

>> Le imprese solari italiane conquistano i mercati esteri. Lo conferma l'Italian Pv summit

Verona, 9 maggio – È iniziato il processo di internazionalizzazione delle aziende italiane del fotovoltaico. Il mercato italiano sta radicalmente mutando, le imprese made in Italy stanno risalendo la filiera, sono sempre più integrate e pronte ad affrontare le sfide dei mercati esteri. “È un trend importante che testimonia come un'azienda possa essere in grado di operare nel mercato anche senza il supporto delle tariffe incentivanti - commenta Alessandro Marangoni, amministratore delegato e di Althesys e relatore dell'Italian Pv summit, la due giorni di convegni che tradizionalmente anticipa il Solarexpo di Verona. - Il settore sta cambiando, le aziende italiane da semplici società di installazione hanno iniziato a investire nelle parti alte della catena del valore e si presentano sul mercato sempre più come aziende integrate”.

Il summit veronese del 2 e 3 maggio ha ospitato anche diverse case history di aziende italiane che guardano all'estero. “Per Enerpoint l'internazionalizzazione è una delle priorità della strategia aziendale, per due motivi: diversificare i mercati riduce i rischi e consente di crescere attraverso le esperienze fatte in altri mercati”, ha detto Paolo Rocco Viscontini, ceo di Enerpoint che ha aperto una filiale in Israele, uno dei mercati che nei prossimi anni promette di essere tra i più interessanti per il fotovoltaico. E Silfab, invece, va in America. L'azienda padovana, infatti, è andata in Ontario a produrre moduli fotovoltaici attraverso Silfab Ontario, sua partecipata al 100%. La linea automatizzata di produzione di moduli fotovoltaici da poco inaugurata in Canada raggiungerà 90 MW di capacità produttiva a metà anno e 180 MW nel 2012, dando occupazione a duecento persone.

MxGroup, invece, è presente da dicembre con Mx Solar Usa negli Stati Uniti, azienda con 120 dipendenti che produce moduli fotovoltaici con una capacità produttiva da 65 MW. L'investimento iniziale è stato di 14,4 milioni di dollari. Entro la fine del 2011 il fatturato previsto è di 100 milioni di dollari.

La ricerca A.T. Kearney - “Il mercato del fotovoltaico nel 2010 ha rappresentato circa 11,5 miliardi di valore di cui meno del 10% prodotto con incentivi. Degli oltre 11 miliardi approssimativamente la metà sono relativi a operatori italiani - ha spiegato Marco Andreassi di A.T. Kearney e relatore all'Italian Pv Summit. - Anche nelle fasi a monte della filiera gli operatori italiani sono presenti con 1 miliardo di euro di moduli e oltre 1 miliardo di euro per gli inverter. Gli inverter - ha aggiunto Andreassi - sono la vera eccellenza italiana sulla filiera”.

L'internazionalizzazione vale già oggi il 10% del fatturato, secondo quanto emerge dalla ricerca condotta da A.T. Kearney, mentre la ricerca e lo sviluppo incidono per l'1,7% del fatturato del 40% degli operatori.