

Centro

Il sistema solare di Tozzi Green porta l'energia nel Perù rurale

Rinnovabili. La holding di Mezzano (Ravenna) ha raddoppiato nel 2018 il fatturato a 127 milioni. In Madagascar 800 milioni di Kw di idroelettrico e il lancio delle più vaste colture di mais dell'isola

Ilaria Vesentini

C'è un filo verde che unisce le megapale eoliche sulle coste pugliesi, i microsistemi solari nei villaggi peruviani, le centrali idroelettriche in Madagascar e la Rugby Academy Ithrombe e che riconduce a Mezzano, nella periferia ravennate, dove Tozzi Green ha iniziato oltre trent'anni fa a scrivere il futuro delle energie rinnovabili e dell'economia etica e sostenibile. Staccando la propria storia da quella del più grande distretto italiano dell'oil&gas, cui è legato il nome della famiglia Tozzi sin dal secondo Dopoguerra.

«Io sono entrato in azienda nel momento della diversificazione, negli anni Novanta, quando la liberalizzazione dell'energia elettrica e lo sviluppo delle fonti rinnovabili spinse mio padre a separare la propria strada da quella del nonno e del fratello – racconta Andrea Tozzi, amministratore delegato di Tozzi Green – e in questi tre decenni ci siamo costruiti competenze nelle rinnovabili che fanno del nostro gruppo un unicum rispetto ai competitors perché abbiamo la gestione completa e trasversale dell'intera filiera, dallo sviluppo greenfield del progetto alla costruzione degli impianti fino alla manutenzione, per tutte le tipologie di fonti (idroelettrico, fotovoltaico, eolico, biomasse e biogas). L'esperienza nelle fonti fossili più che competenze ci ha trasmesso la capacità di lavorare in giro per il mondo».

Ed è infatti a più di 13 mila chilometri da casa, in Perù, che Tozzi Green sta completando il più grande progetto internazionale di elettrificazione rurale, per portare energia nelle aree più remote del Paese latino-americano non collegate alla rete elettrica nazionale, progettando, costruendo e installando 215 mila piccoli sistemi solari domestici: un kit composto da un impianto fotovoltaico (da meno di 1 Kw) montato sul tetto o in prossimità della casa e da una batteria per l'accumulo dell'energia prodotta che garantisce 4-5 ore di corrente al giorno a ogni famiglia. «Siamo oggi a 178 mila impianti installati, lavoriamo al ritmo di 8 mila sistemi al mese con una squadra di 800 persone sparse in tutto il Perù. A gennaio 2020 finiremo, come da cronoprogramma. È un progetto che funziona – spiega Tozzi – e che i Paesi confinanti (Bolivia, Ecuador, Colombia) stanno studiando per replicarlo, perché ci facciamo carico anche della manutenzione e del funzionamento per i prossimi 15 anni». Dopodiché gli impianti passeranno di proprietà al Governo di Lima, che ha lanciato nel 2015 il bando di gara internazionale vinto dalla holding Tozzi Green, un project financing da 222 milioni di dollari, fi-



Alla guida. Andrea Tozzi, amministratore delegato di Tozzi Green: «In questi tre decenni ci siamo costruiti competenze nelle rinnovabili che fanno del nostro gruppo un unicum rispetto ai competitors»

Fotovoltaico domestico. I piccoli impianti installati da Tozzi Green nei villaggi del Perù non collegate alla rete elettrica nazionale



I NUMERI DELLA HOLDING

215 mila

Impianti fotovoltaici in Perù
Il progetto di elettrificazione rurale in Perù prevede l'installazione di 215 mila piccoli impianti fotovoltaici. Si concluderà nel 2020 e la proprietà degli impianti passerà al Governo di Lima che ha lanciato la gara di project financing da 222 milioni di dollari vinta dalla Tozzi Green

127 milioni

Il fatturato 2018
Grazie al progetto di elettrificazione in Perù la Tozzi Green ha raddoppiato il giro d'affari passando dai 68 milioni nel 2017 ai 127 dello scorso anno. Con un Ebitda del 38% e ha assunto altre 300 persone. Oggi i dipendenti dell'azione romagnola sono 770

1.000 Mw

La pipeline di energia pulita
La Tozzi Green ha più di 700 Mw di potenza installata tra le varie fonti rinnovabili e altri 200 Mw di eolico sono in attesa di autorizzazione al Consiglio dei ministri. L'obiettivo dell'azienda romagnola infatti è crescere non solo in Sudamerica e Africa ma anche in Italia

nanziato con un green bond.

È proprio grazie all'elettrificazione rurale in Perù che l'azienda romagnola ha raddoppiato lo scorso anno il proprio fatturato, da 68 a 127 milioni di euro (con un Ebitda del 38%) e ha assunto altre 300 persone (oggi i dipendenti sono 770). Mentre è in Madagascar, dove Tozzi Green è sbarcato dieci anni fa e oggi gestisce 800 milioni di Kw idroelettrici, che il gruppo sta portando avanti i progetti di sviluppo sostenibile più avanzati, abbinando alla produzione di energia pulita attività agricole sull'altopiano dell'Ithrombe, tra i più difficili da coltivare e mai esplorato prima da operatori agroindustriali. Qui Tozzi Green ha dato il via alle più vaste col-

ture di mais dell'isola, nonché alla produzione di oli essenziali per profumeria, di spezie e piante oleose, generando un indotto di oltre 1.500 posti di lavoro e, sulla scia, ha finanziato la costruzione di un ospedale, di una scuola, di un asilo e sostenuto lo sviluppo dell'istruzione e dell'educazione attraverso la pratica del rugby. «La nostra terra è l'Italia – conclude Tozzi – e il nostro obiettivo non è crescere solo in Sudamerica e Africa ma anche qui in patria, dopo 30 anni difficili, perché abbiamo aspettato fino a 18 anni per un impianto che poi si costruisce in 12 mesi. Se davvero questo è l'anno della svolta green per il Paese è l'obiettivo di installare più di 30 Gw di rinnovabili entro il

2030 non è solo un proclama, noi siamo pronti. Abbiamo più di 700 Mw di potenza installata tra le varie fonti e altri 200 Mw di eolico sono in attesa di autorizzazione al Consiglio dei ministri. Serve solo la volontà politica per far sì che la nostra pipeline dei 1.000 Mw di energie pulite si concretizzi». E intanto Tozzi ha sempre un occhio su possibili acquisizioni di impianti, dopo aver ceduto tre settimane fa agli americani di G&W Electric l'asset non core delle apparecchiature elettriche (la foggiana Tozzi Electrical Equipment) e l'altro occhio all'apertura del capitale alla Borsa o a fondi di investimento per sostenere i piani di sviluppo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

STRATEGIE DI ESPANSIONE

Green Network punta sul mercato francese e guarda a nuovi soci

L'azienda romana luce e gas fondata nel 2003 ha superato il milione di utenti

Simona Rossitto

Aumentare il numero dei clienti, magari sfruttando l'attesa chiusura del mercato tutelato, ed espandersi in altri mercati, come quello francese. Senza chiudere la porta all'arrivo di un eventuale socio forte ma «a condizioni ragionevoli». Sono gli obiettivi di Green Network, società romana che opera nella vendita di energia elettrica e gas, primo e unico operatore italiano presente nel Regno Unito. Last but not least, resta, come conferma il direttore generale Giovanni Barberis, il piano di quotare la società in Italia al raggiungimento di circa 70 milioni di ebitda e in caso di condizioni di mercato favorevoli. Un target, quello dei 70 milioni, a cui si potrebbe arrivare «nel giro di un paio d'anni».

Green Network è stata fondata nel 2003 da Piero Saulli, presidente e amministratore delegato e dalla moglie Sabrina Corbo, vice presidente esecutiva. Di recente Green Network ha superato il milione di utenti luce e gas, sia nel mercato domestico sia nel business: in Italia si contano circa 350 mila clienti, circa 700 mila nel Regno Unito. Nel primo semestre del 2019 i ricavi sono cresciuti del 15,7%, a 965 milioni, l'ebitda del 16,2% a 22,4 milioni, l'utile netto a 3,86 milioni (+463%). Per l'intero anno Green Network stima di chiudere i conti con due miliardi di fatturato e di superare ampiamente un milione di clienti. «La marginalità – aggiunge Barberis, già cfo di Hera e Acea – sarà in linea con il 2018».

Dopo il Regno Unito, dove Green Network è sbarcata tre anni fa e dove si stima il break even nel 2020, la società guarda anche ad altri mercati. «Abbiamo – spiega Barberis – già la licenza per la Francia, inizieremo appena ci saranno le condizioni generali». Nel frattempo il gruppo si sta concentrando sul sostegno al mercato italiano, in particolare su quanto accadrà il primo luglio 2020 con la prevista chiusura del mercato tutelato. «Non è una vera e propria liberalizzazione tramite aste, ma – commenta il direttore generale – un progressivo completo passaggio al mercato libero che coinvolgerà circa 30 milioni di italiani, in modo molto intelligente, in quanto sarà il cliente a decidere il proprio fornitore». Un'opportunità di crescita per l'azienda. Al momento «siamo liberi e indipendenti, pratica-

mente senza debito, grazie anche ai soci fondatori che non hanno mai voluto ricevere dividendi, lasciando gli utili in azienda. Se per ipotesi volessimo però sfruttare l'importante opportunità del 2020 per tentare di crescere in modo significativo, avremmo bisogno di un partner finanziario o industriale. Il problema si porrà ad aprile-maggio dell'anno prossimo in prossimità dell'apertura del mercato tutelato». Il punto, aggiunge Barberis, «è che 10 anni fa, a parità di risultati, saremmo stati corteggiati dal sistema, mentre attualmente ci stiamo confrontando con un mercato finanziario in difficoltà».

La quotazione in Borsa, annunciata negli anni scorsi, non è un progetto finito nel cassetto. Ma bisogna aspettare il momento giusto. «Avevamo dichiarato che l'obiettivo era quotare un 40% nel listino ufficiale non appena l'ebitda avesse raggiunto l'area di 70 milioni di euro. Ad oggi – spiega Barberis – non abbiamo ancora

+15,7%

I ricavi

Nel primo semestre 2019. Con una stima di 2 miliardi di fatturato a fine anno

raggiunto questo target. Quando ci arriveremo, e se ci sarà finalmente un momento favorevole del mercato borsistico, sarà un progetto che porteremo avanti. Probabilmente per arrivare a questo risultato dovremmo aspettare almeno un paio d'anni». Non è esclusa neanche l'apertura del capitale ad altri soci. «È un'altra strada che stiamo valutando. Se arriva un socio forte a condizioni ragionevoli ben volentieri, ma al momento non c'è nulla in corso».

Green Network, nata come azienda delle rinnovabili, ha da sempre avuto attenzione alla sostenibilità. Di recente è stata partner del riconoscimento istituito dalla Camera nazionale per la moda italiana per i migliori progetti di sostenibilità nel settore della moda e del lusso. E i progetti green e sostenibili restano nel dna dell'azienda che è già plastic free al suo interno. Al momento però, conclude Barberis, «dobbiamo stabilizzarci, capire cosa farà il mercato nei prossimi mesi. È in corso un grande cambiamento, con grandi opportunità, la marginalità è attualmente ridotta ma con interessantissime prospettive a breve».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GUARDA LONTANO, AL FUTURO DEL TUO BUSINESS

Interpreta i segnali, gioca d'anticipo e fai le scelte migliori per la tua impresa.

Per un supporto a 360° sulle attività strategiche di valutazione, tutela e gestione del credito, affidati a noi.

www.innolva.it

800 222 320



Innolva
TINEXTA GROUP