

La settimana scorsa, FuturaSun, produttrice di pannelli fotovoltaici con sede a Cittadella (PD), ha annunciato l'apertura di un nuovo stabilimento produttivo, contiguo a quello inaugurato un anno fa a Taizhou, metropoli cinese nella provincia dello Jiangsu. Il giovane CEO Alessandro Barin, 40 anni, laureato in Lingue e Culture Orientali all'Università di Venezia e all'Università dello Hebei, ha applicato all'impresa la sua conoscenza della realtà cinese dando vita ad uno degli ormai sempre più numerosi esempi di bilocalizzazione, pratica che consente alle aziende più capaci di espandersi all'estero mantenendo viva l'attività in Italia. Abbiamo deciso di raggiungerlo per saperne di più.

A cura della Redazione

Dr. Barin, benvenuto su Scenari Internazionali. Con l'apertura del nuovo stabilimento di Taizhou, la capacità produttiva di FuturaSun in Cina sale da 500 MW/anno a 1 GW/anno. Come siete riusciti a penetrare un mercato così difficile e competitivo, soprattutto nel settore manifatturiero fotovoltaico, come quello cinese? Quali obiettivi avete?

Siamo riusciti a penetrare nel mercato cinese grazie a due fattori principali. Anzitutto abbiamo tessuto relazioni da almeno cinque anni in maniera intensa, oltre alla mia esperienza personale in Cina, dove risiedo da vent'anni, e alla mia esperienza decennale nel settore. In secondo luogo bisogna essere in grado di essere competitivi come lo sono gli altri, perché le relazioni, pur buone, da sole non sono sufficienti. E comunque tessere relazioni locali non è per niente banale.

Attualmente, FuturaSun è l'unico produttore di moduli italiano presente in Cina. Un obiettivo strategico della nostra azienda è ora quello di diventare l'unico produttore italiano di moduli destinati ai progetti di grandi dimensioni sui mercati della regione Asia-Pacifico.



Quali altri mercati della regione state già raggiungendo e/o avete intenzione di raggiungere con l'espansione delle linee produttive a Taizhou?

La linea produttiva di Taizhou è mirata principalmente a soddisfare il mercato cinese, per il quale ha già iniziato a lavorare, ma anche per il mercato europeo perché comunque riesce a sfornare prodotti che si stanno diffondendo anche nel Vecchio Continente. Dalla Cina, poi, ci rivolgiamo anche all'Australia, dove abbiamo iniziato adesso a vendere, e al Sud-est asiatico, dove invece vendiamo poco e cerchiamo qualche soddisfazione in più.

FuturaSun è un'azienda nata nei pressi del piccolo centro di Cittadella, nel cuore di una regione altamente produttiva come il Veneto, in tempi relativamente recenti, proprio quando il mercato del fotovoltaico italiano, dopo anni di boom sulla spinta degli incentivi governativi, ha cominciato a contrarsi sino alla crisi degli ultimi anni. Voi, invece, siete in controtendenza. Qual è il segreto del Vostro successo?

Il segreto è quello di essere partiti umili, piccoli e di non essersi indebitati pesantemente in tempi in cui invece tutti volevano buttarsi sul fotovoltaico, illudendosi che quella fosse ormai una fonte energetica definitiva, ingenerando un'eccessiva fiducia in questo mercato e dando vita a strutture insostenibili quando il mercato è venuto a mancare. Noi, invece, abbiamo iniziato dalla dimensione commerciale, curando soprattutto la parte relativa ai clienti e al marketing, per poi fare investimenti quando il mercato si era ormai stabilizzato.

Nel momento in cui sono collassate altre aziende, noi abbiamo assorbito le risorse umane in esubero. Temporalmente siamo nati quando gli altri si stavano eclissando e questo ci ha permesso di non farci travolgere dalla crisi di settore successiva alla fase degli incentivi. Abbiamo coniugato una capacità a livello di *supply chain* che nessun italiano aveva in Cina perché comprare a distanza da quel mercato è facile ma serve a poco. Sfruttare le catene di fornitura nascenti cinesi, invece, può farlo soltanto chi si è radicato in quel Paese e ha conoscenza delle sue catene.



Vista la situazione complessiva

del settore in Italia, ritenete possa esserci ancora spazio per una stagione del fotovoltaico? Il *Green Deal* annunciato mesi fa dall'Unione Europea, con l'obiettivo dell'impatto zero entro il 2050, contribuirà a rilanciare il settore anche nel nostro Paese?

Come installazione sicuramente, sebbene l'ingranaggio sia un po' arrugginito e faccia fatica a muoversi sotto il sistema complessivo che poi dovrà andare a rispettare quelli che sono i termini indicati negli accordi con l'Europa. Non è facile, ci sono vincoli che dovranno essere tolti perché altrimenti non si riesce ad installare fotovoltaico a sufficienza e rispettare i parametri. Questo ingranaggio è lento ma un po' alla volta dovrà andarsi ad adattare per poter soddisfare questo *Green Deal*.

Per quanto riguarda la produzione è più difficile perché ci si scontra con la capacità produttiva cinese che è parecchi anni più avanti, molto più moderna e dinamica, con la quale si fa fatica a competere. Noi chiaramente teniamo sempre gli occhi puntati sull'Europa perché siamo italiani e l'Europa ha una valenza particolare per molti aspetti, ma se questo ci viene a costare molto di più capite da voi che è una strada impraticabile.

Per l'industria italiana ed europea può essere tuttavia interessante capire le dinamiche che si vengono a creare sul mercato cinese, nella misura in cui pochi *player* vadano ad intercettare le necessità dell'industria produttiva locale fornendo materie prime laddove spesso c'è carenza di materiali. Ad esempio, attualmente in Cina non si trova il vetro per realizzare mobili mentre in Europa l'industria del vetro è in *stand-by* perché c'è scarso utilizzo. Eppure, il vetro europeo non può essere venduto in Cina perché è bloccato dai dazi.

© **Riproduzione vietata**

Articolo precedente



[Digitalizzazione. D-TEM 2020, parte da Firenze il progetto di ICE-Agenzia e CNA](#)

Articolo successivo



[WEF: Rischi legati al cambiamento climatico preoccupano sempre più le imprese](#)