

ALFEN È TRA I MARCHI STORICI DELL'E-MOBILITY. PRESENTE SUL MERCATO DAL 2008, SI DISTINGUE PER UNA PRODUZIONE DI DISPOSITIVI IN AC PENSATI PER GARANTIRE LA MASSIMA AFFIDABILITÀ A CPO, MULTIUTILITY ED EMSP CHE DESIDERANO PUNTARE SULLA TRANSIZIONE ELETTRICA: «ABBIAMO INVESTITO IN UN PORTAFOGLIO PRODOTTI COMPLETO, IN GRADO DI SODDISFARE QUALSIASI ESIGENZA INSTALLATIVA IN OGNI CONTESTO. NON VOGLIAMO COMPETERE CON I PRODOTTI ENTRY LEVEL DEL MERCATO O CON LE AZIENDE CHE FANNO DEL PREZZO IL PRINCIPALE DRIVER DI VENDITA» SPIEGA IL SALES MANAGER ITALIA ALESSANDRO CICERCHIA



Soluzioni professionali senza compromessi

Alfen ha una storia lunga 87 anni. È stata fondata nei Paesi Bassi nel 1937 per produrre apparecchiature ad alta e bassa tensione dedicate alla gestione delle reti elettriche. Questo è stato il core business dell'azienda nei primi decenni. In seguito, ha iniziato a evolversi, abbracciando il settore delle smart grid e creando una divisione dedicata che oggi comprende applicazioni software per la gestione dell'energia e la produzione di componenti hardware a supporto delle reti elettriche. La seconda divisione creata si è concentrata sulla mobilità elettrica: risale al 2008 e vanta 16 anni di esperienza nel mercato. Alfen ha iniziato a progettare ev-charger per veicoli elettrici su richiesta del governo olandese, che già all'epoca aveva commissionato all'azienda la progettazione delle prime stazioni di ricarica. A sottolineare l'impegno e soprattutto la competenza di Alfen nel campo della mobilità elettrica, è la presenza dell'azienda tra i fondatori della Open Charge Alliance. LOCA ha definito a livello internazionale il protocollo di comunicazione OCPP, che oggi è lo standard più diffuso sul mercato per lo scambio di dati tra i dispositivi di ricarica e le piattaforme

backend. «Stiamo parlando di un marchio che possiamo definire come uno dei veri pionieri della mobilità elettrica, con una storia e un know-how che poche aziende oggi sul mercato possono vantare», sottolinea Alessandro Cicerchia, Sales Manager Italia di Alfen, che racconta i risultati e gli obiettivi di una strategia commerciale, volta a valorizzare la qualità e l'affidabilità che contraddistinguono il DNA del marchio olandese.

Come è organizzata Alfen a livello europeo?

«L'azienda è principalmente centralizzata presso la nostra sede centrale nei Paesi Bassi, dove si trovano i nostri siti produttivi per le tre linee di business e tutti i principali dipartimenti aziendali. A questo proposito, uno degli aspetti chiave che sottolineiamo sempre è che i prodotti Alfen sono realizzati al 100% in Olanda; non abbiamo siti produttivi in altri Paesi, mentre a livello commerciale Alfen è presente con uffici in 10 Paesi, tra cui l'Italia con le sue soluzioni installate in oltre 30 Paesi. In Italia, la struttura aziendale prevede un responsabile commerciale, oltre a un ufficio tecnico con sede a Milano e un'unità che si occupa degli aspetti amministrativi e logistici, anch'essa situata nel capoluogo lombardo. Si trat-

ta di una struttura molto snella, perché gli aspetti principali dell'attività sono gestiti dall'ufficio olandese, con il quale lavoriamo quotidianamente a stretto contatto. Il nostro ruolo principale è quello di fungere da punto di contatto locale per i nostri clienti italiani. È fondamentale, ad esempio, che chi si occupa dell'assistenza sui prodotti, della formazione sull'installazione o della documentazione amministrativa sia un professionista locale in grado di interfacciarsi al meglio con i nostri clienti. Lo stesso modello viene replicato anche dalle filiali commerciali di Alfen negli altri Paesi».

Come cresce il business di Alfen in Europa e in Italia?

«Alfen pubblicherà a breve i risultati finanziari per il 2023 (al momento dell'intervista non erano ancora disponibili [N.d.R.]); tuttavia nel terzo trimestre del 2023 ha registrato un fatturato record di 136,4 milioni di euro, in crescita dell'11% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con una previsione finanziaria per il 2023 tra i 490 e i 530 milioni di euro. Siamo molto soddisfatti dell'andamento dello scorso anno, soprattutto alla luce delle condizioni sfavorevoli del mercato dei veicoli elettrici dovute in gran parte alla fine degli

incentivi legati al Bonus 110: questo ha creato un effetto "onda" per cui, dopo un 2021/2022 travolgente, in cui le wall box sono state vendute anche a chi non possedeva un'auto elettrica, nel 2023 le vendite si sono bloccate a causa delle numerose vendite anticipate e dell'attesa dei nuovi incentivi annunciati. Nonostante questo, in Italia abbiamo registrato un trend di crescita mentre, a livello generale, abbiamo raggiunto un traguardo importante: entro la fine del 2023 abbiamo consegnato oltre 592.000 punti di ricarica. Per avere un metro di paragone, consideriamo che in Italia ci sono circa 50.000 punti di ricarica ad accesso pubblico, quindi parliamo approssimativamente di 25.000 mila dispositivi di ricarica. Questo risultato ci colloca tra i primi 3 produttori a livello mondiale».

È possibile fare un confronto tra il mercato italiano e i Paesi europei dove la mobilità elettrica è più diffusa?

«Nei Paesi del Nord Europa, dove la mobilità elettrica è oggi molto più sviluppata che in Italia, abbiamo una posizione consolidata e una quota di mercato significativa. In Olanda e in Belgio, ad esempio, abbiamo raggiunto una penetrazione di mercato di circa il 30%. Considerando le vendite in numeri assoluti, i nostri mercati più importanti sono Germania, Inghilterra e Francia. In Italia abbiamo ancora ampi margini di crescita. Certo, il business non è così sviluppato come nei Paesi appena citati, ma è anche vero che siamo presenti in Italia solo da tre anni. In poco tempo, però, siamo riusciti a stringere accordi con alcuni dei principali attori del settore e le previsioni sono ottimistiche: Alfen ha investito in una filiale italiana perché ha visto un grande potenziale in un mercato che può crescere e svilupparsi in linea con le nazioni più avanzate del Nord Europa».

Quali sono le peculiarità della vostra offerta?

«Grazie al grande know-how maturato in oltre 16 anni di esperienza nella realizzazione e progettazione di sistemi di ricarica, non siamo certo una di quelle aziende che si è recentemente 'convertita' a questo settore emergente. Alfen offre soluzioni con un elevato livello di funzionalità, frutto dell'esperienza accumulata in diversi anni di innovazione e di attenzione alla qualità del prodotto. Sulla base di questi elementi, abbiamo investito in un portafoglio prodotti completo, in grado di soddisfare qualsiasi esigenza installativa in ogni contesto. Non vogliamo competere con i prodotti entry level del mercato o con le aziende che fanno del prezzo il principale driver di vendita. Non vogliamo essere in concorrenza con aziende che offrono soluzioni molto semplici. Non è questa la partita che ci interessa».

Qual è la vostra strategia di distribuzione?

«Alfen non intende vendere i propri prodotti agli utenti finali. I nostri clienti principali sono le multiutility, i Cpo e gli Emsp, quindi principalmente tutte le aziende che fanno business utilizzando infrastrutture di ricarica. Il nostro obiettivo è stabilire partnership a lungo termine. Non siamo particolarmente interessati a fare vendite o installazioni una tantum. Dal nostro punto di vista, è strategicamente più interessante lavorare su collaborazioni che nascono investendo sul nostro marchio e sui nostri prodotti per sviluppare insieme diversi progetti nel tempo. Guardando al mercato italiano, oggi ci manca ancora il canale dei distributori di materiale elettrico, perché, oltre a quanto ho appena spiegato, si tratta di una tipo-



«Alfen offre soluzioni con un elevato livello di funzionalità, frutto dell'esperienza maturata in oltre 16 anni di innovazione e di attenzione alla qualità del prodotto. Il nostro obiettivo è stabilire partnership a lungo termine collaborando con aziende che intendono investire sul nostro marchio»

logia di clientela attualmente orientata verso un prodotto più semplice e con funzionalità di base, che non rientra nella nostra strategia. Il nostro interlocutore ideale è un cliente che fa business con la propria infrastruttura e ha bisogno di un prodotto che sia innanzitutto affidabile, flessibile e adatto a tutti i contesti, con sfide sia di installazione che di gestione della potenza. Sono queste le situazioni in cui la nostra funzionalità e competenza sono più apprezzate».

Qual è l'elemento distintivo della vostra proposta?

«Alfen ha gli strumenti per rendere al meglio in qualsiasi contesto. Siamo un interlocutore privilegiato per chi cerca un prodotto di alto livello, affidabile grazie al know-how maturato nel settore, pronto per il mercato del futuro grazie ai continui aggiornamenti hardware e software, tecnologicamente avanzato – cito come esempio tutto il lavoro che stiamo facendo per essere immediatamente conformi alla nuova direttiva AFIR e alla nuova ISO15118 – e con i più alti standard di cybersecurity, tema troppo spesso trascurato da clienti e produttori».

Che rapporto avete con gli installatori?

«Il rapporto con l'installatore rimane fondamentale. Sono loro il primo cliente dei nostri clienti: pensiamo ad esempio alle multiutility che offrono le wall box come parte del loro pacchetto di consumo e si affidano a loro per tutte le installazioni. Per questo organizziamo corsi di formazione tecnica gratuiti e li supportiamo con i nostri colleghi in caso di problemi durante l'installazione o la manutenzione. Nei Paesi Bassi, inoltre, abbiamo l'Alfen Academy dedicata che forma costantemente tutti gli operatori del settore che desiderano lavorare con i nostri prodotti. Naturalmente la filiale italiana si occupa direttamente dei propri clienti. Ogni giorno, di persona e da remoto, forniamo assistenza a chi ne fa richiesta. Crediamo che il rapporto e la formazione degli installatori giochino un ruolo decisivo nel successo del marchio Alfen. Quando l'installatore apprezza il prodotto, sa come configurarlo e lo fa funzionare, ne usciamo sempre vincenti».

Come contattate coloro che poi devono installare i vostri prodotti?

«I nostri clienti lavorano già con una serie di partner di assistenza dislocati sul territorio. Tornando all'esempio della multiutility, che copre tutto il territorio nazionale, questa si appoggerà di volta in volta all'installatore di riferimento per una determinata zona. Il contatto con questi professionisti può avvenire attraverso dinamiche diverse, che a volte ci vengono segnalate dalle aziende partner e, altre volte, sono gli stessi installatori a contattarci direttamente. A seconda delle esigenze, ci organizziamo per fornire il supporto necessario».

LA GAMMA DI ALFEN

EVE DOUBLE PRO-LINE

Si tratta di una wall box appositamente studiata per la ricarica privata ad accesso pubblico. Il dispositivo presenta una doppia presa di Tipo 2 per ricaricare due veicoli contemporaneamente con una potenza massima di 22 kW in trifase. Include misuratori MID certificati per rendicontare i rifornimenti energetici e prevede la connessione alla rete tramite modem 4G o Ethernet. L'energia viene gestita in maniera smart, variando la potenza disponibile tra i due connettori in base all'effettiva richiesta dei veicoli collegati e alla disponibilità della rete elettrica.



EVE DOUBLE PG-LINE

È una colonnina in AC progettata per strade ad alto scorrimento ed è pensata per ambienti pubblici o semi-pubblici con un'alimentazione trifase. Dispone di due prese frontali facilmente accessibili, racchiuse in una struttura anti-vandalismo in acciaio con superficie curva per impedire che oggetti e rifiuti vi vengano lasciati sopra. La Eve Double PG-line è dotata di un elegante rivestimento personalizzabile per ottenere un look unico. La colonnina include inoltre un lettore RFID e un contatore MID per elaborare pagamenti; permette l'autenticazione tramite carte Girocard e schede RFID. La connessione internet viene stabilita tramite LTE o Ethernet e i dati sono disponibili attraverso un'ampia gamma di sistemi di gestione di back office.

TWIN 5

Ev-charger studiato per un utilizzo in ambienti urbani ad alta frequentazione e adatto a qualsiasi spazio semi-pubblico o pubblico dotato di alimentazione trifase. Offre due prese disposte una dietro l'altra in un pilastro d'acciaio anti-vandalismo, con una superficie superiore inclinata in modo che i rifiuti non possano essere lasciati sul caricatore. Il pilastro, se necessario, può essere personalizzato con un marchio. A breve sarà disponibile anche Twin 5 Plus, la prima stazione di ricarica Alfen in linea con la nuova normativa europea AFIR, in grado quindi di generare codici QR dinamici che consentiranno agli utenti di ricaricare senza doversi registrare preventivamente ad alcuna piattaforma.





LA GAMMA DI EV-CHARGER ALFEN INCLUDE ANCHE PRODOTTI DEDICATI AL SEGMENTO RESIDENZIALE. UN TARGET CHE IL PRODUTTORE OLANDESE RAGGIUNGE GRAZIE AD ACCORDI SUL MEDIO-LUNGO PERIODO CON LE PRINCIPALI MULTITUTILITÀ PRESENTI IN ITALIA

Quali sono le caratteristiche della vostra gamma?

«Alfen oggi basa la sua offerta essenzialmente su prodotti in corrente alternata che vanno dalla wall box domestica da 3 kW alle stazioni di ricarica pubbliche da 2x22 kW... Posso però anticipare che presto avremo novità in ambito DC. A KEY 2024, ad esempio, abbiamo presentato la Twin 5 Plus, la prima stazione di ricarica Alfen in linea con la nuova normativa europea AFIR, che dal 23 aprile renderà obbligatorio mostrare il prezzo della ricarica in modo trasparente sul display, e in grado di generare codici QR dinamici che consentono agli utenti di pagare la ricarica senza doversi registrare preventivamente ad alcuna piattaforma. Un'altra novità che stiamo sviluppando nella gamma AC è il supporto dello standard ISO15118, passando dalla certificazione del protocollo OCPP 2.0.1 di nuova generazione a supporto della tecnologia Plug&Charge ed entro la fine dell'anno per il Vehicle to grid. Si tratta di importanti implementazioni software e hardware che diventeranno caratteristiche comuni a tutti i nostri prodotti. Un'altra caratteristica molto apprezzata della nostra gamma è la possibilità di collegarsi a qualsiasi piattaforma backend presente sul mercato con il protocollo OCPP. Alfen ha i prodotti con il maggior numero di comandi OCPP implementati e offre una gamma molto ampia di possibilità per la gestione remota della rete. Tutti i prodotti sono totalmente aperti a piattaforme di terze parti, perché il nostro obiettivo non è vendere il nostro



software e creare un ambiente chiuso, ma dare al cliente la scelta e la flessibilità di cambiare software in qualsiasi momento: qualsiasi cosa accada, qualsiasi cosa il cliente scelga».

Quali sono i segmenti di mercato in cui vedete le migliori opportunità di crescita?

«Per il 2024 guardiamo con grande interesse allo sviluppo della ricarica aziendale e all'elettrificazione delle flotte in particolare. Come ho detto, il segmento residenziale avrà bisogno di tempo prima di assestarsi e tornare ai livelli precedenti al Superbonus 110. D'altra parte, stiamo assistendo a un crescente interesse, indipendentemente da qualsiasi tipo di incentivo, da parte di tutte le aziende che stanno rinnovando le loro flotte passando gradualmente dal gas all'elettrico. Inoltre, c'è un mercato sempre più importante per tutte le attività commerciali che vogliono offrire la ricarica come servizio, ad esempio le stazioni nei parcheggi privati con accesso pubblico».

Di cosa avrà bisogno il segmento domestico per ripartire?

«Sono necessari diversi fattori. Il primo e più importante è fornire informazioni corrette agli utenti finali sulla mobilità elettrica. C'è un continuo proliferare di fake news che vengono diffuse, rilanciate, commentate ed enfatizzate, che creano molta confusione a chi non è ben informato su questo settore. Questo paralizza letteralmente gli acquisti, quindi il primo passo è fornire informazioni corrette che permettano all'utente finale di fare una scelta consapevole. Un secondo punto chiave è l'educazione, la condivisione di comunicazioni che spieghino in modo semplice quelli che ormai sono diventati falsi problemi, come l'ansia da ricarica, le scarse prestazioni di un veicolo elettrico o la mancanza di piacere di guida. Sono tutti preconcetti che vanno scardinati per far

capire al consumatore come orientarsi al meglio. Il fattore forse più decisivo è proprio la necessità di un'informazione coerente e corretta su diversi argomenti, dall'autonomia alle prestazioni».

Una delle questioni più importanti è anche il costo attuale dei veicoli elettrici...

«Non possiamo negare che il costo dei veicoli elettrici rappresenti ancora una grande barriera all'ingresso. È difficile trovare un Bev a circa 10.000 euro. Ma se si osserva l'evoluzione dei prezzi delle batterie si nota una graduale diminuzione: considerando che si tratta del componente più costoso del veicolo, sono convinto che non passerà molto tempo prima che il divario con le endtermiche sia completamente colmato. Tesla, ad esempio, lo sta dimostrando continuando ad abbassare i prezzi delle sue auto, andando nella direzione opposta di molti altri settori dove tutto sale di prezzo».

Parlando di criticità più in generale, cosa rallenta la transizione elettrica?

«Innanzitutto la mancanza di una presa di posizione chiara da parte del Governo, che non significa solo mettere in atto politiche finanziarie incentivanti (al momento in cui scriviamo, il Bonus Auto è ancora in fase di attuazione, [Ndr]), ma anche tutta una serie di azioni che possono essere fatte a costo zero, aiuterebbero notevolmente lo sviluppo della mobilità elettrica. Il primo esempio che mi viene in mente è quello delle lungaggini burocratiche legate all'installazione di punti di ricarica su suolo pubblico, nonché delle difficoltà che ogni operatore incontra nel rilascio delle autorizzazioni. Gli operatori della ricarica pubblica devono affrontare una vera e propria giungla di permessi e regolamenti che ritardano notevolmente i progressi e il ritorno degli investimenti. Come è facile intuire, lo sviluppo di una buona rete di ricarica pubblica è una delle condizioni fondamentali per accelerare la transizione. E non dimentichiamo che l'abbattimento di queste barriere favorisce l'ingresso sul mercato di nuovi operatori che alimentano la concorrenza e rendono la ricarica sempre più conveniente per l'utente finale. In passato abbiamo assistito a bandi di gara che sono rimasti invariati, a causa di vincoli troppo stringenti o di condizioni economiche estremamente sfavorevoli. Questi sono tutti esempi di come, con poche e mirate modifiche al sistema, il governo potrebbe davvero dare una svolta significativa al settore».

ER

«Alfen ha i prodotti con il maggior numero di comandi OCPP implementati e offre una gamma molto ampia di possibilità per la gestione remota della rete. Tutti i nostri prodotti sono aperti a piattaforme terze parti. Il nostro obiettivo non è vendere software e creare un ambiente chiuso»