

Ricarica pubblica: i marchi automotive inseguono Tesla... ed è un bene

SEMPRE PIÙ CASE PRODUTTRICI DI AUTO SI STANNO TRASFORMANDO IN CPO, SEGUENDO A GRANDI LINEE IL BUSINESS MODEL LANCIATO CON SUCCESSO DA ELON MUSK. CRESCONO COSÌ IN EUROPA LE STAZIONI DI RICARICA AD ACCESSO PUBBLICO BRANDIZZATE MERCEDES, PORSCHE VOLVO E NON SOLO. UN VANTAGGIO PER I CLIENTI CHE POSSONO RICARICARE A TARIFFE PIÙ CONVENIENTI E PER GLI E-DRIVER IN GENERALE, CHE VEDONO CRESCERE IL NUMERO DI CHARGING POINT PRESSO LOCATION STRATEGICHE

In principio fu Tesla: Elon Musk, creatore del marchio che oggi è sinonimo di auto elettrica, comprese in tempi non sospetti che per poter vendere i suoi veicoli su ampia scala, occorreva una rete pubblica presso cui poterli ricaricare anche lontani da casa. Ed è così che nel 2012 sono stati introdotti negli Usa i primi Tesla Supercharger: una rete che oggi ha superato i 50mila stalli nel Mondo e che, solo in Italia, conta più di 80 location. Il servizio, prima ad appannaggio dei soli clienti Tesla, è parzialmente allargato anche ad altri marchi, privilegiando sempre però i clienti della casa americana. Una rete di charging point capillare, colonnine fast per rifornimenti veloci e un sistema plug & charge semplicissimo da utilizzare, il tutto combinato con un sistema di navigazione in grado, già dal 2017, di calcolare il percorso in base alle esigenze di ricarica del veicolo per evitare qualsiasi ansia da ricarica, sono tra gli elementi che hanno fatto la fortuna di Tesla e che hanno definito gli standard di un business model che oggi numerosi competitor cercano di replicare. Un trend che, a livello sia italiano sia europeo, ha giovato alla transizione elettrica, supportando lo sviluppo di infrastrutture ad accesso pubblico, spesso interoperabili e, al contrario dei supercharger Tesla, fruibili anche possessori di auto differenti. Il comune denominatore per lo sviluppo di una rete di ricarica da parte di un marchio automotive è il fatto di proporre ai propri clienti tariffe al kWh particolarmente scontate, oltre alla possibilità di ricaricare tramite interoperabilità del circuito anche a colonnine gestite da altri Cpo, ma soprattutto, nel caso di marchi particolarmente

prestigiosi come ad esempio Porsche e Mercedes, il plus di offrire, contestualmente alla ricarica del veicolo, anche una location dove poter trascorre il tempo necessario al rifornimento energetico godendo di una serie di servizi (sala riunioni, aree ristoro ecc.) di alta qualità. Del resto, la stessa Tesla sta costruendo niente meno che un drive-in a Hollywood, sulla Santa Monica, dove troveranno posto 32 colonnine Supercharger da cui i clienti, mentre ricaricano, potranno guardare film e gustarsi un pasto in pieno stile anni '50.

Cosa succede in Europa

Tra le prime case automobilistiche europee ad annunciare un progetto simile a quello lanciato da Tesla c'è stata Renault, che intorno alla metà del 2022 ha ufficializzato, attraverso il proprio brand Mobilize dedicato all'e-mobility, la volontà di sviluppare una rete di ricarica proprietaria. L'obiettivo è quello di aprire 200 charging station - 90 in Francia, 50 in Italia, 50 in Spagna e 10 in Belgio - prevalentemente ubicate presso i concessionari situati a non più di 5 minuti dalle principali arterie stradali. Ogni stazione della rete Mobilize Fast Charge potrà contare su 6 colonnine ultrafast con potenza fino a 400 kW accessibili 24 ore su 24 tutti i giorni. Renault punta anche sul servizio, con la realizzazione di aree di ristoro dedicate (con spazi superiori ai 60 mq) dove gli e-driver potranno utilizzare la rete wi-fi, caricare i propri device e trascorre del tempo videogiocando in attesa di completare il processo di ricarica. La piattaforma Mobilize è stata progettata per un controllo smart del consumo energetico, sfruttando sistemi di storage e integrando le stazioni con pannelli fotovoltaici. Questo consentirà di contenere i costi della ricarica e di ridurre l'impatto sulla rete elettrica locale. La costruzione delle prime stazioni è prevista entro l'estate. Anche Audi è stata tra le prime

case automobilistiche ad annunciare la volontà di creare una rete di ricarica proprietaria presso i propri concessionari, con l'obiettivo di coprire con colonnine ad alta potenza tutti e 54 i dealer ufficiali presenti in Italia ed entro il 2025 l'intera rete Audi, inclusi i service partner. Le colonnine HPC installate sono fruibili sia dai clienti del marchio tedesco, sia dagli utenti di altre case: si tratta di stazioni fast con potenza pari o superiori ai 150 kW che vanno ad aggiungersi al network Audi e-tron Charging Service, che a oggi conta più di 300mila punti di ricarica in 26 Paesi europei (24mila in Italia), tutti interoperabili attraverso un'unica card fornita ai clienti della casa dei 4 anelli. Volkswagen, attraverso la divisione Elli - tramite cui il Gruppo opera nel settore della mobilità elettrica - ha addirittura realizzato annunciato la propria colonnina di ricarica, battezzata Flexpole. Si tratta di un dispositivo ultrafast per la ricarica pubblica con sistema di storage, dotato di un ampio display in grado di garantire fino a 150 kW di potenza e di rifornire due veicoli contemporaneamente grazie alla presenza del doppio connettore CCS2. La presenza dello storage consente una ricarica rapida anche in assenza di cabine di media potenza o presso location con scarsa disponibilità di energia. Il network di ricarica ad accesso pubblico Elli, attraverso l'interoperabilità del proprio network, ha raggiunto oltre 540mila punti di ricarica a livello europeo. Mercedes-Benz, in collaborazione con E.ON, ha inaugurato lo scorso anno il primo Charging Hub europeo per la ricarica di veicoli elettrici. La stazione sorge a Mannheim, in Germania, e offre 6 charging point con potenza fino a 300 kW. Ogni colonnina ha un solo punto di ricarica per consentire a un unico veicolo di sfruttare tutta la potenza disponibile nel corso del rifornimento energetico. Inoltre, un sistema di

load balancing permette di ottimizzare l'energia impegnata dalle diverse stazioni, assicurando ricariche dal 20 all'80% in meno di 20 minuti. La stazione Mercedes è aperta a veicoli di tutte le marche e prevede tariffe vantaggiose per i clienti del brand tedesco. Entro la fine di quest'anno Mercedes prevede l'attivazione di 2mila charging point, di cui 200 in Europa. Entro il 2030 sono invece previsti 2mila Charging hub nel mondo, per un totale di 10mila charging point. Un'esperienza esclusiva e di alto livello è invece quella che propone Porsche con le sue Charging Lounge: un hub per la ricarica dei veicoli elettrici realizzato dal marchio bavarese con utilizzo riservato solo ai propri clienti. La prima, inaugurata a Bingen am Rhein, in Germania, presenta 6 ev-charger Alpitronic da 300 kW e 4 stazioni in AC da 22 kW. L'intera infrastruttura è stata curata nei minimi dettagli per offrire ai possessori di veicoli Porsche un'esperienza premium, con un'area che prevede la presenza di pompe di calore per aria condizionata e riscaldamento, un'ampia selezione di soft drink, snack e toilette. Prossimamente il format verrà allargato anche ad altri Paesi: Austria e Svizzera e dal prossimo anno verranno impiegate colonnine da 400 kW.

Prospettive future

Premesso che ormai il modello di Tesla è consolidato e ben avviato anche grazie a un installato vetture assolutamente solido, bisognerà capire quali potranno essere le evoluzioni future di questo business che vede di fatto i marchi automotive trasformarsi in una sorta di Cpo o Emsp a tutti gli effetti. Alcuni player, come Volkswagen, hanno addirittura l'obiettivo di diventare delle vere e proprie multiutility, con la prospettiva futura di guadagnare anche dalla vendita di energia: attraverso la divi-



sione Elli, l'azienda tedesca è stata la prima a operare sulla Borsa europea dell'energia elettrica: EpeX Spot. La strategia del Gruppo prevede di sfruttare le batterie delle Volkswagen e-Up! come sistema di accumulo e di gestire l'energia stoccata attraverso la piattaforma digitale di Elli: in questo modo, attraverso il proprio Power Center, potrà scambiare e immettere sul mercato l'energia immagazzinata. Volkswagen in questo modo sarà in grado di offrire ai propri clienti rifornimenti energetici a prezzi più competitivi e ulteriori vantaggi nella fornitura di energia, oltre che garantire un maggior controllo nelle fluttuazioni della domanda e dell'offerta energetica. Più in generale, le infrastrutture di ricarica realizzate dalle case automobilistiche, se aperte anche a terze parti, contribuiscono non solo ad aumentare la capillarità dei punti di ricarica sul territorio in aree strategiche, ma altrettanto sono progettate per offrire un'esperienza premium al cliente, fornendogli molto spesso anche dei plus per poter impiegare il tempo trascorso a ricaricare il veicolo: in futuro potrebbero trasformarsi - proprio come Tesla insegna - in un potente strumento di fidelizzazione.

ALCUNI MARCHI PRESTIGIOSI COME PORSCHE E MERCEDES INVESTONO PER GARANTIRE AI PROPRI CLIENTI UNA SERIE DI SERVIZI PREMIUM DURANTE LA SOSTA PER LA RICARICA



L'ANGOLO DI eV-Now!

"IO ODDIO L'AUTO ELETTRICA"

L'IMPORTANZA DELLE COMMUNITY PER COMPRENDERE LA TRANSIZIONE E PER INFORMARE IL PUBBLICO SUL TEMI IN MANIERA CORRETTA E TRASPARENTE. SIA PER QUANTO RIGUARDA I VEICOLI, SIA PER SPIEGARE COSA INCIDE SULLE TARIFFE DELLA RICARICA PUBBLICA

Chi di voi è più vicino ai miei 45 anni forse ricorda la frase distintiva del personaggio di "Brontolone" nel cartone "I Puffi", "Les Schtroumpfs" in francese, che è anche il nome originale dei personaggi creati dal fumettista belga Peyo nel 1958. Oggi forse avrebbe detto proprio questa frase, imbronciato e a braccia conserte. Il tema è molto delicato: l'auto elettrica è al centro di una banalizzazione di un tema complesso in grado di polarizzare le masse, è una tipica strategia della retorica. Nel nostro lavoro una delle parti più delicate è quella di monitoraggio della community, anche per fare in modo che questa non si chiuda a riccio e venga additata come una "elite scontrosa" da chi magari in tema di energia e mobilità non ha né tempo né voglia di approfondire, accontentandosi di seguire gli slogan. In questo specifico argomento di fidelizzazione post-vendita dei proprietari è cruciale ed è tema cruciale dei nostri confronti con le case auto, da Tesla - per la quale ho creato la prima community italiana, Tesla Owners Italia - a Bmw passando anche da chi produce moto: club di proprietari, ma anche attenzioni post vendita, aiutano i guidatori elettrici a risolvere sfide quotidiane legate ad un mezzo completamente nuovo, e hanno un effetto domino importantissimo sui potenziali nuovi clienti e sullo scetticismo generale del "brontolio" popolare. Per fare questo il costruttore però deve essere organizzato e servono una pianifi-

cazione e un ufficio o consulenti dedicati in grado di monitorare le community on e off line, organizzare incontri e approfondimenti tecnici, ovvero fornire strumenti di consapevolezza entusiasmanti non per difendere il veicolo elettrico, quanto per far appassionare il grande pubblico a un tema che in Italia può davvero attecchire, grazie alla nostra genetica passione per i motori. Non si può improvvisare: dietro a ogni progetto di community c'è soprattutto l'esigenza di avere un'esperienza diretta: è fondamentale infatti che la base di una community sia composta da chi la community la vive in prima persona. Le case hanno la grande opportunità di fornire ai Club spunti tecnici, approfondimenti e momenti di incontro che permettono di creare una base consapevole ed entusiasta, che sarà poi quella che online saprà rispondere, ingaggiare discussioni e moderare temi ad oggi caldi, smorzando anche l'odio verso l'auto elettrica.

Chi ci spiega le tariffe?

Costo della materia prima, raffinazione e distribuzione, tasse e margine di profitto. Ecco come si compone il costo del carburante alla stazione di servizio. Con la differenza nel nostro settore che le persone il carburante per i propri veicoli elettrici lo hanno anche in garage e spesso se lo auto-producono, da qui la difficoltà nel capire il perché di aumenti spropositati e "ballerini" dei prezzi delle



ricariche. In eV-Now! non siamo stati fermi a guardare: insieme ai ragazzi di "TariffeV.it", un sito e una app gratuiti che "partendo dal basso" vuole aiutare la comunità di proprietari di veicoli elettrici nel ricaricare a un prezzo accettabile, stiamo mettendo in campo la nostra rete per trovare delle soluzioni e tenere informata la community ed E-Ricarica è uno dei più potenti megafoni mediatici: rimanete connessi per le prossime novità.

LE COMMUNITY DI APPASSIONATI STANNO SVOLGENDO UN RUOLO IMPORTANTE NELLA DIVULGAZIONE DEDICATA ALLE MOBILITY