IL MOTTO "SOLAR FOR EVERYBODY" SI ESTENDE OLTRE IL FOTOVOLTAICO E COINVOLGE ANCHE LA RICARICA DEI VEICOLI ELETTRICI. SOLPLANET PUNTA INFATTI SU SOLUZIONI CHE COMBINANO QUALITÀ, COMPETITIVITÀ ECONOMICA E FACILITÀ DI INSTALLAZIONE, INSERENDOLE IN UN'OFFERTA INTEGRATA CON INVERTER E SISTEMI DI ACCUMULO. AL CENTRO DELLA STRATEGIA CI SONO IL RAPPORTO CON LA DISTRIBUZIONE, IL SUPPORTO TECNICO A PARTNER E INSTALLATORI, OLTRE ALLO SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI PER IL MERCATO ITALIANO. CE NE PARLA VITO PONTRELLI, COUNTRY MANAGER PER L'ITALIA



"Puntiamo su tecnologia, integrazione e accessibilità"

Integrare la mobilità elettrica in un ecosistema che comprende inverter, sistemi di accumulo e fotovoltaico, puntando su un'offerta completa, competitiva, dal design accattivante e semplice da installare. È questa la direzione seguita da Solplanet, che negli ultimi due anni ha consolidato la propria presenza in Italia attraverso lo sviluppo della struttura commerciale e il rafforzamento della rete di distributori e installatori. La strategia si fonda su un rapporto qualità-prezzo competitivo e su un supporto tecnico che accompagna i partner nelle diverse fasi del lavoro, dall'installazione al post-vendita. Un approccio che punta a rendere le soluzioni accessibili senza rinunciare all'affidabilità, in linea con il motto aziendale "Solar for everybody". Anche la mobilità elettrica rientra in questa visione. Già presente nel catalogo dell'azienda, l'offerta di ricarica sarà rinnovata con un nuovo ev-charger in AC, atteso per i prossimi mesi. A raccontare le priorità e le prospettive di sviluppo di Solplanet sul mercato italiano è Vito Pontrelli, country manager della società, che approfondisce il ruolo della distribuzione, le iniziative di supporto agli installatori e gli sviluppi dell'offerta per la ricarica dei veicoli elettrici.

Come si è evoluta l'azienda in Italia negli ultimi due anni? E come si inserisce Solplanet all'interno del gruppo AISWEI, di cui fa parte?

«Il percorso in Italia è stato molto stimolante, impegnativo e al tempo stesso positivo. Nel 2024 Solplanet mi ha incaricato di avviare la sede italiana, sviluppare il team e costruire il business sul mercato nazionale. Da allora abbiamo registrato una crescita importante e, soprattutto, consolidato la nostra presenza sia sul piano commerciale sia sotto il profilo organizzativo, strutturando il team e la rete di installatori e distributori. Fin dall'inizio, i nostri obiettivi sono stati rafforzare la riconoscibilità del marchio e costruire un'organizzazione commerciale solida. Abbiamo avviato collaborazioni con importanti operatori della distribuzione italiana, che ci hanno accordato la loro fiducia, così come hanno fatto installatori e clienti finali. Partivamo da una presenza ancora limitata sul mercato nazionale e oggi possiamo contare su una distribuzione più capillare e su un apprezzamento crescente per il marchio e i nostri prodotti. Un altro risultato significativo riguarda le relazioni che abbiamo costruito con i nostri partner. Siamo presenti anche attraverso attività di formazione continua, perché riteniamo che la qualità del rapporto con il canale sia fondamentale per consolidare la presenza sul mercato. Guardando al futuro, intendiamo consolidare ulteriormente la nostra presenza nel residenziale e rafforzare il posizionamento nelle applicazioni commerciali e industriali, facendo leva sull'evoluzione del portafoglio prodotti e sul supporto ai nostri partner».

Il vostro motto è "Solar for everybody". Come si traduce questa visione nella strategia aziendale e, in particolare, nell'ambito della mobilità elettrica? Per chi possiede un'auto elettrica, abbinare il veicolo a un sistema di ricarica alimentato dall'energia prodotta dal proprio impianto fotovoltaico può rappresentare un vantaggio concreto. Come si inserisce questa opportunità nella vostra offerta?

«Questa domanda si collega anche al posizionamento di Solplanet all'interno del gruppo. AISWEI nasce circa vent'anni fa dall'esperienza del polo cinese di SMA. L'allora management ha rilevato il polo produttivo, avviando un percorso di sviluppo che ha portato il gruppo a consolidare la propria presenza in oltre 60 Paesi. Per rendere il marchio più riconoscibile e accessibile anche sui mercati internazionali, al di fuori dell'Asia è stato introdotto il brand Solplanet, mentre in Cina viene mantenuto il nome AISWEI. Si tratta quindi di due marchi riconducibili allo stesso gruppo. Da questa visione nasce anche il motto Solar for everybody, che

sintetizza la nostra missione: rendere l'energia solare accessibile a tutti. Per farlo, puntiamo su un portafoglio completo di soluzioni, che comprende sistemi di accumulo, batterie, inverter per applicazioni residenziali, commerciali e industriali e caricatori per veicoli elettrici. L'obiettivo è mettere a disposizione tecnologie affidabili e di qualità a condizioni economiche competitive. Questo significa lavorare sia sul costo iniziale dell'investimento, il Capex, sia sui costi operativi nel tempo, l'Opex, che dipendono, per esempio, dalla frequenza degli interventi e dalla necessità di manutenzione. Vogliamo offrire prodotti che siano accessibili senza rinunciare alla qualità e all'affidabilità. È un posizionamento che ci consente di rivolgerci a una fascia di mercato che riteniamo non ancora completamente coperta: quella di chi cerca soluzioni con un buon rapporto qualità-prezzo. Il gruppo può contare su un'esperienza industriale e tecnologica maturata anche attraverso la collaborazione con SMA, combinata con i vantaggi competitivi derivanti dalle economie di scala della produzione asiatica».

«I distributori sono il fulcro della nostra strategia commerciale. Vogliamo garantire una presenza concreta sul territorio per offrire il massimo supporto ai nostri partner»

Nella vostra strategia i distributori ricoprono un ruolo fondamentale. Sono il vostro principale interlocutore oppure operate anche attraverso altri canali, considerando l'offerta integrata che comprende fotovoltaico e ricarica?
«I distributori rappresentano il fulcro della nostra strategia commerciale. È un principio condiviso a livello internazionale e applicato nei diversi mercati in cui operiamo.
Lavoriamo in stretta collaborazione con loro anche per raggiungere in modo capillare le diverse aree geografiche, coinvolgendo installatori e clienti finali. Vogliamo garantire una presenza concreta sul territorio e far sì che i nostri partner possano contare sul supporto diretto del team Solplanet. Il distributore resta quindi il riferimento principale per il flusso commerciale, ma dedichiamo molta attenzione anche agli installatori e ai clienti che utilizzano le nostre soluzioni. Sono due livelli di relazione complementari, entrambi importanti per sviluppare il business e consolidare la nostra presenza sul mercato».

Gli installatori sono un altro interlocutore centrale per il settore della ricarica. Quali strumenti mettete a loro disposizione per supportarli?
«Gli installatori rappresentano un elemento fondamentale della nostra strategia. Per supportarli mettiamo a disposizione diversi strumenti: documentazione tecnica, cataloghi, materiali utili per la configurazione e la progettazione degli impianti, oltre ad attività formative e assistenza tecnica dedicata. L'esperienza maturata negli anni mi ha insegnato che, accanto agli strumenti digitali e alla documentazione, gli installatori apprezzano soprattutto la possibilità di contare su un interlocutore affidabile. Sapere di poter contattare direttamente un tecnico o un ingegnere quando emerge un dubbio durante l'installazione o la configurazione di un impianto è un valore importante. Il nostro team è a disposizione per rispondere alle richieste e, quando necessario, individuare soluzioni tecniche specifiche in funzione delle esigenze dell'installatore e delle caratteristiche dell'impianto».

Come funziona concretamente questo servizio? Se un installatore sta montando una wallbox e incontra una difficoltà, può contattarvi in tempo reale?
«Mettiamo a disposizione una linea telefonica dedicata, gestita dal nostro team tecnico italiano, che fornisce supporto agli installatori nelle diverse fasi del lavoro, dall'installazione alla configurazione e alla successiva assistenza. Può capitare, per esempio, che un installatore si trovi a lavorare per la prima volta con un determinato prodotto e abbia bisogno di un chiarimento, anche se la procedura è stata progettata per essere semplice e intuitiva. In questi casi può contattarci direttamente e ricevere indicazioni dal nostro team».

Oltre al rapporto qualità-prezzo, anche la semplicità di installazione è uno dei punti di forza del vostro ecosistema...
«Assolutamente sì. Durante le presentazioni diciamo spesso che, una volta conosciuto uno dei nostri prodotti, è come se li si conoscesse tutti. Questo vale innanzitutto per il design, caratterizzato dal colore azzurro che contraddistingue la gamma, ma anche per alcune caratteristiche comuni e per l'approccio alla progettazione. I prodotti sono sviluppati per coniugare semplicità di installazione e funzionalità avanzate. È un principio che si applica anche ai caricatori per veicoli elettrici: la facilità di installazione è uno degli aspetti su cui abbiamo lavorato maggiormente, con l'obiettivo di ridurre il tempo necessario per completare l'intervento e semplificare il lavoro degli installatori».

Passando al post-vendita, oltre alla linea telefonica diretta per il supporto in fase di installazione, quali altri strumenti mettete a disposizione degli installatori?
«Anche in questo ambito cerchiamo di offrire un servizio articolato. Oltre alla linea telefonica diretta, gli installatori possono fissare appuntamenti con i nostri tecnici attraverso un calendario dedicato. In questo modo, se sanno di dover intervenire su un impianto in un determinato giorno, possono concordare in anticipo una fascia oraria per ricevere assistenza durante il lavoro. Sono disponibili anche

LA SCHEDA

SOLPLANET

Core business: inverter fotovoltaici monofase, trifase e ibridi; sistemi di accumulo a batteria; soluzioni di monitoraggio e gestione energetica; caricatori per veicoli elettrici.

Applicazioni: soluzioni per il settore residenziale e per gli ambiti commerciale e industriale, con sistemi integrabili per la produzione, l'accumulo e la gestione dell'energia.

Contatti Italia: tel. +39 080 908 0142; vendite: sales.ita@solplanet.net; assistenza tecnica e post-vendita: service.ita@solplanet.net.

Sito web: solplanet.net/it



SOLPLUS, IL PROGRAMMA FEDELTÀ CHE PREMIA GLI INSTALLATORI



Valorizzare il lavoro degli installatori e riconoscere la continuità del rapporto con il marchio: è questo l'obiettivo di SolPlus, il programma fedeltà di Solplanet rivolto alle aziende installatrici del settore fotovoltaico in Italia. Rinnovata anche per il 2026, l'iniziativa permette di accumulare punti S+ attraverso l'acquisto e la registrazione dei prodotti dell'azienda, per poi convertirli in premi e accedere a ulteriori vantaggi. Il meccanismo è pensato per essere integrato nell'attività quotidiana degli installatori. La principale modalità di accumulo dei punti consiste nella registrazione, attraverso il portale SolPlus, dei prodotti Solplanet installati presso i clienti. Tra le soluzioni che possono rientrare nel programma figurano inverter, batterie e caricatori per veicoli elettrici. La registrazione avviene attraverso il numero di serie del prodotto, associando così i punti alle installazioni effettuate. Il programma prevede inoltre altre possibilità di accumulo, tra cui la partecipazione a corsi di formazione e webinar Solplanet e le visite allo stand dell'azienda durante gli eventi di settore.
I punti raccolti possono essere utilizzati per richiedere i premi disponibili nel catalogo del programma, tra cui prodotti Solplanet. Il programma prevede diversi livelli di iscrizione, identificati dalle sigle K+, M+ e G+, ai quali corrispondono vantaggi progressivi. Attraverso SolPlus, Solplanet punta dunque a rafforzare il rapporto con gli installatori, riconoscendo il contributo dei professionisti che adottano le sue soluzioni e ampliando le occasioni di contatto e confronto con il marchio.

il supporto via e-mail e l'assistenza in tempo reale per le attività di troubleshooting e per gli aggiornamenti firmware, sia degli inverter sia degli ev-charger, con il supporto dei nostri tecnici. Stiamo inoltre valutando ulteriori strumenti digitali che possano consentire agli installatori qualificati di gestire in modo sempre più autonomo alcune attività tecniche, nel rispetto delle necessarie procedure di sicurezza e validazione. Sono tutte iniziative pensate per ottimizzare i tempi di intervento, rendere più agevole il lavoro degli installatori e migliorare l'esperienza complessiva degli utenti».

Oggi il mercato della mobilità elettrica per Solplanet sembra concentrato soprattutto sull'ambito residenziale. Avete già esperienze anche in applicazioni commerciali o nell'elettrificazione delle flotte? E quali saranno i prossimi sviluppi della vostra strategia in questo settore?
«La nostra strategia continua a basarsi sulla disponibilità di una gamma completa, che includa anche i caricatori per veicoli elettrici. Avevamo già in programma lo sviluppo di un nuovo prodotto, ma i cambiamenti normativi hanno contribuito ad accelerarne il percorso. Il gruppo presta particolare attenzione alle caratteristiche tecniche, ai test e alla qualità prima di introdurre una nuova soluzione sul mercato. Per questo abbiamo preferito prenderci il tempo necessario per completare lo sviluppo e le verifiche. Il lancio è previsto tra la fine del 2026 e l'inizio del 2027. La nuova gamma, attualmente in fase di sviluppo e validazione, comprenderà soluzioni monofase e trifase con potenze analoghe a quelle della generazione precedente, così da garantire continuità alla nostra offerta. L'obiettivo è rispondere alle esigenze della ricarica domestica e, progressivamente, anche ad alcune applicazioni commerciali. La disponibilità sul mercato sarà comunicata attraverso i nostri partner distributivi una volta completate le verifiche tecniche e normative».

L'aumento dei costi dei carburanti e la possibilità di abbinare la ricarica all'energia prodotta dal fotovoltaico stanno contribuendo a rafforzare l'interesse per la mobilità elettrica. Qual è la vostra percezione del mercato?
«Il mercato ha attraversato una fase complessa e presenta ancora alcuni ostacoli alla diffusione dei veicoli elettrici. Tra questi ci sono la disponibilità delle infrastrutture, la percezione della mobilità elettrica come una soluzione ancora complessa e il costo di acquisto delle vetture, che rimane elevato per una parte dei potenziali clienti nonostante gli incentivi e le agevolazioni. Un altro aspetto riguarda la possibilità di ricaricare comodamente a casa. Chi dispone di un'abitazione indipendente e di un impianto fotovoltaico può integrare più facilmente la ricarica nella gestione dei consumi energetici domestici. Nei condomini la situazione sta migliorando, ma esistono ancora margini di sviluppo per rendere l'accesso alle infrastrutture più semplice. In questo contesto, gli incentivi destinati alle colonnine domestiche hanno dato una spinta significativa al mercato dei caricatori, favorendo una maggiore attenzione verso queste soluzioni. Ritengo tuttavia che misure di questo tipo debbano essere strutturate in modo da consentire agli operatori e al mercato di organizzarsi adeguatamente. Un orizzonte temporale più ampio e una maggiore continuità degli interventi potrebbero contribuire a rendere il sostegno più efficace e sostenibile. La mobilità elettrica rappresenta una direzione importante per il futuro. Per favorirne la diffusione occorre lavorare contemporaneamente sull'accessibilità dei veicoli e sulla disponibilità delle infrastrutture, creando condizioni che permettano a un numero crescente di persone di avvicinarsi a questa tecnologia».

A proposito del nuovo caricatore, ci sono ulteriori sviluppi legati al CIR che possiamo anticipare?
«Il nuovo caricatore è sviluppato tenendo conto dell'evoluzione del quadro normativo e delle esigenze del mercato italiano. Stiamo prestando particolare attenzione ai requisiti tecnici e alle funzionalità di comunicazione, che saranno verificati nell'ambito del processo di validazione del prodotto».

Al di là delle caratteristiche dei singoli prodotti, che cosa servirebbe per rendere la ricarica più semplice e accessibile a tutti?
«Per quanto riguarda l'esperienza d'uso, la direzione è quella di rendere sempre più semplici sia l'installazione sia la gestione dei dispositivi. La nostra applicazione consente già di monitorare attraverso un'unica interfaccia l'ecosistema Solplanet, dagli inverter ai sistemi di accumulo, fino ai caricatori, con la possibilità di controllarne il funzionamento e visualizzare gli assorbimenti. Accanto allo sviluppo tecnologico, ritengo però essenziale investire nell'informazione e nella diffusione delle infrastrutture. È importante che la rete di ricarica cresca non soltanto in ambito privato, ma anche negli spazi pubblici, sulle strade e nelle città. Più in generale, credo sia necessario lavorare anche sulla conoscenza della mobilità elettrica. In Italia non è ancora sufficientemente diffusa la consapevolezza dei vantaggi, dell'utilità e della convenienza che possono derivare dall'utilizzo dei veicoli elettrici e delle relative infrastrutture. Inoltre una maggiore informazione, accompagnata da un orientamento chiaro a livello nazionale, potrebbe contribuire a superare alcune delle resistenze ancora presenti. Uno degli aspetti più dibattuti riguarda infatti la possibilità di affrontare viaggi lunghi senza difficoltà. Per chi percorre 600 o 700 chilometri, soprattutto per motivi di lavoro, una disponibilità insufficiente di punti di ricarica può rappresentare un ostacolo concreto. Il problema non è soltanto il numero complessivo delle infrastrutture, ma anche la loro distribuzione: alcune aree del Paese sono ancora meno coperte di altre. Una maggiore capillarità della rete contribuirebbe quindi a rendere la mobilità elettrica più fruibile, affiancando ai progressi tecnologici dei prodotti una disponibilità di infrastrutture adeguata alle esigenze degli automobilisti».



SOLPLANET, OLTRE A PUNTARE SUL RAPPORTO QUALITÀ-PREZZO, PRESTA PARTICOLARE CURA AL DESIGN DEI PRODOTTI, OFFRENDO UN ECOSISTEMA PERFETTAMENTE INTEGRATO E COERENTE ANCHE DAL PUNTO DI VISTA ESTETICO