

I veicoli elettrici sono destinati a rimodellare la mobilità civile, dove il mix di vettori energetici è protagonista di innovazione ed evoluzione: a fianco infatti dei tradizionali combustibili fossili si stanno sviluppando nuove “fonti”, quali biocombustibili, idrogeno, e altri. I Paesi di tutto il mondo avevano già introdotto ambiziosi obiettivi di sostenibilità e transizione, ma la guerra in Ucraina ha ulteriormente accelerato questi sforzi e spinto molti governi occidentali a ridurre la propria dipendenza da commodity russe.



*“In questo contesto”, sottolinea **Alessandro Cadei**, responsabile della practice Energy & utilities EMEA di Bain & Company, “l’infrastruttura di ricarica e i servizi cruciali per l’adozione dei veicoli elettrici rappresentano un’opportunità commerciale enorme e strategica. Entro il 2030, i profitti legati alla ricarica dei veicoli elettrici in Europa, Stati Uniti e Cina cresceranno in modo significativo, con i servizi di smart energy a guidare la crescita e a rappresentare circa un terzo del totale dei profitti. È importante tenere in considerazione che quello di ricarica dei veicoli elettrici è un settore complesso: le caratteristiche del mercato variano in modo significativo a seconda del Paese, del luogo di ricarica, della posizione dell’azienda nella catena del valore complessiva e del modello di business”.*

I player che vogliono avere successo in questo scenario dovranno essere in grado di adottare un approccio strategico e di reagire in modo flessibile di fronte all’evoluzione dei comportamenti dei clienti e delle normative. In particolare, le realtà interessate a questo mercato devono prendere tre decisioni chiave su dove competere: l’occasione di ricarica, la parte della catena del valore e la regione. Da queste scelte dipenderà anche la selezione dei partner da cui farsi affiancare.

“Le “occasioni di ricarica” comprendono la casa, il luogo di lavoro, la destinazione o il transito. Nel breve termine, molti investimenti saranno destinati alla costruzione delle infrastrutture; per quanto riguarda la ricarica in transito, la redditività dipenderà dalla capacità di raggiungere alti tassi di utilizzo. Per vincere in questo settore, quindi, occorreranno investimenti intelligenti in una rete di stazioni di ricarica rapida (oltre 150 kW in corrente continua) comode, affidabili e in grado di offrire un’esperienza eccellente ai clienti”, prosegue **Valeria Sterpos**, Partner Bain & Company.



In futuro, però, il più grande bacino di profitti per la ricarica domestica e sul posto di lavoro sarà probabilmente legato ai servizi smart energy di nuova generazione, tra cui la ricarica EV *vehicle-to-grid* e *vehicle-to-home*. Questi servizi diventeranno sempre più importanti con l’aumento del volume di domanda di energia solare ed eolica: le ricariche di questa tipologia consentono alle aziende elettriche di sfruttare la capacità di stoccaggio delle batterie delle auto per bilanciare meglio la domanda e l’offerta.

Dal punto di vista della catena del valore, la crescita dei profitti nel prossimo decennio sarà forte nei tre principali segmenti della ricarica dei veicoli elettrici: hardware e installazione, servizi di ricarica e servizi di *smart energy*.

“I partecipanti al nuovo ecosistema”, continua **Cadei**, *“provengono da mondi diversi: case automobilistiche, operatori energetici (sia del mondo Oil&Gas che del mondo power), società di servizi, produttori di apparecchiature, aziende di software, operatori di punti di ricarica, rivenditori, fondi infrastrutturali e start-up ma anche operatori della GDO o società di gestione dei parcheggi. Ognuno di loro ha una serie di risorse e incentivi diversi e un ruolo diverso nell’ecosistema più ampio: un ottimo presupposto per avviare partnership di successo”.*

Aree geografiche

Le aziende leader stanno già adattando i loro modelli di business alle differenze tra aree geografiche. I mercati della ricarica dei veicoli elettrici in Europa, Stati Uniti e Cina differiranno in base alla quota di vendite di auto elettriche, alle abitudini di guida e di ricarica locali, al tipo di abitazione predominante e alla regolamentazione del mercato. Il tipo di abitazione predominante in un mercato specifico è un fattore importante che influenza le soluzioni di ricarica, in quanto le persone che vivono in case unifamiliari sono in grado di ricaricare più frequentemente a casa. Il mercato dei prodotti di ricarica per abitazioni unifamiliari sarà maggiore negli Stati Uniti, dove l'82% della popolazione vive in case di questo tipo, rispetto al 60% dell'Unione Europea e al 37% delle regioni urbanizzate della Cina. Anche la regolamentazione svolgerà un ruolo importante nello sviluppo del mercato dei servizi energetici intelligenti e definirà le condizioni che consentiranno ai singoli individui di ricaricare le batterie dei loro veicoli elettrici o di fornire energia alla rete elettrica quando le loro auto sono a casa. Negli Stati Uniti, le normative sulla vendita di energia elettrica variano da Stato a Stato. Questo complesso mosaico di norme inciderà in modo significativo sulle strategie dei servizi vehicle-to-grid e potrebbe rallentarne un'adozione diffusa. L'Unione Europea mira a creare un contesto di politiche volte a migliorare lo stoccaggio dell'energia ed espandere i servizi, mentre il mercato cinese rimarrà fortemente regolamentato e concentrato. Queste condizioni probabilmente accelereranno lo sviluppo dei servizi smart energy.

Occasioni di ricarica

Il nuovo modello di mobilità evolve anche il modello di consumo. La sosta potrà (o dovrà) quindi essere legata ad attuali e nuove opportunità di consumo di beni/servizi per CPO, distributori "tradizionali", retailer,... offerti al cliente attraverso partnership o estensioni del core business storico. Questo amplia il modo importante il profit pool di riferimento degli operatori del settore (es. ristorazione; servizi alle persone; logistica, grande distribuzione...), migliora l'esperienza cliente, ma solleva anche importanti interrogativi strategici (cioè quale le potenzialità di brand extension della marca).

Per quando riguarda la parte meramente infrastrutturale, la redditività della ricarica dei veicoli elettrici varia in base all'occasione di ricarica.

- **Ricarica in transito.** Le stazioni di ricarica per i mezzi di trasporto ad alta velocità richiedono ingenti capitali: da 30.000 a 150.000 euro per unità, a seconda della configurazione. Di conseguenza, la posizione del sito, i tassi di utilizzo e l'affidabilità saranno fondamentali. I siti di ricarica per il transito situati in prossimità di

un'autostrada principale o di una via ad alto scorrimento, ad esempio, avranno i tassi di utilizzo più elevati. In genere, le aziende che vantano le stazioni di ricarica più redditizie sono quelle che generano tassi di utilizzo di almeno il 15% nell'arco delle 24 ore;

- **Ricarica domestica.** La soluzione ottimale in questo senso include un hardware AC bidirezionale e poco costoso e un servizio di installazione ultraconveniente subito dopo l'acquisto dell'auto elettrica. Combinando - attraverso un sistema di gestione dell'energia domestica - la ricarica di base con servizi smart energy, i leader saranno così in grado di offrire servizi a valore aggiunto, tra cui la possibilità di risparmiare elettricità e di proteggersi da blackout. Le case automobilistiche e i concessionari sono ben posizionati per abbinare l'installazione di un caricabatterie EV alla vendita dell'auto e per educare il consumatore. Altri potenziali concorrenti sono le aziende che hanno già rapporti consolidati con i clienti, come i servizi pubblici locali o gli operatori tlc.
- **Ricarica di destinazione.** L'aspetto più importante di questo tipo di ricarica è la scelta di luoghi molto frequentati, come supermercati o ristoranti, e del tipo di caricabatterie adatto al sito. Per i centri commerciali, ad esempio, dove è probabile che i clienti trascorrono dalle tre alle quattro ore, i caricabatterie veloci a corrente alternata da 11 o 22 kW sono adeguati e rappresentano la soluzione più economica. La soluzione ottimale per i ristoranti fast-food, dove i clienti tendono a trascorrere 30 minuti o meno, è un caricatore a corrente continua da almeno 50-150 kW. Come per la ricarica in transito, i punti di ricarica a destinazione devono essere altamente affidabili e offrire prezzi competitivi.
- **Ricarica sul posto di lavoro.** Le sedi di lavoro hanno bisogno di caricabatterie facili da usare e a basso costo. I datori di lavoro dovranno decidere se includere la ricarica domestica nei benefit disponibili per i dipendenti.

“Le aziende che gestiscono flotte di veicoli commerciali leggeri e autobus elettrici, infine, avranno bisogno di depositi su larga scala per la ricarica. Ciò pone diverse sfide, come garantire che i depositi abbiano energia sufficiente a disposizione per ricaricare un gran numero di veicoli durante la notte”, commenta Gianluca Di Loreto, Partner di Bain & Company.

Collaborazioni



Le aziende leader negli Stati Uniti, in Europa e in Cina stanno già sviluppando accordi per fornire un'ampia gamma di soluzioni. La collaborazione per offrire la ricarica dei veicoli elettrici consente alle aziende di ottenere vantaggi di scala in un mercato emergente, e questo è un vantaggio fondamentale. Ma la strategia ottimale all'interno di ciascun mercato dipenderà dagli obiettivi, dalle competenze e dalla capacità di finanziare la crescita di un'azienda.

*“Per avere successo”, conclude **Di Loreto**, “le partnership devono mantenere il cliente al centro dell’offerta e garantire un’ottima esperienza all’utente. Diverse aziende sono riuscite ad ottenere entrambe le cose pur andando avanti in autonomia. Tuttavia, nel prossimo decennio l’ecosistema di ricarica dei veicoli elettrici a livello mondiale si espanderà in modo significativo e le aziende che adottano questo approccio beneficeranno di una posizione più forte per trasformare le sfide di un mercato emergente in un vantaggio di lungo termine”.*

© riproduzione riservata pubblicato il 6 / 09 / 2022