

QE - 24 giugno 2015

Fer: “Diversificare tecnologie e mercati riduce i rischi”



Con un business globale delle rinnovabili "in ascesa", le strategie dei grandi gruppi passano per la capacità di "diversificare" il mix tecnologico e la copertura geografica dei mercati. In Italia, invece, la strada è: "Efficientare, aggregare e gestire meglio gli impianti".

A spiegarlo è Andrea Gilardoni, presidente dell'Oir - Osservatorio Internazionale sull'Industria e la Finanza delle Rinnovabili, che il prossimo 30 giugno organizza a Milano il suo VII workshop annuale, in cui sarà presentato il rapporto 2015 sulle tendenze del mercato mondiale Fer e le strategie dei principali operatori italiani, europei e americani (tra cui Enel Green Power, Erg, E2i, Fri-El, Falck, Veronagest, Rtr, Ivpc e Api).

D. Qual è lo scenario in cui le aziende si stanno muovendo?

R: "Il mercato mondiale delle rinnovabili ha avuto nel 2014 una crescita record trainata dai Paesi in via di sviluppo e dagli Usa. Le proiezioni ci dicono che al 2030 metà della nuova capacità installata sarà coperta da queste fonti. Molti fattori ci fanno credere in un'ascesa, come le grandi risorse naturali del Sud America e dell'Africa, dove sta aumentando anche la domanda di energia. A ciò si aggiunge il costo delle tecnologie, sempre più efficienti, che è crollato negli scorsi anni".

D. Quali sono le strategie evidenziate nel report?

R: "Questo contesto attira gli operatori e aumenta la competizione internazionale. Le strategie dei grandi gruppi si possono inquadrare principalmente in due modi: il mix tecnologico più o meno eterogeneo e la copertura geografica di un solo Paese o in vari Continenti. Molti grandi gruppi sono focalizzati su una tecnologia e su pochi Paesi. Enel Green Power, al contrario, è fortemente diversificata, con capacità in tutte le fonti rilevanti e una presenza territoriale estesa. Mancava l'Asia, ma è ufficiale la decisione di puntare anche a questo mercato attraverso accordi (ad esempio, Marubeni) e acquisizioni. Oggi, credo che tale diversificazione sia un importante vantaggio competitivo".

"Il tema del portafoglio geografico internazionalizzato è importante perché lo rende più equilibrato. Gli Usa, ad esempio, hanno una redditività più bassa di altri Paesi, ma gli investimenti sono più sicuri. Al contrario, altre zone sono nella situazione inversa. Dunque, diversificare tecnologie e mercati riduce il rischio. Basti pensare al problema delle leggi retroattive come avvenuto in Spagna, Bulgaria e anche in Italia".

"Un ulteriore aspetto da prendere in considerazione è la strategia di 'asset rotation', che consiste nel reperire risorse finanziarie dalla vendita degli impianti (ad esempio a fondi pensione o assicurazioni, ma mantenendo l'Operation & Maintenance) per reinvestire in nuove attività. Un caso interessante è quello dell'operazione riguardante asset eolici in Inghilterra tra Falck Renewable e PensionDanmark".

D. Come si stanno muovendo le società piccole e medie, considerando anche il mercato italiano delle rinnovabili?

R. "Alcuni hanno già avviato una logica di internazionalizzazione, come nel caso di Terni Energia e del Gruppo Moncada. Nel nostro Paese il potenziale per nuovi impianti è modesto e non c'è ragione di ritenere che aumenti. La strategia, quindi, è ottimizzare gli asset, gestirli meglio, efficientare e fare revamping. Altra idea è aggregare facendo economia di scala. Va detto, comunque, che lo stato di salute dei gruppi che operano nel mercato delle rinnovabili è buono. I problemi sono stati in parte determinati da episodi come la Robin tax o lo spalma incentivi. Quest'ultimo, pur non essendo condivisibile, non ha generato quei disastri che si temevano, visto che spazi per efficientare la generazione c'erano e perché la situazione finanziaria è favorevole per pensare di rifinanziarsi a tassi più bassi".

D. Dunque gli operatori delle rinnovabili hanno davanti un percorso sereno?

R. "Fino a poco tempo fa sembrava essere dominante la contrapposizione tra rinnovabili e fossili. Oggi questo aspetto è superato. Il vero problema, sia per i policy maker sia per le imprese, è la gestione della transizione dal modello storico di generazione dell'energia, che durerà ancora per molto, a quello nuovo, del quale non c'è ancora totale chiarezza, soprattutto su come farlo rendere definitivamente. A cambiare sono anche i player. Fino a qualche anno fa pochi avrebbero immaginato di vedere Google entrare nelle rinnovabili e nell'efficienza energetica".