanti nonostante la fine del Superbonus. Il bando Parco Agrisolare è uno stimolo importante, soprattutto per le taglie commerciali. Nel primo trimestre ci sarà una bella raccolta di nuovi impianti in graduatoria. Per gli altri segmenti non vediamo grandi sviluppi anche perché il costo del denaro è ancora molto alto.

E poi c'è un altro problema: la scarsa disponibilità di manodopera sul fronte degli EPC».

**Priolo (Enerklima):** «Oltre ai decreti su comunità energetiche, all'agrisolare e alle opportunità del re-vamping, è cambiata la percezione sul residenziale. Con il 110%, il cliente finale oggi sa cos'è una classe energetica o un sistema di storage. Con le ristrutturazioni, oggi gli architetti considerano fotovoltaico e accumulo. Per le imprese, il fotovoltaico è una leva per rendere ancora più competitivi gli imprenditori. È totalmente cambiata la mentalità. E questo deve far ben sperare».

**Maltese (Energia Italia):** «C'è stato un forte cambiamento culturale. Potremmo garantire un ulteriore salto di qualità portando le energie rinnovabili nelle scuole. Noi facciamo qualche iniziativa privata. Per quanto riguarda il 2024 nello specifico, l'unica remora è legata ai sistemi di accumulo, in quanto abbiamo goduto di un traino fortissimo, il Superbonus, che però finisce. Cosa accadrà sul fronte storage è difficile prevederlo. Parlo dei sistemi di accumulo perché è la tecnologia che rispetto a fatturato e marginalità è riuscita a sostenere i principali distributori».

**Cocconi (GreenSun):** «Io credo che il 2024 sarà un anno di assestamento e contrazione, con una crescita più marcata sulla taglia utility scale. Prevediamo una flessione del residenziale e anche delle ristrutturazioni in edilizia. La speranza è nelle comunità energetiche, ma pensiamo partiranno non prima del 2025».

**Parrini (PM Service):** «Stanno arrivando provvedimenti che però vanno capiti e assimilati. In concreto, stanno arrivando i provvedimenti sulle comunità energetiche ma non c'è nulla di concreto. Vedo il 2024 come un anno di ripartenza soprattutto sul fronte della taglia utility scale. La vera ripartenza è prevista dal 2025 anche grazie all'industria 5.0 che permetterà di detrarre i costi per gli investimenti in efficientamento energetico. Sono driver importanti che avranno bisogno di tempo».

**Panighi (Elfor):** «Il 2024 sarà un anno di transizione, perché ora che parte la macchina delle comunità energetiche e dell'industria 5.0 ci vorrà del tempo. La crescita del mercato ci sarà, anche nel residenziale. Se l'Ecobonus dovesse passare a un'aliquota del 70% si tornerà anche a realizzare impianti da 3 e 4 kW che nell'ultimo anno sono scomparsi. Il problema maggiore oggi sono le reti. Ci sono impianti che si spengono, o che si fermano per non immettere in rete l'energia nei casi di over produzione. È un grosso problema che interessa anche il residenziale».

**Cocconi (Greensun):** «È un problema europeo che potrebbe ostacolare lo sviluppo del mercato. In Slovenia puoi realizzare un impianto da 11 kW ma immettere 3 kW. Stiamo registrando problematiche analoghe in Piemonte e Lombardia».

**Bartesaghi (SolareB2B):** «Grazie di cuore per aver partecipato e per la conoscenza che avete condiviso con noi. Penso che da qui si potranno mettere in moto tantissime considerazioni da sviluppare anche sulla nostra rivista. Ho sentito parlare del desiderio di una maggiore possibilità di aggregazione tra distributori specializzati. Sicuramente se si metterà in moto, SolareB2B avrà il piacere di accompagnarvi».

