



T-CARICA È UN CPO NATO CON L'OBIETTIVO DI APPROCCIARE L'ELETTRIFICAZIONE TRAMITE PROGETTI SU MISURA PENSATI PER SFRUTTARE AL MEGLIO LE OPPORTUNITÀ DI OGNI LOCATION, DAI COMUNI ALLE GRANDI AZIENDE, DAI PARCHEGGI DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI AI COMPLESSI RESIDENZIALI. «VALUTIAMO NEL DETTAGLIO OGNI SINGOLO CONTESTO PER PROPORRE LE SOLUZIONI PIÙ ADATTE A QUEL TIPO DI SITUAZIONE E COME REALIZZARE AL MEGLIO L'INFRASTRUTTURA» SPIEGA IL CHAIRMAN E CEO RODOLFO BIGOLIN. «NON CI INTERESSA PIANTARE BANDIERINE, OVVERO LAVORARE SULLA QUANTITÀ, MA PIUTTOSTO SULLA QUALITÀ DELLE INSTALLAZIONI». LA SOCIETÀ, NATA COME START-UP DI INNOVO GROUP HOLDING, HA COME OBIETTIVO 100 STAZIONI ENTRO FINE 2024 E UN BUSINESS MODEL BASATO SUI RICAVI GENERATI DALLE PROPRIE STAZIONI



Progetti su misura per un network ad alta efficienza

Innovo Group Holding nasce nell'aprile del 2021 grazie all'esperienza maturata dal chairman della società, Rodolfo Bigolin, nel settore delle rinnovabili in Europa, Nord America e Asia. Attraverso la capogruppo sono successivamente nate iniziative imprenditoriali, tra cui Green Power Europe (piattaforma europea con una pipeline da 400MWp di progetti in fase di sviluppo); Innovo Property (dedicata al settore immobiliare con uffici dislocati tra Italia e UK);

oltre a Innovo Renewables, che si occupa di sviluppare e gestire oltre 6 GWp di progetti di energia rinnovabile in tutta Europa e impegnando un organico di circa 50 persone operative tra Italia, Spagna e Regno Unito. Proprio quest'ultima in breve tempo è cresciuta molto rapidamente, grazie anche all'ingresso nel capitale di Aviva, multinazionale assicurativa inglese che ha acquisito un terzo della società con investimenti che hanno consentito di accelerare il piano di sviluppo. Se il core business

di Innovo Renewables è appunto focalizzato sulla produzione di energia da fonti rinnovabili, una delle evoluzioni più naturali per il business della holding è stata la creazione di una nuova start-up con management dedicato, T-Carica appunto, che si occupa della realizzazione di infrastrutture di ricarica ad accesso pubblico in qualità di Charging Point Operator. «Si tratta di un business in cui, per molti aspetti, abbiamo l'opportunità di mettere a frutto il know-how maturato dal team in questi anni di esperienza nel settore delle rinnovabili» spiega il chairman di Innovo Group Holding Rodolfo Bigolin. «Siamo partiti quindi con la creazione di una nuova società che vede impegnati gli stessi founder di Innovo Renewables, incluso il Cfo. Abbiamo subito lavorato allo sviluppo del business attraverso la chiusura di accordi importanti, come ad esempio quello stretto di recente con DGgroup per l'elettrificazione di diversi punti vendita Expert in Italia, a cui seguiranno altri agree-



«Possiamo contare su un'efficienza di execution davvero ottimale, con tempistiche che variano dalle 3 alle 6 settimane dalla stipula del contratto all'installazione della colonnina»

ment per il roll out delle installazioni pubbliche (la prima è stata finalizzata lo scorso aprile): tra le priorità di T-Carica infatti ci sono anche e soprattutto gli enti locali, con cui intendiamo collaborare per portare le colonnine dove veramente servono e creare una rete di qualità».

Con quale strategia avete approcciato il mercato?

«Nell'immediato futuro prevediamo la creazione di team interni focalizzati nello sviluppo dei vari segmenti che riteniamo prioritari per la crescita del nostro network. A breve chiuderemo un secondo accordo molto importante con un player che da diversi anni lavora con l'80% dei Comuni italiani e con il 100% delle municipalizzate e che, grazie a una rete di oltre 50 agenti sul territorio, si occupa appunto della realizzazione di infrastrutture per gli enti locali. Un segmento, questo, che verrà seguito da un team dedicato perché prevediamo volumi molto importanti. Inoltre, di recente abbiamo assunto un direttore generale, un project manager che segue i progetti già da alcuni mesi e un nuovo Key account».

Quali sono gli elementi distintivi di T-Carica?

«T-Carica si propone come un Cpo ad "alta efficienza". Ovvero una società che propone un approccio su misura e che si impegna a valutare nel dettaglio ogni singolo contesto per proporre le soluzioni più adatte a una situazione particolare, per comprendere come realizzare al meglio l'infrastruttura. Non ci interessa "piantare bandierine", ovvero aumentare in maniera incondizionata il numero di charging point. Perché siamo convinti che, a lungo termine, questo approccio non possa portare ai risultati sperati: troppo spesso vediamo stazioni di ricarica sorgere in location che non hanno alcun senso. Ad esempio, mi è capitato di trovare nel Veneto luoghi sperduti in cui sorgono improvvisamente 14 punti di ricarica per i quali non c'è reale necessità o domanda. Crediamo che non sia importante la quantità, ma al contrario la qualità con cui viene realizzata e gestita la rete di ricarica. Vogliamo realizzare stazioni che rispondano a una necessità vera in una determinata area del Paese e che quindi, grazie alla loro efficienza, siano in grado di generare un fatturato importante. Il nostro business model prevede accordi con i proprietari del terreno o della location con un impegno dai 12 ai 15 anni a cui viene corrisposta una fee fissa e in aggiunta una percentuale in base ai ricavi generati dal rifornimento energetico. Una volta raggiunta una massa critica importante di charging point attivi potremo valutare l'acquisizione del network da parte di altre società».

I vostri principali punti di forza?

«In alcuni settori è molto complicato inventare qualcosa di nuovo o differenziarsi completamente dai competitor. Rispetto ad altri player l'elemento distintivo di T-Carica è l'approccio attento e personalizzato a qualsiasi necessità. La volontà di non rincorrere i volumi a tutti i costi, ma di offrire un servizio di qualità sfruttando anche le sinergie con la rete commerciale di In-novo Group, che opera già da anni con successo su tutto il territorio italiano. Inoltre puntiamo su un'efficienza di execution davvero ottimale, con tempistiche che variano dalle 3 alle 6 settimane dalla stipula del contratto all'installazione della colonnina. A livello di layout abbiamo studiato una grafica che potesse differenziarci

in maniera evidente. Ci siamo affidati a una società di branding e comunicazione con l'idea di una livrea fresca e subito riconoscibile. Ci è piaciuta la soluzione grafica delle due fiamme che si intersecano in cui quella blu rappresenta la mobilità elettrica che va a sovrastare quella rossa, più legata al concetto di endotermico. L'utente finale molto probabilmente quando ha bisogno ricaricare l'auto non bada molto all'operatore, ma al fatto che il servizio sia funzionante, efficiente e interoperabile, caratteristiche che sono una nostra priorità».

Quali sono i vostri obiettivi?

«Nel breve termine, dopo l'inaugurazione della prima stazione, sono di attivare una ventina di colonnine entro questa primavera. Una volta chiusi i contratti di cui abbiamo accennato prima ci aspettiamo una crescita ad alti regimi. Entro la fine dell'anno in corso, restando molto conservativi, la previsione è di raggiungere quota 100 colonnine installate. In realtà i tempi tecnici per installare l'infrastruttura sono molto brevi, mentre le tempistiche si allungano nell'attesa di ricevere l'allacciamento da parte del DSO, ma è una prassi ormai nota per chi opera in questo mercato».

Oltre a Comuni ed enti locali, dove intravedete le maggiori opportunità di business?

«Stiamo guardando con grande interesse la logistica dell'ultimo miglio, quindi infrastrutture di ricarica a supporto delle flotte che operano nelle città e nei Comuni, con l'obiettivo di fornire stazioni senza alcun capex per l'azienda, ovvero con un modello di business che prevede, anche in quest'ambito, ricavi generati dal rifornimento dei veicoli. Inoltre siamo molto interessati alle grandi aziende, alle fabbriche con un numero significativo di dipendenti - oltre i 100 - accumulati dalla necessità di recarsi quotidianamente sul posto di lavoro, quindi parliamo di impianti produttivi. Anche qui vediamo con interesse la realizzazione di infrastrutture per consentire la ricarica dei veicoli, perché va considerato che non tutti hanno la possibilità di installare una wall box presso il proprio domicilio. Soprattutto per coloro che abitano in un condominio la ricarica in azienda diventa

LO SVILUPPO DELLA RETE IN 4 PUNTI

- 1) Approccio tailor-made:** T-Carica garantisce un approccio flessibile, adatto alle esigenze e caratteristiche del partner per offrire un servizio su misura. Il Cpo sceglie la soluzione più efficiente in base alla localizzazione del punto di ricarica e del dwell time nei parcheggi. In modo da garantire la possibilità ai propri partner di veicolare contenuti multimediali e informazioni attraverso le colonnine.
- 2) Nessun costo** e nessuna attività di gestione per il partner: T-Carica si accolla l'intero investimento nell'infrastruttura, della gestione, della manutenzione e dei relativi costi.
- 3) Tecnologia avanzata** e assistenza continua: il Cpo utilizza ev-charger all'avanguardia per garantire un servizio affidabile e di alta qualità, restando sempre a disposizione dei clienti finali per risolvere eventuali problemi.
- 4) Revenue sharing** con il partner: T-Carica propone un meccanismo di suddivisione dei profitti con il partner a fronte della messa a disposizione dei parcheggi per l'installazione del pod.

un'opportunità molto interessante. Per lo stesso motivo siamo interessati appunto al target dei grandi complessi residenziali, dove c'è sempre più richiesta di gestori esterni che si occupino delle stazioni. Infine altro target interessante è quello rappresentato dalle grandi catene retail, supermercati e consumer electronics».

In base a quali caratteristiche scegliete i fornitori hardware?

«Il nostro business model non prevede legami esclusivi. Siamo partiti affidandoci ad Autel per diversi motivi, in primis perché possiamo contare su una gamma completa di ev-charger adatti a diverse situazioni. Ma soprattutto perché le loro colonnine integrano schermi di grandi dimensioni che vengono molto apprezzati sia dalle aziende, con la possibilità di veicolare promozioni presso i punti vendita, sia dalla

T-CARICA AL MOMENTO UTILIZZA COLONNINE AUTEL, MA L'APPROCCIO DEL CPO NON PREVEDE LEGAMI DI FORNITURA ESCLUSIVA. TRA LE CARATTERISTICHE PIÙ APPEZZATE FIGURA L'AMPIO DISPLAY, COMODO PER VEICOLARE MESSAGGI UTILI AI CITTADINI O AI CLIENTI DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI





OLTRE ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE, PER LO SVILUPPO DEL PROPRIO BUSINESS T-CARICA PUNTA SULLE SOCIETÀ DI LOGISTICA E SULLE GRANDI AZIENDE PRODUTTIVE, DOVE SARÀ SEMPRE PIÙ IMPORTANTE OFFRIRE AI DIPENDENTI LA POSSIBILITÀ DI RICARICARE LA PROPRIA AUTO

Pubblica Amministrazione, che può sfruttarli per comunicazioni utili ai cittadini. In futuro prevediamo di portare avanti altri progetti pilota con un paio di player, ma al momento lavoriamo senza vincoli. Altro aspetto da non sottovalutare, e anche uno dei motivi che ci ha spinto inizialmente verso Autel, è la scalabilità delle colonnine in termini di potenza. Possiamo ad esempio installare una colonnina da 50 kW e utilizzarla alla metà della potenza disponibile per poi aumentare in base alla richiesta o al traffico di una determinata location. Oppure possiamo incrementare la potenza di un charging point molto semplicemente intervenendo sui moduli all'interno del dispositivo, senza modificare nulla a livello progettuale o in termini di interventi edili. Inoltre, anche in riferimento alla recente entrata in vigore della normativa Afir relativa ai pagamenti delle ricariche, le stazioni Autel

sono già predisposte per l'integrazione dei pagamenti con POS».

Come gestite invece l'installazione e l'attivazione delle stazioni?

«Al momento abbiamo scelto di affidarci a M3 Power Solutions, con cui abbiamo fatto un accordo quadro. È una società molto ben strutturata che, oltre al Veneto, copre in maniera capillare tutta Italia. Ma anche in quest'ambito l'obiettivo sarà quello di avere in futuro più partner di riferimento per garantire ai clienti la soluzione migliore in base al territorio o alle peculiarità della stazione. Oltretutto vediamo che alle volte sono le stesse società di installazione a proporre nuovi potenziali clienti o nuove opportunità, quindi è importante scegliere partner preparati e proattivi sul territorio perché possono contribuire a creare buone opportunità di business».



«Sono gli stessi service partner a proporre alcune volte nuovi potenziali clienti o nuove opportunità di business, quindi è importante scegliere installatori preparati e proattivi»

Quali sono le principali criticità riscontrate a oggi nello sviluppo dell'infrastruttura?

«Il principale collo di bottiglia che ancora rallenta l'attivazione delle colonnine è la connessione alla rete. I Cpo lavorano per installare le colonnine dove ha più senso averle, ma magari capita che la location non sia ben servita dal punto di vista energetico. E-Distribuzione è oberata di richieste che fatica ad evadere, quindi c'è proprio una difficoltà legata alle tempistiche e una seconda criticità che riguarda la qualità degli allacciamenti, ovvero nel garantire la potenza necessaria alla stazione. Al momento siamo nell'ordine di un paio di mesi di attesa ma c'è sempre il rischio che possa allungarsi. Altro tema importante sono gli incentivi sull'acquisto dell'auto elettrica che dovrebbero sbloccarsi a breve. Tanti potenziali clienti non si avvicinano all'elettrico per paura di non trovare le colonnine, ma contemporaneamente è anche più difficile continuare a investire nello sviluppo di un network con un parco circolante ancora ristretto rispetto al suo potenziale. Siamo convinti che, anche grazie alle normative europee sull'endotermico, a breve la situazione possa sbloccarsi. È altrettanto vero che questo è uno dei motivi per i quali avviciniamo il mercato in maniera prudente, riservandoci la possibilità di aumentare in futuro la potenza e le dimensioni delle stazioni per far fronte alla domanda in maniera crescente ma sempre proporzionata. Meglio ad esempio partire con una sola colonnina che lavora a pieno regime e poi allargare la stazione piuttosto che installarne subito 3 con 2 stazioni che lavorano poco o sono ferme».



I VANTAGGI GARANTITI DA T-CARICA

PER GLI ESERCIZI COMMERCIALI

VISIBILITÀ

- ▶ Attraverso le proprie piattaforme online il Cpo offre maggiore visibilità all'esercizio commerciale.
- ▶ Aumento delle vendite: T-Carica stima un tempo medio di 20 minuti per il rifornimento energetico, incentivando così l'afflusso e la permanenza presso l'esercizio commerciale.
- ▶ Meccanismo di revenue sharing: il titolare del punto vendita avrà diritto a una percentuale del fatturato annuo generato dai sistemi di ricarica installati, per l'intera durata contrattuale.
- ▶ Reputazione e fidelizzazione: il servizio di ricarica certifica attenzione ai bisogni del cliente e alla sostenibilità ambientale.

PER L'UTENTE FINALE

SEMPLICITÀ DI UTILIZZO

- ▶ T-Ricarica predilige l'impiego di app user friendly e di sistemi di pagamento che prevedono anche la presenza di POS
- ▶ Affidabilità del servizio: il Cpo utilizza tecnologie avanzate per garantire che il servizio sia sempre funzionante.
- ▶ Energia 100% rinnovabile: le stazioni di T-Carica utilizzano energia elettrica proveniente al 100% da fonti rinnovabili.
- ▶ Tariffe convenienti: T-Carica assicura prezzi accessibili, offrendo un servizio di alta qualità a un costo ragionevole e competitivo